

СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ

# СПВ: Как аргументировать так, чтобы клиент услышал

**Герман Юн**

основатель программы "СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ"

2004-2026 ГОД



**ГЕРМАН ЮН**

основатель программы "СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ"

# 700+ млн ₽

Помог заработать дополнительной прибыли клиентам

# 35 лет

Весь опыт посвящен реальному бизнесу и реорганизациям компаний

# 16 отраслей

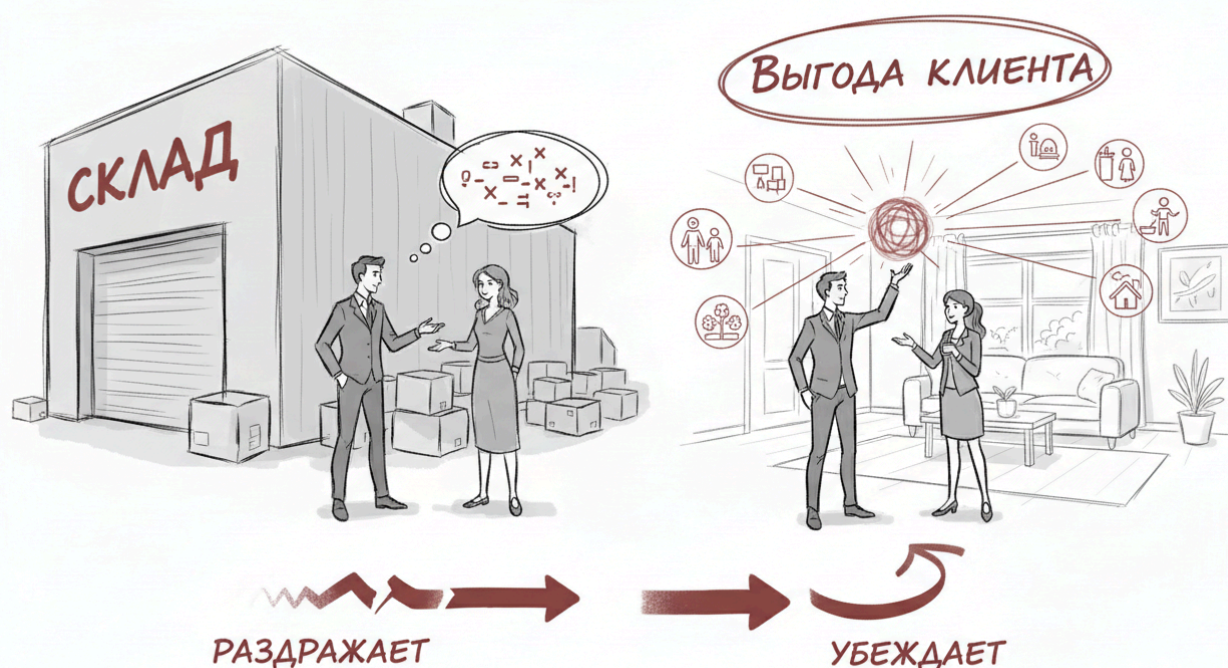
Работал с командами до 2000 сотрудников и компаниями до 5 млрд

## Большинство продавцов говорят о продукте. Профессионалы — о выгоде для клиента

Это ключевое отличие: первые перечисляют то, что у них есть, вторые — объясняют, зачем это нужно покупателю. У первых речь — про склад, у вторых про жизнь клиента. Именно поэтому один убеждает, а другой — раздражает. Один продаёт, другой — рассказывает.

**СПВ — это простейшая и одновременно одна из самых мощных техник продаж.** Она превращает сухие характеристики в ценность. Не просто перечисляет свойства, а показывает, как они работают и почему это выгодно именно этому клиенту.

Вы как будто берёте факты — и через них подводите клиента к осознанию: «Это именно то, что мне нужно. Это решает мой вопрос. Это делает мою работу или жизнь проще, безопаснее, выгоднее».



## Почему СПВ работает?

Потому что клиенты не покупают товары. Они покупают решение своих задач, страхов и "хотелок".

Им не нужен просто товар с характеристиками. Им нужно решение проблемы, снятие риска, спокойствие, выгода, безопасность.

СПВ — это мост между вашим продуктом и мыслями клиента о себе. Это та самая техника, которая позволяет превратить набор сухих характеристик в живую, цепляющую выгоду.





## Клиент не думает о характеристиках

- ❗ «Как бы не облажаться с поставкой на объект...»
- ❗ «Как не получить штраф от заказчика...»
- ❗ «Как уложиться в график без нервов...»

### Вместо этого говорите:

«Благодаря лёгкости и устойчивости к повреждениям, этот профиль гарантирует, что вы сдадите объект без срывов, без рекламаций, без затрат на замену. Это экономит вам и деньги, и репутацию».

# Формула СПВ

**С**

## Свойство

Объективная характеристика продукта

Алюминиевый, размер 45x21, устойчив к коррозии

**П**

## Преимущество

Как это работает

Не требует частой замены, выдерживает нагрузку, не ржавеет

**В**

## Выгода

Что это значит для клиента

Сдаёте объект вовремя, экономите на замене и ремонте

СПВ позволяет выстроить  
**логическую и эмоциональную цепочку — от  
продукта к смыслу**

## Типичные ошибки при использовании СПВ

СПВ — мощный инструмент, но он легко превращается в бесполезную болтовню, если использовать его неправильно

### 1 Перечисление свойств без расшифровки

«Высокая плотность, термозащита, 6 лет на рынке, лазерная сварка...»

