ТЕЛЕФОННЫЕ ПРОДАЖИ ВЫСОКОСКОРОСТНОГО МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА 4G В ПАКЕТАХ АО «КАЗАХТЕЛЕКОМ»

2014г.

1. ЦЕЛЬ ЗВОНКА

ЦЕЛЬ ПЕРВИЧНОГО ТЕЛЕФОННОГО КОНТАКТА С АБОНЕНТОМ – ПОЛУЧИТЬ АКТУАЛЬНУЮ ЗАЯВКУ НА ПОДКЛЮЧЕНИЕ УСЛУГИ, т. е. СОВЕРШИТЬ ПРОДАЖУ!

2. ТАРИФНЫЕ ПЛАНЫ В ПАКЕТАХ 4G

НЕОБХОДИМО ЗНАТЬ СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕН УСЛУГ С МОБИЛЬНЫМ ИНТЕРНЕТОМ И БЕЗ НЕГО

Наименование пакета	*Состав пакета*	*Цена без 4G (тенге)*	*Цена пакета с 4G (тенге)*	*Разница (тенге)*

3. ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА МОБИЛЬНОГО ИНТРНЕТА 4G

1. Технология Мобильного Интернета 4G – современная технология нового поколения.
2. Технология позволяет обеспечить высокую скорость Интернета. Мгновенная загрузка страниц, просмотр Online видео, высокая скорость загрузки Online игр.
3. Технология позволяет обеспечить необходимую мобильность Абонентам как в Вашем городе и его пригородах (в зоне действия базовых станций), а также во всех крупных городах Казахстана.
4. При доступе через переносной маленький Wi-Fi-модем, есть возможность одновременного подключения до 10 устройств в радиусе 10м.
5. Низкая стоимость Интернет 4G в пакете услуг АО «Казахтелеком» по сравнению с мобильным Интернетом операторов сотовой связи.
6. Продолжение работы Интернет 4G при превышении трафика.

4. СЕГМЕНИТИРОВАНИЕ И ТИПЫ АБОНЕНТОВ

Типажи абонентов	*Особенности построения переговоров*
«Хозяйка» «Хозяин»	Лояльные абоненты. Типы характеризуются заботой о близких. Поэтому важно получить информацию о членах семьи. Наиболее позитивный прогноз продажи Мобильного Интернета – для детей. Желательно узнать о занятиях детей: школьники, студенты или работающие и исходить из их возможных потребностей. Тон общения – заботливый, доверительный. Высокий уровень эмпатии. Сценарий присоединения: «Я, как и вы, забочусь о семье».

«Сын» «Дочь»	Типажи достаточно лояльные при правильно построенном начале диалога: если дома нет мамы, переговоры ведут со мной! Презентация услуги по выявленным потребностям. Обязательно отдавать инициативу в принятии решений: «А вы как думаете?», «Я могу рассказать, если хотите» и т.п., чтобы исключить ситуации манипулирования или давления. Важно, сказать о том, что решение принимает хозяин квартиры и перезвонить в другое время. При общении с одним из родителей (хозяином), обязательно сделать оговорку, что услуга предлагается всем абонентам и сделать мини-презентацию, в целях отстройки от ситуации манипулирования (родители могут воспринять общение с детьми, как манипулятивное).

«Сердитый»	Как правило, «сердитые» ожидают навязывания или агрессивной рекламы и сразу занимают оборонительную позицию. Необходима настойчивость: не прощаться, при отказе разговаривать в начале диалога. Обязательна выдержка. Бесстрастный тон речи. Исходить из гипотезы – люди стремятся к общению, резкость – как защитная реакция.
«Недоверчивый»	Обычно, «недоверчивые» уже имеют опыт пользования подобной услугой и знают о недостатках или сложностях в использовании. Важно, что бы они об этом рассказали. Тогда можно будет применять прием «зато..»: «дорого, зато не отключается». Обязательно соглашаться с любыми возражениями претензиями. Не возбраняются провокации: «конечно, это дорого», «да, в этом есть подвох», «недостатки? Конечно, есть» и т.п. Цель провокаций – присоединение, возможность заговорить «на одном языке», «раскрыть карты»

«Раздраженный»	«Раздраженные» абоненты, в отличие от «сердитых» не занимают оборонительную позицию, а сразу «нападают». Их тон речи агрессивный, они вспоминают все плохое, что когда-нибудь слышали о Компании и услугах и сразу отказываются, даже не выслушав предложения. Необходимо терпение и работа по снижению напряжения. Если демонстрируется агрессия – значит, человек неравнодушен и существует причина неравнодушия. Возможно – это потребность. Поэтому – терпение, согласие с доводами, выдержка и доверительный тон .
«Занятой»	Абоненты, как правило, действительно заняты или торопятся. Необходима демонстрация специалистом понимания настроения абонента. Поэтому рекомендуется высокий темп речи. Обязательна договоренность о повторном звонке, для этого нужно присоединение и техники перефразирования или повторения. В случае начала диалога с абонентом, в первые минуты сохранять высокий темп.

ОТКАЗ ОТ ОБЩЕНИЯ:

- Я сейчас занят, перезвоните позже
- Извините, я не могу сейчас говорить

РЕАКЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

–Заняты?
–Не можете говорить?
–Нет возможности?
–Когда вы будете готовы **обсудить** подключение к вашему пакету Мобильного Интернета 4G?

ОТВЕТ АБОНЕНТА

Не сейчас

–Я могу перезвонить в другое время. Когда вам удобнее?
–Я могу перезвонить после обеда (после 16-00, завтра утром и т.д.).
–- Когда мне вам перезвонить?
–- В какое время мне лучше

Позвоните завтра (на следующей

–Завтра, в котором часу?
–На следующей неделе, в какой день?

Проявление интереса:
Что это? Обсудить что?

Мини-презентация услуги, с перечислением основных преимуществ:
«Для своих абонентов «Казахтелеком» делает **выгодное** предложение: **подключение** Мобильного Интернета 4G к существующим пакетам услуг». У вас подключен MegalineHit?

Да

Продолжение презентации и работа с абонентом

У меня нет времени

–Когда мне вам перезвонить?
–В какое время лучше связаться с вами?

Благодарю за внимание!

Н. Ткаченко