



*Практическое руководство
по Холодным звонкам и продажам
Для регулярного использования*



*Ты всегда можешь сделать больше, в одной и той же ситуации.
Сделай еще одну попытку, на максимуме своих усилий.
И результат будет.*

ЧТО Вам нужно знать о холодных звонках. Как проще и эффективнее их совершать, даже при «сумасшедших планах продаж» от руководства. При этом, оставаясь эффективным, и сохраняя свое эмоциональное состояние.

Данное руководство для тех, кто звонит «в холодную», общается каждый день, ищет новых клиентов или работает с существующей базой. Так же, для тех, кто работает с «входящим трафиком».

Делайте задания регулярно, проверяйте себя на «соответствие требованиям» и будьте в форме !

Основные правила Общения.

- Тот человек, на том конце провода, всегда в рутине своих дел. Зайдите в его пространство, эмоционально и на позитивной ноте, как будь-то, вы принесли «благую весть». ЭНТУЗИАЗМ, в основе любого общения.

- 60/30/10, запомните это правило. 60%, это ваш внешний образ и подача. Мимика, жесты, осанка, ТОН голоса, его окраска, тембр, частота, дикция. 30%, - о чем мы говорим, и только 10%, - что мы говорим.

Наш голос, его тембр, окраска, звучание (60%), - ваша визитная карточка. Вы должны «звучать», а не быть говорящей головой. Вспомните, как вам звонили из очередного Call-center, с целью «узнать ваше мнение...». Вы хотели общаться ? Забудьте об этом.

Вы - яркая индивидуальность. У вас есть свои Стили, подача, коронные фразы (обдумайте), вам всегда есть что ответить Клиенту. С вами приятно общаться. .

- Заготовьте и выучите несколько ключевых фраз, в начале общения. Фразы приветствия. И говорите их эмоционально, на тон выше и очень кратко.

- Не забывайте слушать и слышать собеседника и ведите нить беседы. Т.е. если начали о скидках и доставке, «ведите» в этом направлении, не уходите в другие темы. В обычном разговоре, вы слушаете, как правило 60% (многие это забывают). В телефонных переговорах, т.к. время ограничено, вы «должны вести», но если это ЛПП или вам пытаются донести ключевую информацию, замолкайте и слушайте (!), вы можете взять от этого больше, и дальше выстроить диалог, исходя из контекста, нежели будете любой ценой, «впихивать свое..Продукт, услугу »

- Задайте все вопросы. «Квалификация клиента». Занести все данные в CRM, либо «карточку клиента» и назначьте следующий шаг. Отправить КП, встретиться такого числа, созвониться и т.д.

Не кладите трубку, без заключения этой договоренности.

Ваше Эмоциональное состояние, то КАК вы говорите, это 60% успеха в продажах по телефону.

Если коротко, «состояние уверенности». Как его развивать, «включать», чуть ниже. А сейчас небольшое задание. Проанализируйте ваши «победы и отказы», когда вам говорили нет или вы намечали следующий шаг, назначали встречу, брали контакт ЛПРа и пр. Какое у вас было эмоциональное состояние ? Припомните.

Дак вот. Это состояние можно контролировать и вводить себя в него. До известной степени, разумеется.

Техника Якорения.

Самое главное, перед началом звонка или началом рабочего дня (если у вас сегодня по плану, «только обзвон»), настройтесь. Выкиньте ненужное из головы. Будьте на «своей волне». Сегодня, вы только звоните.

Кстати, как еще одна подсказка от нас, старайтесь разделять вашу деятельность, т.е. скажем, сегодня вы «только звоните» и отправляете КП, завтра и после-завтра у вас день встреч. Не делайте все подряд, это даст вам экономию времени и большую эффективность в итоге.

Что делаем («Якорение»).

Как устанавливать,

Представьте момент закрытия/продажи, сразу после, усильте эту картинку, расширьте ее. Глаза закрыты.

Сделайте ваш жест (инстинктивно), который вы обычно делаете. Сжать кулак, взмах рукой, выкрикнуть "Да", бросить трубку, т.д. Подержите это чувство 10 сек. Прочувствуйте этот момент и свяжите себя с этим чувством. Потом расслабьтесь и повторите еще раз (10 сек.). И так, 3 раза. «Якорь» устанавливается после 3го раза и работает, уже потом автоматически.

