

# Навыки эффективных продаж по телефону





## **История компании**

Компания основана в 2004 г., в настоящий момент является лидером на рынке IT-услуг нашего региона.

Основная сфера деятельности - продажа и обслуживание программных продуктов (таких как Касперской, dr.Web, 1С)

### **Основные корпоративные принципы:**

1. Стремление к инновациям
2. Приоритет качества обслуживания
3. Ориентация на клиента
4. Профессионализм сотрудников

# Что такое продажа



***ПРОДАЖА*** —

это процесс оказания  
помощи клиенту в принятии  
решения



# Особенности телефонных продаж

Преимущества	Риски
1. Экономит время	1. Отсутствие личного контакта
2. Большой обхват клиентов, чем при активных продажах	2. «Сломанный» телефон (не вся информация может дойти до клиента)
3. Возможность оперативно найти информацию интересующую клиента	3. «Стражи»
4. Помогают создать стабильные отношения с клиентом	





# Этапы продаж

- 1 Подготовка
- 2 Установление контакта
- 3 Выявление потребностей
- 4 Презентация выгод
- 5 Работа с возражениями
- 6 Завершение сделки



# Цель звонка

## Техника SMART

**S-Specific-Конкретная**

**M-Measurable-Измеримая**

**A-Achievable-Достижимая**

**R-Relevant-Актуальная**

**T-Time-bound-Ограниченная во времени**



# У нас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление...



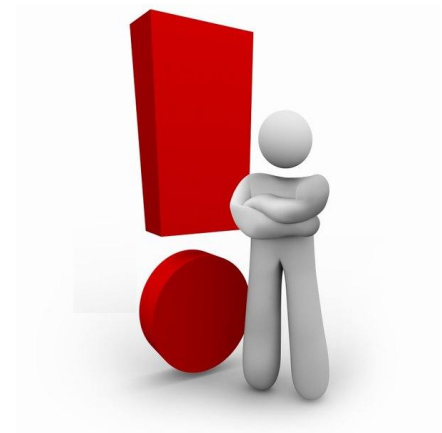
*-Внешний вид*

*-Жесты, поза  
(невербальные)*

*-Слова  
(вербальные)*

*-Тембр, скорость  
речи  
(паравербальный)*





## **Внимание! Ошибки!**

Начинать диалог извинением «за беспокойство», употреблять слова с негативной окраской (невозможно, нельзя и пр.)

Обижаться на «формальный подход» (Вам, что трудно ответить?)

# Виды вопросов:

## *Открытый*

**максимальная информация, позволяет разговаривать и убедить клиента**

1. Каким антивирусом Вы пользуетесь?
2. Когда истекает лицензия на них?
3. Как проходят закупки (тендеры)?
4. У кого приобретаете?
5. Чем Вы руководствуетесь при выборе ПО?



# Виды вопросов:

***Альтернативный***  
позволяет перевести  
разговор в другое  
русло, добиться  
большей  
определенности,  
получить согласие  
клиента

1. Вы пользуетесь лицензионным ПО или нет?
2. Для Вас важнее качество или экономия при выборе ПО?



# Виды вопросов:

## ***Закрытый***

**Уточнить слова  
клиента, добиться  
определенности,  
проверить  
собственную  
гипотезу**

1. Вы пользуетесь антивирусом?
2. Ваш бухгалтер пользуется 1С?



# Воронка вопросов

-Общие вопросы

-

Сфокусированн  
ые вопросы

-Обобщение



# ***Активное слушание***

Эхо

Парафраз

Зеркало

Резюме





# Техника «СВ»

**СВОЙСТВО**

связующая  
фраза

**ВЫГОДА**



# Презентация выгод

**Выгода** - описание того, как продукт / услуга или его свойство удовлетворяют потребность, выраженную

*«Это позволит Вам...»*

*«Для Вас это означает...»*

*«Это даст Вам возможность...»*

*«Это обеспечивает...»*

*«А это значит, что...»*

*«Благодаря этому Вы получаете...»*

*«Это повышает Ваш...»*

