

Новый товар / недостатки

Ситуация ▶ Представитель компании через СМИ обращается к широкой аудитории, чтобы разъяснить ситуацию, сложившуюся в результате появления на рынке новой продукции, которая была подвергнута серьезной критике. Он признает справедливость замечаний, пытаясь тем самым сохранить репутацию и имидж фирмы.

Цель ▶ Сформировать хорошее мнение о фирме, которая умеет не только демонстрировать свои достоинства, но и признавать свои недостатки.



Место

Пресс-центр,
теле-, радиостудия.

Вербальные средства

Темп размеренный. Тембр мягкий. Выделенные слова произносятся с легким усилением громкости голоса.

Уважаемые дамы и господа!

Первое **правило** любого бизнеса: **клиент всегда прав!** Мы чтим его, как катехизис, хотя в данном случае признание этой азбучной истины дается нам тяжело и влетает в приличную копейчку.

(Сказать со вздохом.) Но что поделаешь?

(Говорить слегка повысив тон.) Целый год <полгода> **мы разрабатывали** принципиально новый подход к организации нашего дела <новую линейку товаров>, **строили бизнес-стратегию**, придумывали промоакции, **проводили тестирования и проверки...** И вот, когда казалось, что **мы все** учли и **предусмотрели**, мы поняли, что... ошиблись.

(Говорить с сожалением.) Вероятно, в своем желании угодить клиенту мы перешли невидимую грань и сделали процесс нашего общения с ним слишком сложным. Мы ввели лишние компоненты, где-то перестраховались, где-то не учли местных условий... Все **проверочные тесты говорили «да»**, но массовый выпуск ответил «нет»...

(Говорить с горечью в голосе.) Теперь нас критикуют. Критикуют в прессе и на телевидении, но для нас не это решающий фактор.

(Говорить с уважительными интонациями.) Прежде всего мы **слушаем наших постоянных клиентов**, которые никогда нас

не подводили и не предавали. И именно **они сказали** свое веское слово: нет, ребята, это неудобно, **слишком сложно** и вычурно. Мол, только простота гениальна.

(Сказать торжественно.) И **мы... согласились.**

(Говорить уверенно, с внутренней силой.) Согласились, но не сдались! У нас большая и сильная **компания**, и она может позволить себе признать, что в джунглях современного маркетинга выбрала одну неверную тропку. Тропка завела в тупик, и мы возвращаемся к истоку, на большую и светлую дорогу. Туда, где нас любят и ждут, где в нас верят.

(Пауза.)

Сегодня **мы** официально заявляем, что **прекращаем неудавшийся эксперимент**. Все, что осталось в розничном обороте, вернется на склады компании и поступит в переработку.

(Пауза; говорить с гордостью.) Даже в своих ошибках мы не нарушим экологии, все будет сделано **чисто**, без вреда для окружающей среды.

Ну что ж – в бизнесе на своих ошибках учатся, а на чужих зарабатывают. Они становятся неразменным капиталом компании, ее золотым фондом. **Мы их учтем**, и следующая **наша разработка** *(говорить с энтузиазмом)*, я уверен, **покорит всех**. Она уже близко, она уже на подходе.

(Тон голоса повысить, говорить с призывом.) **Следите за рекламой** и скоро вы увидите и, не сомневаюсь, **оцените** то, как **мы учимся** на своих ошибках!

Спасибо за внимание! ■

Невербальные средства

Поведение раскованное.
Жестикуляция свободная.

Внешний вид

Повседневный деловой костюм.