ЧПОУ "СККИТ"

Работа с возражениями клиентов в салонах красоты

Техники, скрипты и алгоритмы для администраторов и мастеров: как слышать истинную причину сомнения и превращать её в запись.

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Почему возражение — это не отказ

Истинное сомнение

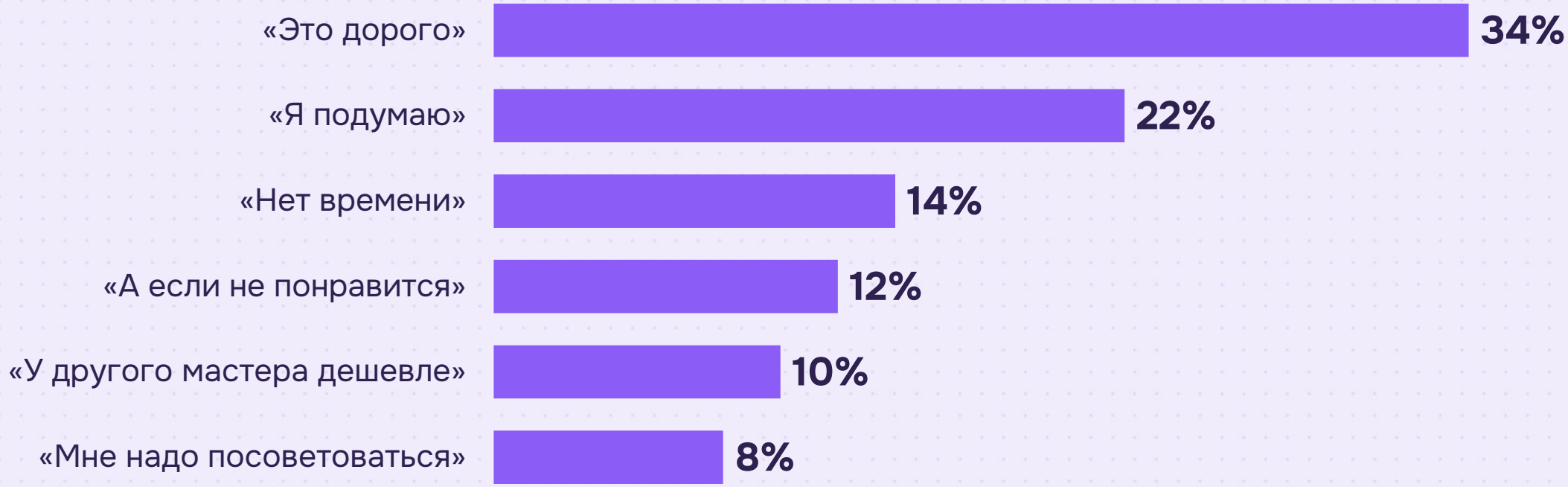
Клиент взвешивает: «Дорого», «А точно получится нужный оттенок?», «Боюсь испортить волосы». Это интерес и запрос на аргумент — с ним можно и нужно работать.

Ложное возражение

Отговорка, за которой стоит неудобство или недоверие: «Я подумаю», «Мне надо посоветоваться», «Оставьте визитку». Задача — мягко выяснить настоящую причину.

Возражение = интерес клиента и запрос на аргумент, а не отказ от услуги

Топ-6 возражений в салоне красоты



«Дорого» и «подумаю» — половина всех возражений:
с них и начинаем обучение администраторов

Оценка на основе статистики салонов, 2026

ПРОЦЕСС

Алгоритм ПВС: принять — уточнить — аргументировать

1

Выслушать без спора

Дайте клиенту договорить, не перебивайте и не оправдывайтесь. Возражение — это запрос на информацию, а не атака.

2

Присоединиться

Согласитесь с правом на сомнение: «Понимаю, вопрос цены важен». Это снижает напряжение и открывает диалог.

3

Уточнить истинную причину

Задайте уточняющий вопрос: «Что для вас важнее — результат или срок?» За «дорого» часто скрывается страх или недоверие.

4

Аргументировать и закрыть на запись

Дайте аргумент под выявленную потребность и предложите выбор: «Вам удобнее в четверг или субботу?»

АЛГОРИТМ ДЛЯ АДМИНИСТРАТОРА

Блок-схема разговора с возражающим клиентом



Цикл повторяется, пока клиент не согласится или не прозвучит отказ — фиксируйте причину в CRM.

ПРИЁМЫ В РАБОТЕ

Пять техник, которые снимают возражение за одну реплику

Присоединение

Согласитесь и разверните: «Именно поэтому мы делаем это в два этапа — так безопаснее для волос».

Бумеранг

Верните вопрос клиенту: «А с чем сравниваете — с другим салоном или с домашним уходом?»

Дробление цены

Разложите сумму: «8 000 ₽ за окрашивание — это около 260 ₽ в день до следующего визита».

Сравнение с альтернативой

Покажите цену ошибки: «Переделка после домашней краски обойдётся дороже и займёт два визита».