Хорошо работает запах, обоняние. Или ваши тактильные ощущения, в зависимости от «вашего канала», к чему вы более восприимчивы. «Закрыли», понюхали что-то (приятное). Когда вы делаете «якорь», это возвращает вас «в момент» и работает на автомате. На уровне физиологии. Якорение усиливается само, с каждым разом.

Важно, устанавливайте только в момент продажи, 3 раза подряд (минимум), тогда он начинает работать.

Задание. После того, как вы установили свой «Якорь», попробуйте его в разных ситуациях. Например, после 10 или 20 го звонка, когда «батарея» уже немного садится и нужно себя подзарядить. Когда у вас предстоит звонок важному Клиенту, а настроение на нуле. Перед важной встречей. Перед выступлением или презентацией. И почувствуйте разницу, «примерьте» эти состояния на себя. Важно пробовать.

Дальше, будет еще пара **упражнений**, как можно потренировать свою уверенность и голос. Это очень важно. Когда большая часть страхов у вас уйдет, м.б. и не сразу, вам станет легче общаться в разных ситуациях, без «преодоления себя». Просто, «зашел и победил», отказали ничего страшного, есть еще как минимум тысяча потенциальных клиентов, которые хотят у вас купить.

Ваш тон голоса.

Основное правило. «Звучите» естественно, но с **энтузиазмом**.

Вы всегда ведете клиента на тон выше. Но БЕЗ давления. На подъеме

Обезоруживающий тон на важном, предложение, сумма и т.д. "ок, давайте прикинем, когда можно к вам подъехать и подписать". «Да, миллион немаленькая сумма, давайте еще раз, что вы за это получаете..»

Закрытие на обезоруживающем, спокойном тоне «ОК, покупаем.?..., just offer". Так же, называем цену. Когда тупят, - петли. «О Себе, о компании...».

Мы закрываем с сочувствующим и уверенным тоном. ВЫ помогаете ему, "да у меня есть что-то, что поможет вам, я уверен в этом !».

Задание,

Возьмите любую вашу ситуацию, разговор с клиентом. И попробуйте нарисовать вашу тональность графически. Например,

Вы делаете **презентацию продукта**, говорите о все плюсах, выгодах. Тон постепенно «ползет» вверх. И в конце «...ну что, Вам нравится ?!», тон резко вверх. Закрываем на подъеме.

Возражения. «...., да, я прекрасно понимаю, сейчас непростое время и ценны постоянно растут. Сумма конечно, немаленькая, но посмотрите, что вы получаете взамен...». Спокойный, медленный тон, понижение в конце. Абсолютная уверенность.

Оглашение цены. «.... ну, с учетом всех условий и времени поставки, это будет 2 млн. могу выслать вам счет ?!». Произносим индифферентно, насколько это возможно. Т.е вы не акцентируете на этом, и не показывает вида. Вам все раавно, обычное дело. Тон спокойный, однотипный.

Возьмите еще ваши ситуации, которые были, с диалогами и «распишите» их графически, с обозначением/направлением тона голоса, интонацией. Это даст вам более глубокое понимание и анализ ошибок, что вы делали не так.

Отработайте тональность на живых звонках. Получите обратную связь. Важно почувствовать разницу.

Речевые шаблоны.

Фразы приветствия, контакта, завершения.

Имейте в запасе, пару ваших «фирменных» ключевых фраз. Которые вы сможете вставлять «на автомате». При телефонном контакте важна скорость, как и в обработке возражений.

«Приветствие» Начало разговора

У вас есть всего 8 секунд, чтобы произвести впечатление, войти в контакт. Используйте это время. Важно, сначала говорим о себе, потом о товаре.

Приветствие

- «День добрый. Я вот по какому вопросу звоню, соедините с ...» (отдел, ответств. лицо)
- «мы хотим с вами сотрудничать по теме ..., с кем можно обсудить... ?»
- «кто у вас занимается ?»

Презентация

- «у нас есть ряд ключевых преимуществ....»
- «есть плюсы и минусы (признаем, искренность), давайте я расскажу подробнее»
- «я за 1 минуту расскажу вам от товаре..»

