

A red telephone handset is positioned at the top, and a white telephone handset is at the bottom. Both are connected to their respective coiled cords. The background is a solid, bright yellow color. The text is centered over the image.

ХОЛОДЫЕ ЗВОНКИ

Как из холодных звонков, сделать горячих клиентов

ПРАВИЛА ВЕБИНАРА



ЧАТ ПО ДЕЛУ



ВЗАИМНОЕ
УВАЖЕНИЕ



КОНСТРУКТИВНЫЕ
ВОПРОСЫ

СОДЕРЖАНИЕ ВЕБИНАРА

- ☎ Типичные ошибки при холодном звонке
- ☎ Правила холодного звонка
- ☎ 2 фишки, которые увеличивают конверсию
- ☎ Подготовка
- ☎ Приемы обхода секретаря
- ☎ Алгоритм работы с ЛПР (как работать с отказами)

ОБО МНЕ

Руководитель отдела обучения и развития персонала в ChemPartners, бизнес-тренер, психолог

14 лет в сфере обучения и развития персонала

500+ результативных тренингов

7000+ обученных менеджеров и руководителей

10000+ проанализировано звонков

200+ написано скриптов продаж





ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ В ХОЛОДНОМ ЗВОНКЕ

НАПИШИТЕ В ЧАТ, КАКИЕ ОШИБКИ ЧАЩЕ ВСЕГО
ДОПУСКАЮТ МЕНЕДЖЕРЫ В ОБЩЕНИИ ПО ТЕЛЕФОНУ?

01 ОШИБКА

**ЗВОНИТЬ ПРЕДВАРИТЕЛЬНО
НЕ ПОДГОТОВИВШИСЬ
К ЗВОНКУ**

ДО ЗВОНКА ПРОСМОТРЕТЬ И ОТКРЫТЬ
ПОСЛЕДНИЕ ПИСЬМА, КОММУНИКАЦИЮ
(НАПРИМЕР: В БИТРИКС24), ИНЫЕ
НЕОБХОДИМЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ
ПРЕДМЕТНОГО ДИАЛОГА С КЛИЕНТОМ

02 ОШИБКА

**ЗВОНИТЬ НЕ ПОСТАВИВ СЕБЕ
ЦЕЛЬ MAX И MIN**

ДО ЗВОНКА ОПРЕДЕЛИТЬСЯ, ЧЕГО ВЫ
ОЖИДАЕТЕ ОТ РАЗГОВОРА С КЛИЕНТОМ,
ЧЕМ ХОТИТЕ ЗАКОНЧИТЬ ДИАЛОГ
И КАК БУДЕТЕ ЗАКРЫВАТЬ КЛИЕНТА

03 ОШИБКА

НАРУШАТЬ ПРАВИЛА КОММУНИКАЦИИ

НЕ ПЕРЕБИВАТЬ КЛИЕНТА, УМЕТЬ ПОДСТРАИВАТЬСЯ ПОД ЕГО НАСТРОЙ, БЫТЬ ГИБКИМ. СЛЕДИТЕ ЗА ИНТОНАЦИЕЙ В ГОЛОСЕ, ВАЖНО ЧТОБЫ НЕ БЫЛО ОБВИНИТЕЛЬНОГО ТОНА, ПОТЕРИ ИНТЕРЕСА К КЛИЕНТУ

04 ОШИБКА

**«МОЖЕТ БЫТЬ», «ЕСЛИ ХОТИТЕ»,
«НЕ ЗНАЮ», « ВЫ ДОЛЖНЫ»,
«А НЕ ХОТЕЛИ БЫ»**

ДАННЫЕ ФРАЗЫ НЕ ПОБУЖДАЮТ КЛИЕНТА К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЯ, А НОСЯТ КОНСУЛЬТАТИВНЫЙ ХАРАКТЕР. ЕСЛИ ХОТИТЕ ПОБУДИТЬ КЛИЕНТА К ДЕЙСТВИЮ, ИСПОЛЬЗУЙТЕ СЛОВА «Я ПРЕДЛАГАЮ», «ГОТОВ...», «ПРЕДЛАГАЮ ОБСУДИТЬ БОЛЕЕ ПОДРОБНО»....

