

КОНСПЕКТ

КАК БУХГАЛТЕРУ РАЗГОВАРИВАТЬ С КЛИЕНТОМ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Подготовлено учебным центром
Евгении Мемрук «BIZNESINALOGI»

Мы должны разобраться в небольшой, но важной теме. Как бухгалтер выстраивает диалог с клиентами в своих социальных сетях? Я думаю, что здесь есть некоторое количество людей, которые ведут профессиональный контент. Я сейчас в эту тему глубоко погрузилась, потому что у меня достаточно много заявок. Некоторые я распределяю на бухгалтеров, потому что они нишевые. Некоторые мы передаем в чат Клуба. И я вижу, что многие предприниматели пытаются получить бесплатную консультацию в личных сообщениях. Я вам расскажу по своему опыту, как лучше коммуницировать с клиентами в соцсетях, как с ними общаться в личке и в комментариях.

СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ С ПОДПИСЧИКАМИ

Есть два способа прямой коммуникации с подписчиком. Это комментарии и личные сообщения. Здесь нужно чётко понимать, что комментарии видят все. И давайте сразу поговорим по поводу каких-то жёстких или непрофессиональных ответов. Если человек, например, что-то неприятное вам написал, вы ему что-то неприятное ответили, вы должны отдавать себе отчет в том, что это может отпугнуть потенциальных клиентов. Если вы с кем-то «зарубаетесь» в комментариях, вы должны понимать, что потенциальный клиент это видит, и он может даже с вами не вступать в коммуникацию, он не будет знать кто прав, кто виноват, но у него уже может сформироваться негативное впечатление.

Важно!

Я могу на YouTube с кем-то поругаться в комментариях, я понимаю, что в этом есть определенные репутационные риски. Но я так делаю, потому что я отдаю себе отчет в том, какие последствия

могут быть. Поэтому, если у вас не очень много подписчиков, лучше максимально корректно себя вести. Не безлико, а корректно, ни с кем ни в какие конфронтации не вступать.

Вернемся к комментариям и личным сообщениям. Они предназначены совершенно для разных целей. **То, что мы делаем в комментариях, мы ни в коем случае не делаем в личных сообщениях. И наоборот, то, что мы делаем в личных сообщениях, мы ни в коем случае не делаем в комментариях.**

Мудрость

Вам совет или консультацию? А в чём отличие? Отличие в том, что совет бесплатный, а консультация платная. Тогда давайте мне совет. Мой вам совет. Возьмите консультацию.

Откуда идет история, что мы не консультируем бесплатно? Наша консультация не стоила бы 5, 10, 12 тысяч рублей, если бы она была так проста и если бы мы могли односложно ответить на вопрос. Если мы представим идеального предпринимателя, который может сформулировать правильный вопрос и сразу предоставить все вводные данные, необходимые для однозначного ответа, правильно расставит знаки препинания, и нам останется только выдать ответ на его вопрос, да или нет, то это не сложно. Но сложность консультации заключается не в том, что нужна высокая квалификация для консультации. **Сложность консультации заключается в том, что нужно много всего у клиента уточнять. Это занимает много времени.**

Например, есть клиент, он говорит, что открывает парикмахерскую и спрашивает, как ему выбрать систему налогообложения?

И ты понимаешь, что тебе нужно узнать:

- где находится клиент;
- сколько у него будет сотрудников;
- что у него будет помимо деятельности по оказанию услуг;
- будет ли у него торговля;
- если будет торговля, то какая маржа;
- какая площадь витрины.

Огромное количество вытекающих вопросов. Мы понимаем, что мы не можем тратить свое личное время в переписке, в личных сообщениях, потому что нам это никак не поможет заработать. **Когда мы консультируем человека бесплатно в личных сообщениях, этого никто не видит.** Это совершенно неблагодарная работа. Да, какой-то конкретный Иван Иванович Иванов получит ответ на свой вопрос, вы профессионально проконсультируете бесплатно, но этого никто не увидит, и вас никто не похвалит.

А наша задача либо заработать на этом денег, то есть получить на трате своего времени какой-то профит, либо перенести этот диалог в консультации под какой-то ваш контент, чтобы люди, которые будут смотреть этот контент, увидели, как вы в комментариях помогаете другому человеку, как вы отвечаете на его вопросы.