Завершение

- «когда вы сможете просмотреть, изучить ?»
- «я наберу/подъеду к вам» (дата, время)
- «давайте встретимся, созвонимся (не давайте (!) несколько вариантов)
- «что вас останавливает прямо сейчас ?!...))»
- «ну что, отправляю вам счет ?...»

на «Разрыв шаблона»

«я уверен, у нас получится !...»

«когда/куда отправить счет ?»

«вы первый, кто.....»

«у вас отличный вкус, я уверен, мы сработаемся (комплимент по контексту)

«вы хотите стать наши лучшим клиентом ?!! Это просто....)»

«с таким подходом, вы....» (комплимент, для руководителя)

Запомните очень простое правило, чем более Вы нестандартны и энергичны, тем проще Вас запомнить. А задача хорошего продавца, это выделиться из массы.

Помните ?! Что мы продаем в первую очередь, правильно, себя. Дак не бойтесь показаться «непонятым». Если вы это делаете с легкой улыбкой и легко, поверьте вас запомнят. И захотят общаться дальше. Хорошие долгосрочные отношения, строятся именно на личном контакте.

Сценарий звонка. Скрипты разговора.

Скажем сразу, мы против нудных и однотипных прописанных фраз, которые в логическом порядке выстраиваются одна за другой. Или вы «играете» с ними, легко перебрасывая их по ситуации общения, звонка.

Не будь «говорящей головой», звучи ярко и индивидуально. Вообще. Скрипты и прочие строго прописанные алгоритмы, это для Call-центров, в больших и не очень, компаниях, для большого объема входящего трафика. Когда идет обработка «по головам», т.е. нужно обслужить Nn-ое количество клиентов, не заморачиваясь на качестве. Поточный обзвон.

Если мы говорим о Конверсии, что нам действительно нужно увеличить продажи, занять пару десятков (сотен) лояльных клиентов. Вывести на рынок сложный продукт, или он у вас априори сложный. Такой метод, просто скрипты, не подходит.

Нужен осознанный подход, и как минимум «конструктор скриптов» или разные сценарии звонка. Для разных целевых групп, товаров, отдельных предложений, акций и т.д.

.Очень **неплохой сервис** (б/платный), именно по созданию интерактивных скриптов **“ScriptOn”** (<http://script-on.com/>). Создать самому разные скрипты, можно за 20, 30 минут работы. Как делать **индивидуальные скрипты**, мы подробно разбираем на тренинге **«Холодные звонки. Продажи переговоров»**, программа, приходите.

Ну и несколько очень важных вещей, которые нужно держать в голове если, вы все-таки работаете, звоните по Скрипту.

Правила

- Шаблон не делает за вас продажу, но помогает держать в голове основные моменты, цель звонка.
- Составьте свой скрипт под отдельный оффер, товар, акцию (сегменты ЦА) и выучите его.
- В шаблоне, Сценарии, Д.б. смысловое ядро, т.е. ключевые цепляющие фразы. На них меняем тон (повышаем, «восходящий тон»), как правило, это происходит в начале общения. Репетируйте эти фразы до автоматизма.

ВАЖНО Последовательность ПРОХОДА по скрипту. Шаги.

Ознакомится, расположить. Узнать потребность. Узнать о клиенте. Сделать оффер. Договорится о след. шаге. Занести данные в карточку.

Этап «презентация». Возьмите 3 основных преимущества товара и говорите о них.

Моменты общения.

В разговоре, при звонке. Вы можете качнуть «в минус», скажем говоря о конкуренте. «А вы знаете, вы заплатите в 2 раза больше в «точке А» (конкурент), просто за.....», «От него приходили клиенты к нам, с аналогичной проблемой, вы хотите так же ? (называете реальный случай, кейс). Эту технику нужно использовать аккуратно, но просто знайте, что она есть.

Говорите кратко. Цифры, факты. Подтверждения. Переводите все на язык клиента. «Это может увеличить вашу прибыль в раз».

«Давайте, я вам сделаю предварительный расчет и скину на электр. почту. Техника раннего шага. Дайте больше сразу. Этот метод, мы подробно разбираем на тренинге «Большие продажи»

Этап «Завершение»

Не затягивайте общение. Выяснили основное (см. выше) Договорились о следующем действии. (сделали письмен. пометку). Занесли инфо в CRM. (статус клиента, основная информация, готовность, причины отказа, степень важности, цветовые метки). И попрощались на позитиве.

