



Набрав телефонный номер, мы с надеждой рассказываем потенциальному клиенту о нашем товаре, а в ответ, иногда не дослушав, – холодное «НЕТ». Поиск клиентов и продажи по телефону – трудная работа, которая требует особого мастерства и терпения.

То, как Вы общаетесь по телефону, что говорите, снимая трубку, чем завершаете свою беседу, во многом определяет результат Ваших дел. Когда телефон является для Вас не просто средством общения, а основным рабочим инструментом, мастерское владение им – это необходимое условие профессионального успеха

Для того чтобы продажи по телефону или при личной встрече заканчивались результативно, нужно знать и применять на практике определенные методы работы, а также обладать «правильной» внутренней установкой. Навыки и грамотный настрой – это именно то, что нужно менеджерам по продажам в любой сфере.

ТЕХНИКИ «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКОВ



Цели тренинга

Повышение эффективности поиска и убеждения клиентов за счет правильного использования ресурсов

Выработка грамотного поведения во время «холодного» звонка

Изучение техник работы с возражениями и сопротивлением клиента, а также грамотной работе по предъявлению цены и завершению сделки



Знания и навыки

- Рациональное распределение и использование времени
- Уверенное поведение при «холодных» звонках
- Управление собственным поведением в процессе общения
- Преодоление возражений и критики клиента
- Управление голосом



Содержание программы

1 | Технологи «холодных» звонков в стратегии компании

- Значение «холодных» звонков в «воронке продаж»
 - закон больших чисел и быстрых звонков.
 - потери клиентской базы и управление CRM-системой
- «Выгорание» персонала
 - адекватная оценка усилий для достижения результата. Концепция «Harry looser».
 - защита от необоснованной агрессии
- Критерии принятия решения индивидуальные / компании

2 | Создание доверия

- Технология звонка. **Первые 10 секунд:**
 - приветствие
 - инструменты снижения барьеров коммуникации: укрупнение / положительное мнение / поддержка ценностей ...
- Предложение / **60 секунд:**
 - представление должности / СЕБЯ
 - позиционирование компании
 - цель звонка

3 | Формирование желания

- Шесть типов социального влияния
- Рефрейминг

4 | Особые звонки

- Прохождение секретарского барьера. Типы секретарей и способы работы с ними
- Автоответчик: как оставить сообщение, чтобы оно сработало
- Звонки третьим лицам и по рекомендациям

5 | Возражения по телефону

- Алгоритм работы с возражениями
- Прогнозирование проблемных зон. Сценарии:
 - «Вышлите материалы ... передам ...»
 - «Позвоню, когда понадобится»
 - «Нам не надо» / «работаем с другими»
 - «Мы уже работали с вами и ...»
- Техники выхода из переговоров
 - эмоциональное восприятие отказа
 - промежуточные договоренности
 - пост-контакты

6 | Побуждение к действию

- Три прямых запроса к действию
- Восемь не прямых факторов влияния совершить сделку
 - **«решение принято»:** предварительная договоренность / «верхняя полка» / социальное одобрение
 - **«пустяк»:** как мало ... тратите / «отсутствие риска»
 - **«как много получаете»:** прямые выгоды / выгоды отношений / выгоды в будущем

7 | Управление голосом

- Значение голоса в телефонных переговорах.
- Пять факторов убедительного голоса.
 - поза
 - звучность
 - сила и высота голоса
 - темп
 - монотонность и интонация



Формат бизнес-тренинга

Реализован как в формате «b2b», так и для рынков «b2c». Часто используется в качестве третьего дня в тренинге базовых продаж



standard-learning **2** дн. по **8** ч.
или micro-learning **4** дн. по **4** ч.



оптимальное количество
участников **14** ... **18** чел.



соотношение теории и
практики **15%** / **85%**

Контроль результата

Программа включает все этапы: от диагностики до аттестации степени освоения навыка участниками. Для повышения вероятности внедрения навыков на рабочем месте, мы предлагаем более 20 интервенций:



определение ключевых
компетенций специалиста по
продажам необходимых для
достижения целей компании



разработка **уникальной
программы** и до 85%
практики в **кейсах** на базе
реальных ситуаций



балльная система оценки
поведения участников во
время тренинга и при
выполнении пост-заданий



групповой **отчет** по тренингу,
и **рекомендации** по развитию
компетенций



раздаточные **материалы** и
пост-**задания** для повышения
эффективности тренинга



консультация и **аттестация**
участников через 14 и 30
дней после тренинга