Таким образом, они найдут подтверждение вашей экспертности, и за детальными ответами на их вопросы они смогут записаться к вам на консультацию. **Очень полезно показывать другим людям, которые вас смотрят, как вы помогаете.** Поэтому консультировать в комментариях бесплатно — это ок, консультировать в личке бесплатно — это не ок, потому что в личке этого никто не видит.

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ В ЛИЧНЫХ СООБЩЕНИЯХ

Вам прислали вопрос в личные сообщения. Можно предложить консультацию, если вы не хотите отвечать бесплатно на этот вопрос. Например, на этот вопрос невозможно ответить, да или нет. Вы понимаете, что это вопрос, который требует проработки, требует вашего погружения. Вы должны задать дополнительные вопросы. Вы выбираете: либо игнорировать, либо предложить консультацию. Некоторые бухгалтеры оскорбляются, что им задали вопрос в личные сообщения. И вот эта история: «Неужели этот человек не мог подумать, что я не обязана отвечать бесплатно»?

Во-первых — не все люди умеют думать, во-вторых — не все люди хотят думать. Помните золотое правило людей, которые работают с людьми? **Человек не обязан быть адекватным, он может быть неадекватным.** Всегда на это делайте скидку, поэтому не нужно оскорбляться тем, что человек пришел и задал вопрос.

Более того, можно попытаться это вывернуть в свою пользу. Поэтому не надо оскорбляться и из-за этого игнорировать и уж тем более грубить. Потому что человек может не понимать, что вас это оскорбляет. Многие просто игнорируют, потому что ты понимаешь, что, например, вопрос задан таким предпринимателем, который не может себе позволить консультацию, и нет смысла ему отвечать, если он не заплатит денег. Игнорировать — это плохая история, и все вопросы должны быть отработаны. **Любую коммуникацию с клиентом мы должны завершать призывом к действию.**

А лучше, если мы дадим клиенту альтернативу. Мы можем сказать: «Дело в том, что ответ на ваш вопрос требует погружения и проработки. Мне нужно задать вам дополнительные вопросы, потому что, исходя из того, что вы сейчас написали, я не могу вам однозначно ответить, это будет

непрофессионально, и вам это никак не поможет. Кроме того, мне нужно потратить свое время. Поэтому я, к сожалению, не могу вас бесплатно проконсультировать в личных сообщениях, но вы можете приобрести мою консультацию, она стоит столько-то, условия такие-то, либо, если вам этот вариант не подходит, вы можете почитать мой контент на эту тему и точно поспрашивать в комментариях, я там иногда отвечаю».

То есть мы сразу даем человеку понимание, что ему нужно делать.

Мы ему уже помогли, он уже будет благодарен, мы ему помогли тем, что мы предложили ему альтернативу и дали выбор. И мы ему даем выбор между получением платной услуги и получением бесплатной услуги, где он может закрыть какие-то свои точечные вопросы, потратив больше времени. **Мы подсвечиваем ценность консультации.** Мы говорим о том, что вы знаете, это не то, что я жадная, не то, что я обладаю знаниями, которыми не хочу с вами делиться.

Проблема в том, что большой объем работы, и я не могу сейчас вам односложно ответить, потому что мне нужно очень много всего у вас уточнить. Если мы хотим, чтобы вы получили точный ответ на вопрос, вы же пришли сюда за решением, значит нам нужно с вами провести работу.

КОНСУЛЬТАЦИЯ И ОТВЕТЫ В КОММЕНТАРИЯХ

Дальше мы либо проводим консультацию, либо отвечаем в комментариях. Разберем отличие платной консультации от бесплатной. Вам нужно понимать, где разграничение зоны ответственности. То есть, когда вы просто даёте какой-то совет, который не оплачен, вы можете не вникать в суть. Вам задали вопрос, например: «Я самозанятый, могу ли я торговать на маркетплейсах»?

Если это бесплатный вопрос, который вам задан в личке, вы можете ответить «да». И это будет правдой. Но правда в том, что это «да» работает в исключительных случаях, когда плательщики НПД реализуют продукцию собственного производства и соблюдают определенный ряд условий. Вы ответили на вопрос? Ответили. Вы правильно ответили? Ну, в принципе, да. Вы не обманули. Вы не соврали, вы не сказали, что дважды два — пять. Но вы понимаете, что именно здесь дальше сам клиент несет ответственность за уточнение этого вопроса.