Как вы завершаете, тоже важно. Даже (!), если что-то пошло не так, Клиент, ваш собеседник «не в Духе», попрощайтесь легко. Люди запоминают начало и завершение разговора. «Да, отлично !), я позвоню вам на след. неделе»

Задание,

Возьмите тот товар или услугу, которую Вы сейчас продаете.

Выпишите 3 ключевых преимущества, чего нет у конкурентов или мы это, действительно можем представить как преимущество.

И составьте Ваш индивидуальный Сценарий звонка (можете использовать сервис Script-On). Выделите в нем «ключевые фразы» (см. выше) и отрепетируйте их произношение. Обкатайте этот Сценарий на практике.

Возражения. Обработка, основные ошибки.

Ну и в заключении, ваша любимая тема «Возражения». Здесь, конечно, с легкой долей самоиронии.

«С места в карьер», **основные правила при работе с возражениями.** На самом деле, их всего несколько, соблюдая их, вы значительно облегчите себе жизнь.

- Сделка, продажа (даже по телефону) начинается когда вам 1й раз говорят «нет». Научитесь спокойно реагировать на отказ, слово «нет». Ваша реакция д.б. нейтральной.

- Не делайте пауз после возражения. Вопрос — ответ. Вы д.б. как мячик, отскакивающий от стенки. Когда мы «зависаем» и подбираем слова, мы набираем «негативные баллы» у клиента. Отвечайте сразу, даже (!) иногда не по-делу, но отвечайте. Шутка, короткая метафора, если совсем нет аргументов. Позже, они найдутся.

- Сначала изолируй возражение, потом отвечай на него (я правильно вас понимаю ?). Определите, это действительно возражение или желание «отмазаться» от вас.

- Если возражение "ниже плинтуса", ищите в нем позитив и от него «пляшите». «Ну если вы, все же позвонили к нам, увидев негативные отзывы, то вас что-то заинтересовало ?!.... расскажите подробнее»

- У вас д.б. ОДНА универсальная фраза-ответ на возражение (чтоб не париться и долго не думать), когда ситуация заходит в тупик.

Например, **Диалог**

"давайте попробуем поставить это на продажу..." **возражение** (нет, дорого, есть более выгодн. предложение)

«...именно по этому, я и хочу предложить...» фраза. **именно по этому**

Мы сейчас не будем давать техники, по обработке основных возражений «дорого, я подумаю, нет денег, а можно со скидкой ?, «там» дешевле», часть из них, вы наверняка знаете. Если нет, приходите к нам, на живой тренинг, там мы это все подробно разбираем до уровня, «разбудите меня ночью, и я отвечу вам...».

Ну т.е. до ваших устойчивых навыков.

В качестве Бонуса,

Основные **правила общения с первыми лицами (ЛПР)**. Кстати, наш совет. Если хотите действительно крупных сделок и расширения клиентской базы «вглубь», выходите на первых лиц, с ними сложнее, но эффективность и конечный результат возрастает в разы.

он (ЛПР) такой же человек. Как и вы.

Особенности общения

- возможность сразу принять решение.
- ему нужны факты и цифры, будьте подкованы, знайте предмет и статистику. Готовьтесь к диалогу, изучите проблему.
- у вас не много времени. Говорите по сути.
- вы должны найти его и максимально эффективно занять его время.
- постарайтесь запомниться.

На этом, мы пожалуй, завершим.

Нам очень важна ваша обратная связь, напишите нам aprioriperm@gmail.com

Наш Telegram — канал (о продажах и не только)
[t.me@vadimonline](https://t.me/vadimonline)

Наш обычный номер, +7(342) 204-22-18.

Ну и конечно, приходите на наш живой тренинг **«Холодные звонки. Продажи , переговоры»**, полная программа, запись, [по ссылке](#)

Для вас, специальная скидка 10%. **Плюс** еще один БОНУС, о котром мы сообщим после вашей заявки. Он, очень интригующий :)

До встречи на обучении.

И отличных вам продаж и Довольных клиентов !

apriorinova.ru

Copyright © 2017, Кирилук Вадим