



# «Холодные звонки: НЕНАВИЖУ»

Кульчицкая Юлия

Директор агентства маркетинговых решений

«Мак Групп»

(351)723-01-27

# Продавцы терпеть не могут «ХОЛОДНЫЕ» звонки!

- Правило успеха в продаже таково:

**Не продавайте – помогайте купить**



*А.Казанцев*  
b-mode.ru



*А.Казанцев*  
b-mode



*А.Казанцев*  
b-mode.ru

# Причины нелюбви

- Необходимость построения быстрого контакта.
- Возможность из всех невербальных средств воздействия использовать только голос. Ведь мы не можем сказать клиенту по телефону: я сейчас сижу в открытой позе, лицо у меня заинтересованное, а на губах играет приветливая улыбка. Я ужасно обаятелен. Обаяние может передать только голос.
- Невозможность использовать специально подготовленные материалы: буклеты, листовки, таблицы, графики, фотографии и образцы нашего товара.
- Сложность получения информации.
- Лимит времени. Даже самые близкие друзья говорят по телефону меньше, чем при личной встрече. Что же говорить о потенциальном заказчике.

## 2 действия помогут преодолеть страх и кое-что еще

1. Ставить цели звонка или встречи, которые зависят только от вас и ни от кого больше.
2. Потренироваться преодолевать этот страх «на кошках».

«Здравствуйте, меня зовут так-то, я тренируюсь преодолевать страх отказа клиента. Откажите мне сейчас как можно жестче, чтобы я хорошенько потренировался!» (повторить 20-30 раз)

### Что-то еще:

1. Наведите подробные справки о тех, кому Вы звоните. Если вы работаете продавцом, то Ваш девиз лучше меньше да лучше
2. Проводите «маркетинговое исследование» – сразу говорите об этом. Это не продажи.
3. Расширяйте базу данных – ссылаться на рекомендации значительно проще.
4. Оживляйте базу данных – своим звонить куда проще.

# ПРАВИЛА ХОЛОДНЫХ ЗВОНКОВ



# Правило №1. НИЧЕГО НЕ ПРОДАВАТЬ!

- Очень важно при первом звонке клиенту НИЧЕГО НЕ ПРОДАВАТЬ! Так и говорите:
- ✓ «я не хочу вам сейчас продавать или делать какие-то коммерческие предложения,
- ✓ «я бы хотел больше узнать о вашей компании, чтобы понять, могу ли я быть вам полезными в вопросе увеличения продаж (увеличения количества клиентов).
- ✓ «У меня есть к вам несколько вопросов...».

## Правило №2. ЗАДАВАЙТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

- О ситуации на мировом рынке
- О ситуации на местном рынке
- О конкурентах
- О способах продвижения
- О планах
- О новостях
- О мероприятиях
- О стремлении понять бизнес-процессы, особенности работы компании клиента

# Правило №3. ДОГОВОРИТЕСЬ О ВСТРЕЧЕ!

- Холодный звонок - это лишь способ ДОГОВОРИТЬСЯ О ВСТРЕЧЕ! Или о повторном звонке (если продажа осуществляется по телефону)
- Время и место встречи предлагает продавец, а назначает клиент
- Лучше заранее проговорить тему для встречи
- До встречи не озвучивайте никаких предложений и тем более цен.



# ОТГОВОРКИ: ПОЧЕМУ ОНИ НЕ ХОТЯТ ГОВОРИТЬ



А покупал хомячка

# Отговорка #1:

## Я нахожусь на встрече

### ЦЕЛЬ

Это прекрасный прием заставить звонящего чувствовать себя немного виноватым за то, что он прервал потенциального клиента в такой важный момент.

### ВАРИАНТ ВОПРОСА:

«Чтобы не занимать много времени, давайте спланируем, когда мне лучше вам позвонить?» или просто «В какое время вам лучше перезвонить?»»

# Отговорка #2: Перезвоните мне!

## ЦЕЛЬ:

Оставляет вас с чувством «надежды». Единственная проблема: в момент повторного звонка потенциальный заказчик либо снова занят, либо мы натываемся на голосовую почту.