05 ОШИБКА

СРАЗУ НАЧИНАТЬ ДИАЛОГ С ВОПРОСОВ

ОТСУТСТВИЕ ПОНИМАНИЯ У КЛИЕНТА,
ДЛЯ ЧЕГО В САМОМ НАЧАЛЕ ДИАЛОГА
ВЫ ЗАДАЕТЕ ЕМУ ВОПРОСЫ, РОЖДАЕТ
НЕДОВЕРИЕ. ИСПОЛЬЗУЙТЕ
РАЗРЕШИТЕЛЬНУЮ ФРАЗУ, КОТОРАЯ
УСПОКОИТ КЛИЕНТА

06 ОШИБКА

**НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПЕРЕХВАТ
ИНИЦИАТИВЫ**

ПЕРЕХВАТЫВАЙТЕ ДИАЛОГ С КЛИЕНТОМ.
ТОТ, КТО УПРАВЛЯЕТ ДИАЛОГОМ,
ТОТ УПРАВЛЯЕТ И КЛИЕНТОМ

07 ОШИБКА

**В КОНЦЕ ДИАЛОГА НЕ ЗАКРЫВАТЬ
КЛИЕНТА НА ПРОДОЛЖЕНИЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, НАПРИМЕР:
«НУ ВЫ КАК ОЗНАКОМИТЕСЬ,
ЗВОНИТЕ», « ХОРОШО, ПОДУМАЙТЕ»,
«КАК БУДЕТ ПОТРЕБНОСТЬ
НАБИРАЙТЕ» И ПР.**

**ВСЕГДА ЗАКРЫВАЙТЕ КЛИЕНТА НА
КОНКРЕТНОЕ СЛЕДУЮЩЕЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПО ДАТЕ И ВРЕМЕНИ**

08 ОШИБКА

**БЫТЬ В НУЖДЕ И НАВЯЗЫВАТЬ
СВОЙ ПРОДУКТ**

ЗАРАНЕЕ ПОДГОТОВЬТЕ СВОИ АРГУМЕНТЫ
И ЦЕННОСТИ ПРОДУКТА, КОМПАНИИ
ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ УБЕДИТЬ КЛИЕНТА
В ТОМ, ЧТО С ВАМИ ВЫГОДНО
СОТРУДНИЧАТЬ