**Проблема:** Клиент слушает и думает: «И что с того? Мне что теперь гуглить, что значит "лазерная сварка" и чем она лучше ручной?»

**Правильно:**

«Мы используем фасадные панели с повышенной плотностью и влагозащитой — это значит, что клиент сможет забыть про замену минимум на 10 лет, даже в северных регионах».

### 2 СПВ без учёта контекста клиента

Вы построили красивую СПВ-цепочку... но не на ту тему

**Клиент говорит:**

«Нам важно, чтобы не было задержек по срокам»

**А вы ему:**

«А ещё наш продукт экологичный и на 30% легче конкурентов!»

**Как избежать:**

- Сначала выявите реальные потребности через вопросы
- Потом стройте СПВ-цепочку под конкретную боль клиента
- Подгоняйте выгоду под его логику: страхи, KPI, сроки, риски

**3**

## Не учитываем потребности ЦА

Универсальные СПВ не работают для разных сегментов

Чтобы хорошо презентовать, нужно выяснить:



Кому продаём



Какие боли



Чего хотят

## Как внедрить СПВ в отделе продаж

### Как внедрит СПВ в отделе продаж



#### 1. Включите СПВ в скрипты

Любой сценарий звонка, встречи или презентации должен содержать минимум 1-2 чётко сформулированные СПВ-цепочки. Это обязательный элемент, а не «по желанию».

#### 2. Тренируйте на живых диалогах



Возьмите реальные записи звонков и переговоров — и пересоберите аргументацию. Где только свойства? Где выгода не связана с потребностью клиента?

### 3. Отрабатывайте на скорость

СПВ должно идти «с языка». Хороший менеджер должен легко и быстро проговорить хотя бы 3 связки по продукту без подготовки и пауз. Это не теория, а навык.

## Чек-лист для аргументации по СПВ

Пройдите короткую внутреннюю проверку

- ☒ Я хорошо знаю свойства продукта и могу назвать их без запинки
- ☒ Я понимаю, как они работают и умею это объяснить простыми словами
- ☒ Я связываю преимущества с реальными потребностями клиента
- ☒ Я умею чётко и уверенно проговаривать СПВ вслух



Я регулярно тренируюсь, чтобы это звучало естественно и быстро

Если вы отмечаете все пять пунктов — значит, вы двигаетесь в правильном направлении. Если нет — исправляйте. **СПВ — это не вдохновение, это технология, и она требует практики.**

## Как вести переговоры с клиентом?



### Покажите выгоду

Начинайте с ценности, которую ваш продукт принесет лично клиенту, а не с перечисления его характеристик



### Задавайте открытые вопросы

Активное слушание помогает лучше понять потребности клиента. Спрашивайте о его проблемах, целях и ожиданиях



## Будьте готовы к возражениям

Предвидение возможных возражений и готовность их развеять покажет вашу экспертность и уверенность в продукте



## Рассказывайте истории

Истории помогают клиентам представить себя, использующими ваш продукт, и вызывают эмоциональный отклик



## Подчеркните уникальность

Выделите свои уникальные преимущества и отличия от конкурентов. Объясните, почему ваш продукт - лучший выбор



## Призыв к действию

После презентации предложите клиенту конкретный шаг: запросите обратную связь, предложите пробную версию



**СПВ — это не просто техника.** Это способ думать и говорить о продукте так, чтобы быть понятным и ценным для клиента.

Продажа начинается с простого понимания: человек напротив не обязан разбираться в деталях вашего предложения. Именно вы должны объяснить, что за этим стоит, и перевести технический язык на язык реальной выгоды.

Ваша задача – чётко показать, какую проблему вы решаете. Не громкими словами, а понятной логикой.

**Когда такой подход становится нормой, даже самый холодный клиент начинает прислушиваться**

Потому что понимает: вы говорите не о себе, а о нём. А значит, появляется основание для доверия.

## Хотите внедрить этот алгоритм в своей компании?

Начните с первого шага — без рисков и обязательств

МЯГКИЙ ВХОД

# 50 000 ₽

3 недели работы. Полный доступ. Полный возврат, если методика «не ваша».

↗ Забронировать место

✓ В подарок чек-лист после диагностики

Бизнесу часто сложно принять решение о серьёзном внедрении. Поэтому я сделал формат, который даёт возможность:

- ✓ увидеть, как на самом деле работает система
- ✓ ощутить первые изменения в управлении уже через 3 недели
- ✓ принять решение осознанно



Без давления. Без обязательств. С гарантией возврата в течение 3 недель.

## Вы проходите первый месяц программы:

1

### Мышление управленца

Переход от «делаю сам» к «управляю процессом»

2

### Команда и структура

Правильные роли, зоны ответственности

3

### Управление процессами

Ежедневный порядок: планёрки, задачи, отчёты

4

### Масштабирование

Как расти так, чтобы компания не разваливалась



Рост интенсивности работы команды на 50-70%



Уменьшение хаоса и «ручного управления»



Ясность: что работает, а что сливает деньги



Первые изменения в продажах и операционке

Если не подходит — верну деньги.

Если подходит — выбираете глубину дальнейшей работы.