Конечно, с точки зрения профессиональной этики, правильно было бы ответить на этот вопрос полноценно, либо не отвечать вообще. Как можно ответить на такой вопрос? Можно сказать: «Да, но только если вы в целом попадаете под применение НПД, и если вы не нарушаете всех положений 422-ФЗ», вы не обязаны рассказывать: «Но только если вы продаёте продукцию собственного производства и ваш доход составил не более 2,4 миллиона рублей в год, и у вас нет наемных работников, и вы не продаете продукцию, которая попадает под обязательную маркировку». Вы можете человеку дать вектор, куда ему дальше идти, где что почитать. Но вашей ответственности в целом здесь нет. Когда вы берете деньги за платную консультацию, здесь уже вы начинаете нести ответственность.

Продаем платную консультацию. Продаем консультации мы всегда строго по предоплате. Потому что может произойти так, что в рамках консультации человек будет не удовлетворен ответом не потому, что вы плохой специалист, а потому, что его ответ не устроил.

Например, вы ему подобрали такую систему налогообложения, единственную для него подходящую, по которой ожидания по налоговой нагрузке его не устроят. Он думал, что здесь можно быть самозанятым, или он думал, что можно применять патент, а вы ему сказали, что можно применять только УСН «Доходы».

Или, например, он думал, что можно применять УСН «Доходы», налог будет маленький, а вы ему сказали, что нет, этот вариант не подходит.

И у меня были такие случаи в практике, что ты как будто бы начинаешь испытывать угрызения совести, и твой внутренний товарищ, который очень совестливый, добрый человек, он говорит: «Не бери с него деньги, потому что ты его расстроила, ты не дала ему то, что он хотел, ты не придумала, как сделать так, чтобы он платил меньше налогов».

И это плохо, потому что вы начинаете думать, а как вам клиенту помочь по-другому, а как вам сделать ему скидку? Тем временем вы уже отработали те деньги, которые вы просите, вы провели консультацию, вы помогли клиенту, вы выбрали ему единственный правильный режим налогообложения. И желательно сначала услышать сформулированный запрос от клиента, причем достаточно подробно, потом выставить счет или ссылку на оплату консультации, а потом уже проводить консультацию.

Просто так, слепо принимая деньги за консультацию, вы потом замучаетесь делать возвраты, потому что может быть такая ситуация, например, когда клиент задает вопрос, в котором вы некомпетентны, вообще вопрос, который находится вне компетенции бухгалтера. **Всегда сначала проверяем ожидания клиента, совпадают ли они с вашими компетенциями и с вашей этикой.**

Дальше, если мы готовы этому клиенту помочь, выставляем счет или ссылку на оплату, и только после оплаты приступаем к консультированию. Вот такой механизм продажи.

ЭТАПЫ КОНСУЛЬТАЦИИ:

1. Сбор информации. Если это, например, вопрос в плоскости выбора системы налогообложения, мы понимаем, что мы очень много всего должны уточнить. Это и количество людей в штате, их ФОТ и регион, и виды деятельности все, которые клиент осуществляет, и, в общем, огромное количество нюансов.

Если мы говорим про ставки НДС, то еще и как работают ваши контрагенты. То есть первый большой этап — это сбор информации, и это клиенту нужно подсвечивать, что у вас уходит на это время, потому что вы этим занимаетесь.

2. Подготовка консультации. Когда вы начинаете прорабатывать стратегию, а потом вы можете с клиентом созвониться и ему эту стратегию презентовать.

Но тут тоже нужно различать два типа консультации:

- Консультация, когда человек просто хочет, чтобы вы ответили на его вопросы. Могу ли я там делать то-то, то-то? Или могу ли я вот так вот уволить сотрудника? Это просто условно ответы на вопрос из-за разряда уточнить пару моментов, и потом мы как бы говорим, да или нет.
- Подобрать систему налогообложения, например. У клиента допустим, пивной магазин, и он хочет открывать франшизу, мы понимаем, что это так называемый кейс, это не совсем консультация.