## ВАРИАНТ 1

«Мне знакомо это чувство, когда дела не позволяют прерваться ни на минуту, у меня такой же плотный график. Давайте я перезвоню вам через час или назовите удобное вам время»

## ВАРИАНТ 2

Звоню только чтобы согласовать время для нашего разговора. (Постарайтесь контролировать ситуацию и получить информацию о времени звонка. Если клиент не может говорить сейчас, дождитесь от него точной даты или предложите свои варианты).

## Отговорка #3: Пришлите мне информацию на электронную почту

### ЦЕЛЬ:

Это тоже отговорка, похожая на предыдущую тем, что создает степень надежды. Большинство клиентов не будет читать ваши письма или факс. Они попросили что-нибудь им прислать только для того, чтобы избавиться от вас.

### ВАРИАНТ

А почему бы нам просто не встретиться? Вас устроит следующий вторник, в три часа дня

# Отговорка # 4: Я занят!

## ЦЕЛЬ:

Это не совсем отговорка, возможно клиент действительно занят в данный момент, но конечный результат все тот же. Клиент отвечает, что лучшего времени не бывает, просто попробуйте позвонить позже. Звонок прерван.

## Вариант 1:

Тот же, что и при отговорке 1

## Вариант 2:

«Мне знакома эта ситуация, у меня тоже все расписано по минутам. Давайте сравним наши расписания и найдем время, когда мы можем поговорить. Я думаю, 30 минут будет достаточно. Как вам вариант: сегодня, скажем, в 16:30, подходит»? (Обращайтесь к клиенту по имени и отчеству и не забудьте перезвонить!)

## Вариант 3

«Хорошо, давайте запланируем удобное для вас время. Один вопрос: когда мы вернемся к нашему разговору, какая информация от меня вам будет нужна в первую очередь»? (Здесь вы можете перечислить основные моменты вашего предложения)

# Отговорка #5:

## Нам сейчас ничего не нужно

### ЦЕЛЬ:

«Нам сейчас ничего не нужно» работает каждый раз безотказно. Разговор обычно заканчивается обещанием продавца перезвонить «через несколько недель», когда «возможно ситуация изменится».

### Вариант 1.

Клиент: «Сейчас нас это не интересует».

Продавец: «Это нормальная реакция на любое предложение, когда мои клиенты слышат его в первый раз, однако потом у них появляется возможность понять, какую выгоду можно получить из наших услуг (продукции). Именно поэтому я предлагаю вам встретиться! Вас устроит среда, в 16:30?»

### Вариант 2.

Клиент: «Нет, спасибо, нас устраивает то, что у нас есть...».

**Продавец:** «Отлично, что вы занимаетесь обучением своих сотрудников (перечислите услуги клиента). Мои клиенты из компании ABC говорили мне то же самое, пока не познакомились с нашей системой обучения (с нашим предложением, программным обеспечением, продуктом). Они увидели, что наша программа (продукт, сервис, ПО) может реально помочь в повышении эффективности продаж (сервиса, экономии бюджета и так далее)».

**Продавец:** «Прекрасно, многие мои клиенты, с которыми мы только начинали сотрудничество, говорили мне те же самые слова. Но после того как узнали больше и посмотрели наше предложение, были рады, что уделили несколько минут для разговора. Их заинтересовала наша продукция «Как вы считаете, у вас это будет работать?»)

# Отговорка #6: Мы удовлетворены нынешними поставщиками

## Вариант 1 :

- «Что, если наше предложение сможет улучшить... (перечислите некоторые аспекты их бизнеса, о которых вам известно). Если вы решите, что это не соответствует вашим потребностям в данный момент, то, по крайней мере, у вас будут альтернативные варианты на случай, если ваше мнение изменится в будущем».

## Вариант 2

- «Отлично. Лучший способ увидеть ценность нашего продукта (услуги, программы, сервиса и так далее) – это сравнить результаты и простоту его использования с аналогичными предложениями на рынке. Давайте встретимся, и я покажу вам, как можно легко (сэкономить деньги, повысить качество обслуживания, уменьшить сроки доставки и так далее) без больших инвестиций»?

## Вариант 3

- «Да, я знаю, что у вас уже есть поставщик. И, наверняка, сравнения текущего поставщика с другими предложениями кажутся вам сопоставлением яблок с яблоками? Как вы знаете, технологии меняются быстро, и мы в состоянии выполнить за месяц то, на что другие компании тратят от трех до четырех месяцев. Давайте мы сделаем сравнительный анализ того, что вы получаете сейчас, с тем, что вы получите, используя наш сервис (продукт, программное обеспечение и т.д.), и если наше решение вам не подойдет, вы сразу скажете «нет», и мы расстанемся друзьями.»