Ссылка на кейс и отзыв

«У Анны был такой же тип волос — покажу результат и её отзыв после этой процедуры».

СКРИПТ: «ЭТО ДОРОГО»

Как отработать возражение на окрашивании 8 000 ₽

01

Присоединиться, а не спорить

«Понимаю, давайте посмотрим, что входит» — снимаем напряжение и переводим разговор в разбор услуги.

02

Разложить цену на составляющие

Показать, из чего складываются 8 000 ₽: материалы, работа мастера, время и уход после процедуры.

03

Сравнить с ценой ошибки

Домашний уход и переделка у другого мастера обойдутся дороже — предлагаем пакет или рассрочку.

КАК БЫЛО

«Ну подумайте» — и клиент уходит

- «Я подумаю» — администратор отвечает «хорошо, подумайте» и теряет контакт
- «Нет времени» — слышим отказ и не предлагаем альтернативу
- Возражение воспринимается как отказ, разговор заканчивается

КАК СТАЛО

Вопрос вскрывает причину и ведёт к записи

+ «Что важно уточнить, чтобы решиться?» — вытаскиваем истинную причину: цена, мастер, время
+ Предлагаем визит-экспресс на 30–40 минут вместо полной процедуры — запись здесь и сейчас
+ Запрещённые фразы убраны из скрипта; каждый ответ завершается вопросом и предложением слота

АНТИПРИМЕРЫ

7 ошибок администратора в работе с возражениями

+ Что делать правильно	– Чем это оборачивается
Спорить и оправдываться	Клиент закрывается, диалог превращается в конфликт — визит не состоится
Давать скидку сразу	Обесценивает услугу и приучает ждать скидку — маржа падает, повторных визитов нет
Обесценивать клиента	«Вы не понимаете» — потеря контакта и негативный отзыв в соцсетях
Отвечать «у нас все так ходят»	Возражение не снято, клиент уходит к конкуренту с тем же вопросом
Молчать после возражения	Пауза читается как неуверенность — клиент сам закрывает тему отказом

ЭФФЕКТ СКРИПТОВ

Цифры: как возражения влияют на выручку

+15–25 п.п.

Рост конверсии в запись

Звонок → визит после внедрения скриптов

–30 %

Снижение отказов по цене

Возражение «дорого» закрывается в диалоге

+18 %

Рост среднего чека

Допродажи через снятие сомнений

Сравнение «было → стало» после обучения администраторов работе с возражениями

Оценка по кейсам внедрения скриптов в салонах, 2026

CRM И AI · 2026

Как фиксировать возражения в CRM и анализировать VOC

69%

Компаний используют CRM ежедневно

Ещё 23% — еженедельно

19,2%

Проникновение ИИ в функции CRM

В компаниях с высоким потоком сделок — вдвое выше

39%

Уже используют ИИ-агентов

Автоответы в мессенджерах, подсказки администратору

32,4%

Автозаполнение карточек сделок

Самая востребованная ИИ-функция в CRM

Тегируйте возражения в карточке клиента — и VOC превращается в управляемый список причин отказа

Источник: J'son & Partners Consulting, ноябрь 2025 — январь 2026; СберАналитика, ноябрь 2025

ПЛАН ВНЕДРЕНИЯ

Обучение команды: 4 недели до новой конверсии

Неделя 1 — ГОТОВО

- ~~Аудит возражений: прослушать и записать звонки~~
- ~~собрать топ-5 формулировок «дорого»~~
- ~~ответственный — управляющий~~
- ~~артефакт — реестр возражений~~

Неделя 2 — СЕЙЧАС

- **Тренинг по скриптам и ролевые игры**
- **отработка ответов на «дорого», «подумаю», «нет времени»**
- **артефакт — скрипт-карта администратора**

Неделя 3 — ПЛАН

- **Внедрение чек-листа в ежедневную работу**
- **разбор сложных диалогов с наставником**
- **артефакт — чек-лист и журнал разборов**

Неделя 4 — ПЛАН

- **Замер конверсии записи и допродаж**
- **сверка с базой недели 1**
- **корректировка скриптов**
- **артефакт — отчёт динамики**

ПАМЯТКА АДМИНИСТРАТОРА

Чек-лист диалога: 7 шагов от приветствия до записи

Повесьте алгоритм на ресепшен: возражение перестаёт быть конфликтом и становится этапом продажи.

- **Улыбка и приветствие по имени — снять напряжение с первых секунд**
- **Выслушать до конца, не перебивая и не споря**
- **Присоединиться: признать право клиента так думать**
- **Уточняющий вопрос — отделить истинное возражение от ложного**
- **Аргумент под потребность клиента, а не общий прайс**
- **Предложить выбор из двух вариантов вместо «да/нет»**
- **Закрыть на запись и зафиксировать возражение в CRM**

ФИНАЛ

Возражение — точка роста, а не отказ.