09 ОШИБКА

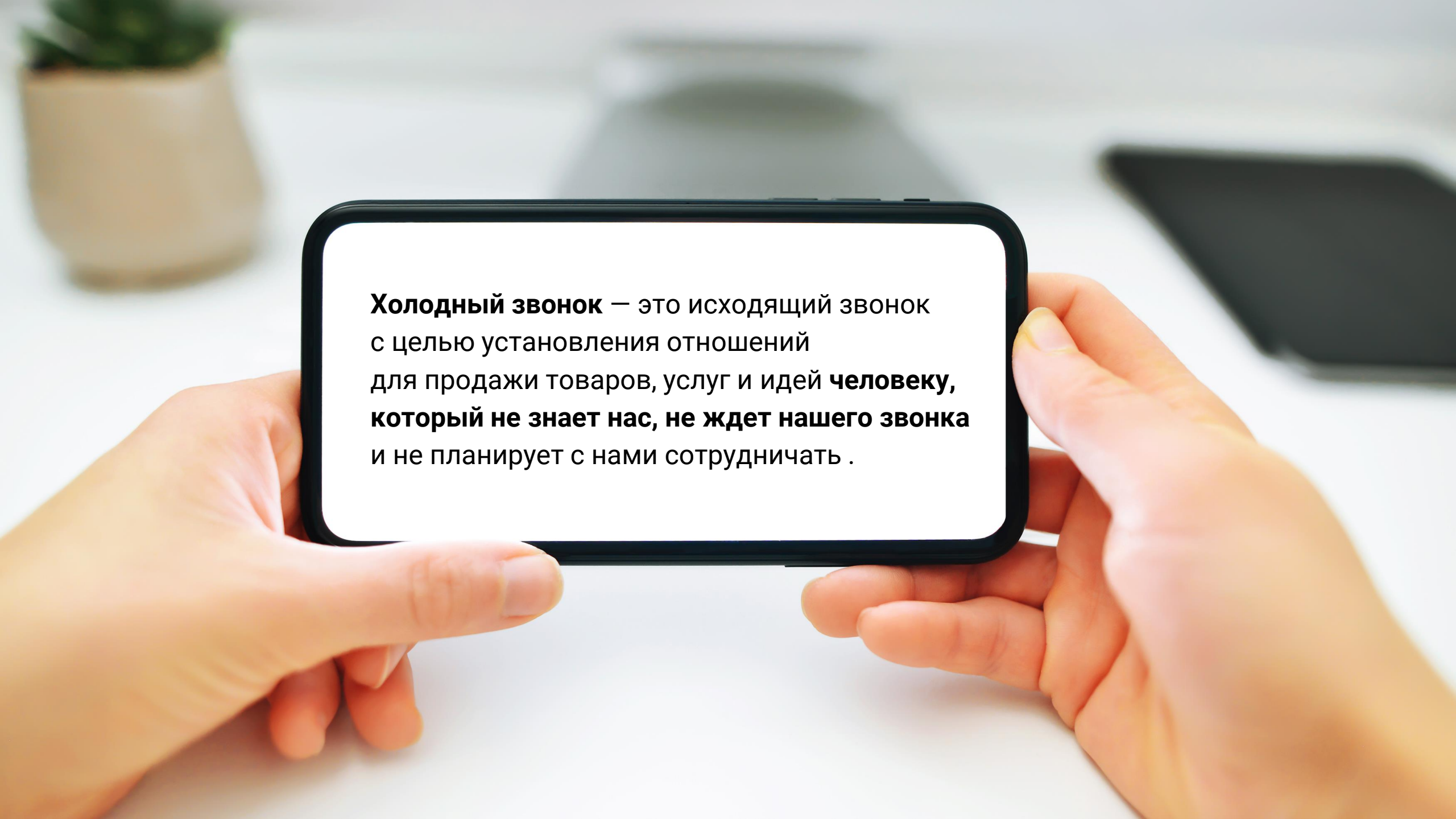
**НЕ ЗАДАВАТЬ ВОПРОСОВ
ИЛИ ИСПОЛЬЗОВАТЬ
НЕ ЛОГИЧНЫЕ ВОПРОСЫ**

ЗАРАНЕЕ ПОДГОТОВИТЬ БЛОК ВОПРОСОВ,
КОТОРЫЕ ДАЮТ ВАМ ВАЖНУЮ
ИНФОРМАЦИЮ О КЛИЕНТЕ. ВОПРОСЫ
ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЛОГИЧНЫМИ. НЕ ДОЛЖНЫ
НАПОМИНАТЬ УГАДАЙКУ, ТИПА
«А ЭТО ИСПОЛЬЗУЙТЕ? НЕТ, А ЭТО?»

10 ОШИБКА

**СТРОИТЬ ОЖИДАНИЯ
И НЕ ГОТОВИТЬСЯ К ВОЗРАЖЕНИЯМ**

ОТСУТСТВИЕ ЗАГОТОВЛЕННЫХ
АРГУМЕНТОВ НА ВАШ ПРОДУКТ ПРИВЕДЕТ
К ТОМУ, ЧТО КЛИЕНТ НЕ УВИДИТ ЦЕННОСТИ
РАБОТЫ С ВАМИ. БУДЬТЕ ГОТОВЫ ВСЕГДА

A pair of hands is holding a black smartphone horizontally. The screen is white and displays text in Russian. The background is a blurred office desk with a laptop and a small potted plant.

Холодный звонок — это исходящий звонок с целью установления отношений для продажи товаров, услуг и идей **человеку, который не знает нас, не ждет нашего звонка и не планирует с нами сотрудничать.**

НАПИШИТЕ В ЧАТ, КАК ВЫ ДУМАЕТЕ ПОЧЕМУ
У ХОЛОДНЫХ ЗВОНКОВ КОНВЕРСИЯ НИЖЕ?

НЕСКОЛЬКО ПРИЧИН НИЗКОЙ КОНВЕРСИИ

Никто сразу не бросается в «объятия» к незнакомым людям;

Люди имеют негативный опыт когда им что-то «впаривали»;

Большинство менеджеров давят и манипулируют, а это никому не нравится!

Часть менеджеров совсем не обучалась общению, делает звонки, как получится и вызывает сомнение уже с первой секунды;



ПРАВИЛА ХОЛОДНОГО ЗВОНКА

ПРАВИЛО: ГОЛОСА

ПОНРАВИТЬСЯ

От первых слов будет зависеть, понравитесь вы своему клиенту или нет

ВАС СЛУШАЮТ

Если вы понравитесь, то тогда вас будут слушать

ВАМ ВЕРЯТ

Вследствие если вас слушают, значит вам верят

**А если вам доверяют,
то тогда у вас
обязательно купят.**



КИНОМЕТАФОРА

ПРАВИЛА: ХОЛОДНОГО ЗВОНКА

Чтобы вероятность перевода предложения в заявку была максимальной, важно:

- есть ли у нас навык общения, сценарий и цель;
- каков наш настрой;
- знание товара и наличие сильных аргументов;
- умеем ли договариваться на второй звонок .



