



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

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

| <i>Наименование пакета</i> | <i>Состав пакета</i> | <i>Цена без 4G (тенге)</i> | <i>Цена пакета с 4G (тенге)</i> | <i>Разница (тенге)</i> |
|--------------------------------|----------------------|------------------------------------|---|----------------------------|
|--------------------------------|----------------------|------------------------------------|---|----------------------------|

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. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ И ТИПЫ АБОНЕНТОВ

| <i>Типажи абонентов</i> | <i>Особенности построения переговоров</i> |
|-------------------------|---|
| «Хозяйка» «Хозяин» | <p>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.</p> <p>Тон общения – заботливый, доверительный. Высокий уровень эмпатии. Сценарий присоединения: «Я, как и вы, забочусь о семье».</p> |

«Сын»

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.

«Дочь»

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»

| | |
|-----------------------|---|
| <p>«Раздраженный»</p> | <p>«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.</p> <p>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 .</p> |
| <p>«Занятой»</p> | <p>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.</p> |

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