ПРО РЕШЕНИЕ КЕЙСА

Мы начинаем решать кейс, сложную задачу. Когда вы разбираете кейс, тогда у нас будет:

1. Сбор информации.
2. Предварительная подготовка, то есть разбор этого кейса.
3. Презентация решения.
4. Протокол. Открываем какой-нибудь Google-документ и по шаблону заполняем досье клиента. Вопросы, которые поднимались на консультации, варианты решения этих вопросов и итоги.

И обязательно дальше призыв к действию. Если это клиент новый, и он пришел по поводу организации бизнеса, вы его можете «закрыть» на регистрацию ИП или ООО. Если он, например, хочет открываться в банке, то вы можете его как-то через свою партнерку «протащить». Если это клиент не новый, у него действующий бизнес, уже в зависимости от того, есть у него бухгалтер или нет бухгалтера. Скорее всего, бухгалтера нет, вы можете предложить ему экспресс-анализ, можете предложить ему восстановление и дальше закрывать на обслуживание. То есть мы понимаем, что консультация является главным входом в воронку продаж. Мы всегда после консультации должны на что-то «закрывать».

Вопрос: *Прошла консультация и говорю, что в течение недели могу пояснить, что вдруг непонятно по консультации, но бывает через месяц или больше опомнится. Что порекомендуешь делать?*

Ответ: Сразу на уровне тарифов прописываем, в течение скольких дней мы отвечаем и на какое количество дополнительных вопросов, потому что могут завалить голосовыми. После того как этот «гарантийный» срок прошел, вы просто говорите, что с момента вашей консультации прошло уже столько-то времени, дополнительные вопросы были возможны, в течение трех дней.

Сейчас мне придется поднимать документы, вспоминать ситуацию и так далее, поэтому прошу вас, если вас интересуют ответы на дополнительные вопросы, записаться на повторную консультацию. И здесь можно ввести систему лояльности, например, сказать, что повторная консультация возможна со скидкой 15-20%, если человек записывается в течение месяца.

Например, в течение недели вы отвечаете на полноценные вопросы бесплатно, если на восьмой день начинаются вопросы, то в течение месяца с момента консультации будет скидка 20%.

Можно на самом деле эту штуку превратить в преимущество и показать, что мы заботимся о клиенте, мы даем бесплатный гарантийный период и у нас есть постгарантийный период, когда мы даем скидку на повторную консультацию. У врачей такая же история. У них обычно первичный прием стоит X рублей, а повторный прием стоит дешевле. Потому что врач вас уже знает, он собрал ваш анамнез, у него все это в карточке лежит.

Поэтому повторно можно записывать клиентов на консультацию за какие-то меньшие деньги. У вас меньше времени уйдет на то, чтобы въехать. Ваша стоимость часа никак не поменялась, но времени вы потратите меньше и стоимость будет тоже меньше.

ЗАЧЕМ ОТВЕЧАТЬ В КОММЕНТАРИЯХ И КАК ЭТО ПРАВИЛЬНО ДЕЛАТЬ?

1. Демонстрация экспертности — это больше для тех людей, которые не задавали этот вопрос.
2. Повышение охватов и создание вовлеченности. Банально, чем больше у вас будет комментариев под публикациями, тем лучше они у вас будут залетать и вируситься. Знаете, как иногда бывает? Вот вы ответили на чей-то вопрос, человек прочитал, и в этой ветке еще, например, отметил своего знакомого.

Если мы публикуем ответ открыто, то у нас увеличивается охват и создается вовлеченность. Как мы консультируем в комментариях? Заваливаем человека дополнительными вопросами, то есть мы спрашиваем: «А это? А это?». И вот так мы можем развивать кейс. Людям будет интересно это читать, они будут сидеть и кликать.

Если мы понимаем, что мы на вопросы можем ответить односложно, никогда не отвечаем «да» или «нет». Мы отвечаем: «Да, потому что...» и даем ссылку на нормативку или как-то это объясняем. Наш ответ должен быть максимально развернутым, и он должен быть написан адекватным языком, то есть не надо писать про совокупную налоговую обязанность, человек не поймет, о чем речь. Пишите понятным для аудитории языком.