**2 ФИШКИ, КОТОРЫЕ
УВЕЛИЧИВАЮТ
КОНВЕРСИЮ**

ЗАКРЫТИЕ

Закрытие – это вопрос побуждающий принять решение

- **ЧЕЛОВЕК ТАК УСТРОЕН:**
ОН АВТОМАТИЧЕСКИ ОТВЕЧАЕТ НА ВОПРОСЫ
- **ПРАВИЛО ЗАКРЫТИЯ:**
ВСЕГДА «ЗАКРЫВАЙ» НЕ ОЗНАЧАЕТ ВСЕГДА ПРОДАВАЙ
- **ЗАКРЫТИЕ НЕ ДАЕТ:**
ГАРАНТИИ 100 % ОПЛАТЫ
- **СУТЬ ЗАКРЫТИЯ:**
ПОВЫШАЕТ КОЛИЧЕСТВО СОГЛАСИЙ
ГАРАНТИРУЕТ МОМЕНТАЛЬНУЮ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ

МЯГКИЕ

КАК ВАМ?

ЧТО ДУМАЕТЕ?

ЧТО СКАЖЕТЕ?

ТВЕРДЫЕ

ДОГОВОРИЛИСЬ?

СОГЛАСНЫ?

ХОРОШО?

ИЗОБИЛИЕ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

СВОБОДА
ОТКАЗА

МИНИМАЛЬНАЯ
ВЫГОДА

ЖЕЛАНИЕ

ЗАКРЫТИЕ



ПОДГОТОВКА

Если я не знаю проблемы
я не могу дать решение.
Поэтому важна подготовка

НАПИШИТЕ, ЧТО ВКЛЮЧАЕТ СЕБЯ ПОДГОТОВКА?

01

ЦЕЛЬ

СЕКРЕТАРЬ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ
ВАШЕЙ ЦЕЛЮ!

MAX

Встреча в конкретное время

MIN

КП со вторым звонком

02

КЛИЕНТЫ

ЗНАТЬ СВОЮ ЦА

Кто ваши клиенты?

Чего они хотят?

Чем вы их можете зацепить?

Лист подготовки к ХЗ		Компания 1	Компания 2
Описание	Информация		
Дата и время звонка	Пункт заполняется непосредственно перед звонком		
Название компании	Полное название компании, расшифровка и возможные общепринятые сокращения		
Месторасположение: город, район, с какого года существует на рынке	Город, где располагается центральный офис, и с какого года существует		
Род занятий	Кратко о специфике «чем занимается» — что делает, производит, главный продукт, услуга. Насколько успешна		
Размер, филиалы, подразделения	Ориентировочная численность персонала, расположение и количество филиалов, подразделений		
Последняя новость (событие) компании	Последние одна-две положительные новости или события компании, кратко — что, где, повод		
Контакты общие (адрес с комментариями, телефоны)	Фактический адрес и общедоступные телефоны		
ЛПР и наименование позиции	Имя, Отчество, Фамилия, коммерческий директор (например)		
Контакты ЛПР	Телефон ассистента и прямой, если возможно — мобильный		
Дополнительная информация об ЛПР	Возраст, карьера, образование, семья и т. п.		
Рекомендация (от кого)	ФИО человека, который дал рекомендации, кем он является для ЛПР		
Где потенциально могли общаться, встретиться с представителем	Выставки, семинары, места, где потенциально возможно было встретиться с представителем компании		

03

КОНКУРЕНТЫ

ВАШИ ДРУЗЬЯ

Кто ваши конкуренты?
Чем вы лучше их?
Как они ведут диалог
с клиентом?

КАК ВЫ ДУМАЕТЕ КАКАЯ КЛЮЧЕВАЯ ОШИБКА
ДОПУСКАЕТСЯ МЕНЕДЖЕРОМ ПРИ ОБЩЕНИИ
С КЛИЕНТОМ?

ОСНОВНАЯ ОШИБКА ВСЕХ МЕНЕДЖЕРОВ ДЕЛАЮЩИХ ХЗ :

начинать говорить о СЕБЕ — какие мы замечательные и сколько у нас регалий...