# ОШИБКИ



[motivators.ru](http://motivators.ru)

Улыбайтесь, даже говоря по телефону. Тот, кто тебе звонит, обязательно это почувствует.



# Ошибка №1. ЗВОНКИ ПОСЛЕ КОЛЛЕГ

**ОШИБКА:** сослаться на звонок от коллеги, который был ранее – перспектива почерпнуть негатив клиента от разговора или от того, что он не помнит самого звонка.

- **Рекомендация продавцам №1.** Не работайте по холодным звонкам ваших коллег. Невозможно предугадать, какое впечатление оставил ваш предшественник.

# Ошибка №2. Слишком быстрый переход к назначению встречи

Ошибка: Продавец узнает потребности, но не проверяет насколько эти потребности для меня важны в настоящий момент. Продавец не объяснил выгоды и не подвел к осознанию проблемы.

## Рекомендация №2

Не спешите с назначением встречи. Постарайтесь сделать максимум, чтобы клиент осознал, что не впустую потратит свое время на встрече. Идеальный вариант на первом звонке до назначения встречи предложить клиенту выслать информацию по электронной почте. Скорее всего, он ее не прочтет, или, прочитав, поймет несколько своеобразно, зато продавец получит прекрасную возможность «помочь клиенту разобраться», да и разговор далее уже будет предметным.

# Ошибка №3: Оставить что-то нужное

Ошибка №3. У продавца нет минимальной информации, которую он может предоставить.

Рекомендация продавцам №3.

Будьте гибкими! Оставьте что-то после себя. Если клиент отказывается от встречи, предложите ему любую информацию, которую он просит: стоимость за час консультации, цены на недвижимость в Австралии, фьючерсы на Лунный камень и т.д. Нет под рукой? Не страшно, пообещайте подготовить и выслать по e-mail. И главное, непременно вышлите. Но не через «пару месяцев».

# Ошибка №4: Попытаться договорить после прощания

Ошибка №4. Хотя я уже и кладу трубку, но я все еще слышу, что говорит продавец. Любые попытки продавца продолжить разговор, когда с ним уже попрощались, выглядят как верх непрофессионализма.

Рекомендация №4. Если клиент с Вами уже попрощался, а у Вас остался важный вопрос, просто перезвоните. Не кричите в трубку, не пытайтесь остановить клиента. Подождите пару минут и перезвоните. Но вопрос у Вас должен быть действительно очень важный.

# Ошибка №5 Продавец выяснил подробнее новый ли клиент

- Ошибка №5 Продавец не предпринял попытки выяснить подробнее новый клиент или уже работал с компанией.
- Рекомендация продавцам №5. Первым делом в начале разговора попытайтесь выяснить максимальную информацию о клиенте.

# Ошибка №6. Продавец выдает информацию, которая служит негативом

- Ошибка №6. Продавец выдает информацию, которая служит негативом для клиента.
- Рекомендация №6. Аккуратнее относитесь к тому, что говорите. Попробуйте поставить себя на место клиента и представить, купите ли Вы тренинг у продавца, который после этого тренинга так и не заговорил на иностранном языке. Вы должны иметь возможность быстро и без затруднений подтвердить информацию, которую Вы выдаете клиенту, а клиент должен иметь возможность легко эту информацию проверить.

# Ошибка №7. Продавец говорит о том, что не в его компетенции

- Ошибка №7. Продавец говорит о том, что не в его компетенции.
- Рекомендация №7 Старайтесь никогда не употреблять фраз «это не возможно», «таковы правила компании», «никто это не может решить». Помните, «Возможно все!», и всегда исходите из этого. Ну и самое важное, Ваша задача на этапе телефонного разговора заключается только в том, чтобы пригласить клиента на встречу, не более. А для решения этой задачи все способы хороши.

# Ошибка №8 | Продавец открытым текстом признается, что клиент не важен

- Ошибка №8. Продавец открытым текстом признается, что я для него как клиент не важен.
- Рекомендация продавцам №8. Если Вы сразу не выяснили, кто «на другом конце провода», то это можно сделать позднее, под любым предлогом пригласив клиента на встречу. Какого типа будет эта встреча, конечно же, зависит от масштабов бизнеса.