БАЗОВОЕ

Ваша деятельность + наша
= результат и выгоды

УНИКАЛЬНОЕ

Универсальная проблема +
наше универсальное
решение = результат
и выгоды

**что-то, что не делают ваши
конкуренты, но делаете вы**

АДРЕСНОЕ

Проблема
Как решаем
Что получаем в выгодах
В деньгах
Успешный кейс





ОБХОД СЕКРЕТАРЯ

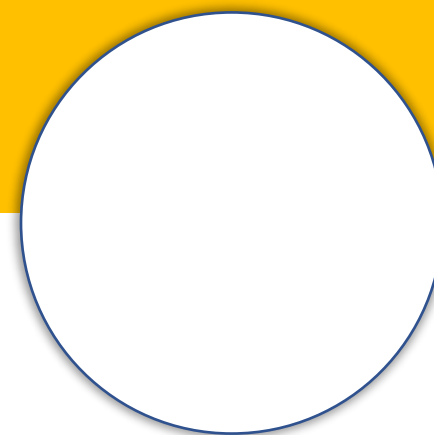
ОБХОД СЕКРЕТАРЯ. ПРИЕМЫ



Честные приемы основаны на нашей уверенности и настрое, знании бизнес-процессов и других особенностей работы как самого секретаря, так и компании в целом.



Приемы с элементами интриги и разрыва шаблона – приемы в которых наши слова не вписываются в модель мышления секретаря.



Приемы с элементами обмана или манипуляции основаны на определенном введении секретаря в заблуждение .

АЛГОРИТМ ОБХОД СЕКРЕТАРЯ



**1. ЗВОНОК
КОЛЛЕГИ**

**2. ЗВОНОК
МАНИПУЛЯЦИЯ
(УЧАСТКОВЫЙ,
НАЛОГОВАЯ)**

**3. ЗВОНОК
СЕКРЕТАРЯ**

**4. ЗВОНОК
ТРЕТЬЕМУ ЛИЦУ
НАПРЯМУЮ**

**5. ВНУТРЕННИЙ
НОМЕР НАУГАД**

**6. ЗВОНОК В
КОНЦЕ РАБОЧЕГО
ДНЯ**

**7. СЛОЖНЫЙ
ВОПРОС
СЕКРЕТАРЮ**

**8. «ПЕРЕДАЙТЕ
ЕМУ»**

9. «ОН ЗНАЕТ»

**10. «МНЕ ОТ ВАС
ЗВОНИЛИ»**

**11. ЗАХОД НА
ВТОРОЙ ЗВОНОК**

**12. РЕШЕНИЕ ЗА
БОССА**

**12 СПОСОБОВ
ОБХОДА
СЕКРЕТАРЯ**

Ваш коллега звонит по вашему контакту первым, узнает имя ЛПР, передает его вам, и вы делаете свой звонок, уже используя имя ЛПР.



Добрый день! Татьяна Иванова, компания «Реактивы» (компанию называем другую).
Будьте добры, соедините с директором.

А по какому вопросу?



По вопросу сотрудничества. Мы хотим вам предложить интересные условия по сотрудничеству.

Вышлите информацию на почту



Да, хорошо, я готов записать! Как зовут директора? Я поставлю пометку, что информация для него. (Или «На чье имя мне отправлять письмо?»)

Андрей Иванович Ипатов



Спасибо огромное! А когда мне перезвонить по результатам?

Позвоните в пятницу после двух.



Да, хорошо! Всего доброго.



Сергей Иванович?



Сергей Иванович, добрый день, меня зовут Лукьянова Мария, компания «Проект». Я ищу человека, который у вас занимается закупками, посмотрел у вас на сайте информацию и решил, что, возможно, это вы (пауза).



Так, «Сергей Иванович, будьте добры, помогите мне, пожалуйста, а кто у вас занимается закупками? Мы планируем работать с вами, и мне важно уточнить сейчас некоторые вопросы.

Да!



Нет. Наверное, какая-то ошибка...



Да, спрашивайте





Добрый день, Мария Лукьянова, компания «Проект».
Будьте добры, соедините с Константином Викторовичем



По вопросу дополнительной прибыли за счет
сокращения издержек при закупке сырья
ИЛИ
По вопросу оптимизации расходов на приобретение
продукта

Здравствуйте!.. А по какому
вопросу?





Добрый день, Мария Лукьянова, компания «Проект». Будьте добры, помогите мне: нам из вашей компании звонил сотрудник, к сожалению, я не могу точно назвать его имени, меня не было на месте, мне передали... То ли Сергей, то ли Андрей?



Мы компания «Проект», занимаемся Вероятнее всего, Сергей или Андрей был из отдела закупок, возможно, один из руководителей, кто бы это мог быть? (Заккрытие.)

Компания такая-то, приемная, слушаю вас.



А кто вы и по какому вопросу вам звонили от нас?





ЛПР



Добрый день! Александр Иванович! Меня зовут Мария Лукьянова, компания «Проект».
Спасибо, что нашли время!



2 варианта

Я посмотрела на вашем сайте, что вы, компания «Проект Холдинг», находитесь в Новосибирске, уже более десяти с половиной лет занимаетесь производством и продажей И кстати, увидела, что вы открываете филиал в Москве и этим занимаетесь как раз вы.

Я встречалась на днях на конференции с вашим коллегой Андреем, он дал мне ваши контакты и рекомендовал позвонить вам. Он сказал, что ваша компания «Проект Холдинг» находится в Новосибирске и что вы планируете открывать филиал в Москве
Насколько я вижу у вас на сайте вы уже 10 лет занимаетесь производством и продажей ..., что говорит о том, что вы уже эксперт в этом бизнесе.

Да, слушаю



Да, думаем открывать





А мы, компания «Проект», находимся в Москве и с 2001 года являемся поставщиком сырья ..., имеем собственный завод Также осуществляем импорт сложного химического сырьязаканчивая.....

Я позвонила, чтобы договориться о встрече, на следующей неделе буду у вас в Новосибирске, в среду и четверг. И хочу с вами встретиться и познакомиться лично.
Когда вам удобнее?

4 ВАРИАНТА ОТВЕТА

Согласие

А что у вас?

Отказ

Возражение



СОГЛАСИЕ



Уточните, пожалуйста, в среду вам удобнее или в четверг?

Четверг



С ориентируйте меня по времени, во сколько вам удобно встретиться и куда подъехать?

**В часов 15:00, улица
Ленина дом 20Б, офис 414**



Спасибо! До встречи.

Досвидание



Если звонок на продажу, то можно после согласия след диалог

Согласие



Александр Иванович, чтобы сэкономить время, я предлагаю поступить самым простым способом: я запишу ваш имейл и прямой номер и до (смотрим на часы) 11:40 пришлю пустое тестовое письмо, а чтобы мы с вами не потерялись, в 11:50 перезвоню, проверить, дошло ли? Вы мне в виде ответа на мое письмо вышлите список сырья, которое сейчас закупаете и что продаете, желательно с ценами. Я на основании вашего листа подготовлю первое предложение, которые вы точно закупаете, и отправлю вам. Потом созвонимся еще раз, обсудим и согласуем уже предметно по факту и составим тестовую заявку, хорошо?



Записываю вашу почту..... и телефон....

Записала, тогда на связи

Ну, хорошо



89.....



Да, хорошо

КОГДА НУЖНА РАЗВЕДКА?

«Темные пятна» в информации о клиенте, и вам неплохо было бы их заполнить, чтобы подготовиться к встрече .

Сомнения в «приоритетности» клиента — насколько он «потенциален» в сравнении с другими, стоит ли ехать к нему, или есть более важные встречи, так как ваша поездка занимает немало времени, которое не вернуть.

**РАЗВЕДКА
НУЖНА, ЕСЛИ**

А что у вас?



Да, конечно сейчас расскажу. У нас кстати, очень большой ассортимент, чтобы не отнимать у вас много времени разрешите задам пару, тройку вопросов, Хорошо?



3-5 вопросов



Александр, Иванович, я слышу, что интерес к нашей компании есть. Я еще долго могу говорить о том, почему выгодно сотрудничать с нами, однако, предлагаю поступить следующим образом. Я к вам подъеду на следующей неделе в удобное для вас время и более подробно обсудим на месте. Когда на след неделе вам будет удобно?

Ну, если только быстро



А ну понятно



В пятницу



РАБОТА С ОТКАЗОМ

ЗАКРЫТИЕ

ОТКАЗ 1

«СТОП» РЕАКЦИЯ
+ СИЛЬНЫЙ
ВОПРОС:
«а что смущает?»