# Ошибка №9 Не давайте советов, если Вас не просят

- Ошибка №9. Когда клиент советует продавцу – это совет. Когда продавец советует клиенту – это...
- Рекомендация №9. Помните, что деньги, которые Вы хотите получить, находятся у клиента в голове. Берегите голову клиента, не давайте ему советов, когда он Вас не просит, иначе деньги так и останутся у клиента.

# СЕКРЕТЫ



**ОН НЕ ВЫПОЛНИЛ ПЛАН**  
по продажам

# Секрет № 1. Отношение к окружающим

- Отношение к людям не должно зависеть от их положения и должности, пола и возраста, цвета кожи и национальности. Необходимо ко всем относиться с одинаковым уважением.
- К сожалению, часто бывает так: когда у людей начинает что-то получаться, они становятся более высокомерными. Зачем им уподобляться? Помните: скромность — высший пилотаж для делового человека.
- Не нужно считать, что у бизнесмена должно быть серьезное лицо, — это не так. Улыбайтесь, и люди полюбят вас. Всем хочется иметь дело с приятным во всех отношениях человеком. Поэтому для начала необходимо продать свое обаяние и только потом — идею, услуги и товары.

# Секрет № 2. Lifelong education

- Lifelong education, учитесь всю жизнь.

Этот процесс не должен прерываться никогда! Только постоянно впитывая новые знания, вы сможете не отстать от прогресса, быть готовым к неизбежным переменам в жизни, полностью реализоваться. А ведь самый удачный капитал для любого бизнеса — ясный ум и время.

- Успешные продавцы понимают: то, что помогло сегодня, не обязательно сработает завтра или через полгода. Может понадобится совершенно иной ПРИЕМ

## Секрет № 3. Работать не так, как все

- Продавец, который приходит на час раньше и уходит на час позже, работая при этом с максимальной эффективностью, может удвоить личные продажи!
- Нужно всего лишь научиться беречь и свое, и чужое время. Не отвлекаться на «посторонние шумы»: разговоры, плетение интриг, перекуры, социальные сети. И особенно на «чужие» проекты. В Продавец занимается только продажами. Все, что от него требуется, — выполнить план и увеличить объем сделок.
- Полезно будет, если продавец разработает свой персональный план продаж. Причем его планка должна быть как минимум в два раза выше установленной руководством.
- Когда план выполнен, предстоит совершить самое главное: остаться профессионалом.

# Секрет № 4. Уметь слушать

- Беда многих продавцов в том, что им все время хочется говорить. Перебивая клиента, они в итоге пропускают мимо ушей самую важную информацию. Отсюда и многочисленные ошибки в процессе продаж: неправильное понимание желаний клиентов, письма с ошибками, составление коммерческих предложений, которые никто не читает, и т. д.

## Техники, помогающие слушать и слышать.

- Прием «Попугай». Дословное повторение продавцом высказывания покупателя. Этот прием сопровождается такими фразами: «Вы считаете, что...», «Насколько я вас понял...».
- Прием «Обобщение». Обобщение высказывания покупателя с помощью фраз «Значит, вас интересует...», «Я понял вас, вам нужен...».
- Прием «Основной смысл». Повторение основного смысла высказывания клиента. Например, продавец говорит: «Если исходить из того, что вы сказали, вас интересует только...»
- Прием «Уточнение». Продавец просит уточнить некоторые моменты

## Секрет № 5. Преодолеть свой страх

- Страх — главный враг начинающего продавца. Продавцы боятся получить отказ от покупателей.
- Знаете, чем успешные люди отличаются от всех остальных? Во-первых, они не раздумывают долго, а сразу бросаются в бой — все пробуют на практике.

## Секрет № 6. Забыть о продажах

- Ошибка многих продавцов заключается в том, что они все время продают, пытаются «впарить» товары и услуги своим клиентам. Не интересуются, чего те хотят. Главная цель таких торговцев — продать как можно больше и дороже.



## Секрет № 7. Быть дисциплинированным

- Со временем нас часто постигает самая страшная для деловых людей болезнь — лень, которая мешает нам оставаться дисциплинированными.
- Вы никогда не замечали, что среди успешных бизнесменов много военных?



Самый неопытный рыбак ...  
...всегда ловит самую крупную рыбу