ОТКАЗ 2

ФРАЗА
ИЗОБИЛИЯ

ОТКАЗ 3

ЗАКРЫВАЙ
НА ЦЕЛЬ MIN:
ОТПРАВКА КП

ОТКАЗ 1(1)



Предлагаю договориться о встрече, что скажите?»



СТОП РЕАКЦИЯ «угу», (говорим грустно), затем
+ СИЛЬНЫЙ ВОПРОС

«А если не секрет что смущает»

А если не секрет, в чем причина?

А если не секрет, что останавливает?

А если не секрет, что мешает?

Спасибо, нам это не
интересно



Времени, сейчас нет



**Фраза изобилия (честно говорю, свои действия)****Предложение:**

«Александр Иванович, я все таки предлагаю сделать следующим образом.

Я к вам приеду в удобное для вас время, мы лично познакомимся. Я вам кратко и понятно расскажу ваши варианты и возможности. Отвечу на любые возникшие вопросы, если понадобится сделаю корректные расчеты, под вас на месте».

Свобода отказа:

«Если вам что-то не понравится и вы скажите «нет» и .. я уеду и все».

Минимальная выгода:

«Но как минимум у вас будет полная, корректная и информация и личное понимание, а не общая презентация, как вы можете оптимизировать свои затраты на сырье

Желание:

«А если вам понравится, то я заключу с вами договор и буду лично контролировать процесс.

Закрытие:

Что скажите?

Времени, сейчас нет





Александр Иванович, моя цель чтобы вы и ваши компания получала самое лучшее сырье, но только при одном условии.

Что вы сами решите, что вам это нужно.

Я предполагаю, что вам присылают 10-ки презентаций чего угодно. И они не помогают, а наоборот запутывают.

+фраза изобилия

Не обязательно, но будет бонусом:

Я лучше презентации, потому-что умею говорить, знаю ответы на вопросы и смогу точно под вас сформировать предложение сразу на месте.

Что скажите?

ОТКАЗ 2 (3)

Я не готов, пришлите КП, а потом подумаем





Александр Иванович, Чтобы я не присылала вас спам разрешите пару вопросов задам, Чтобы сделать адресную краткую презентацию под вас.

ОТКАЗ 2 (4)

Я не готов, пришлите КП, а потом подумаем




2 ВАРИАНТА ОТВЕТА



**Хорошо
(задаем 2-4 вопроса)**


Нет

ОТКАЗ 3



Да, хорошо, сделаю КП будьте добры @, я готова записать, будьте добры ваш номер, ваше полное Имя (если не знаете).

Это только для меня, для контакта с вами.



Александр Иванович, чисто ориентировочно когда сможете ознакомиться с предложением, чтобы я могла перезвонить и узнать ваше мнение?

Если я позвоню, во вторник в часов 11:00, это удобно?

Спасибо, Александр Иванович, во вторник в 11:00 вас наберу! Хорошего дня!

Нет

Зачем вам мой номер

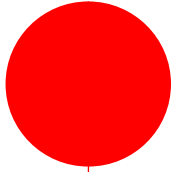
Хорошо. Записывайте 892..

На следующей неделе
набирайте

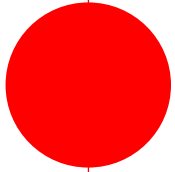
Звоните



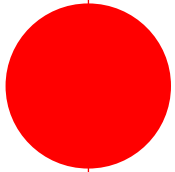
ВЫВОДЫ



Всегда есть люди, которые скажут «нет» именно сейчас . Поэтому нет смысла опускать руки! Всегда найдутся те, кто скажет «да», если мы продолжаем делать звонки . Это правило статистики!

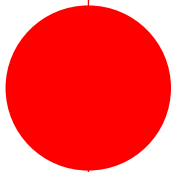


Холодные звонки — это игра с пропорциями: когда у нас есть статистика, мы можем управлять продажами .



Чтобы вероятность перевода предложения в заявку была максимальной, важно:

- 1) есть ли у нас навык общения, сценарий и цель;
- 2) каков наш настрой;
- 3) знание товара и наличие сильных аргументов и
- 4) договариваемся ли мы на второй звонок .



Если я не знаю проблемы я не могу дать решение. Поэтому важна подготовка.

БОЛЬШИХ ПРОДАЖ

Лукьянова Мария



8 926 662 78 65



lukyanovamarya@mail.ru

