



1. Имя Фамилия
2. Офис, специализация
3. Стаж работы в компании ЭТМ
4. Опыт телефонных переговоров
(Холодные звонки, звонки текущим клиентам и т.д.)





Подготовка

• *цель:* Четкое понимание

Самоподготовка

• *цель:* настрой и голос

Установление контакта

• *цель:* ВЫЗВАТЬ доверие

Работа с секретарем

• *цель:* переключение на ЛПР

Уст-ние контакта с ЛПР

• *цель:* ВЫЗВАТЬ интерес и доверие

Выяснение ситуации

• *цель:* определение «ключей»

Экспресс-презентация

• *цель:* клиент: «мне это надо!»

Доведение до результата

• *цель:* Встреча, заявка

Завершение разговора

• *цель:* оставить приятное впечатление

цель: «чёткое понимание»

1. Сбор и анализ информации о клиенте;
2. Постановка целей и задач на звонок;
3. Формулирование методов преодоления секретаря;
4. Формулирование фраз, чтобы заинтересовать ЛПР;
5. Создание списка вопросов;
6. Подготовка аргументов к презентации;
7. Подготовка к вероятным возражениям;
8. Репетиция.



цель: «настрой и голос»

Настрой

- Уважение, интерес к людям
- Открытость
- Позитив
- Уверенность

Голос

- «Улыбка в голосе»
- Средний темп
- Средняя громкость
- Более низкий
- Интонация
- Дикция

цель: «вызвать доверие»

- «Здравствуйте / Добрый день, меня зовут...»
- Компания ЭТМ (Электроматериалы), поставки электрооборудования
- Как я могу к Вам обращаться?...



*цель: «переключение на
ЛПР»*

Типы секретарей

1. Секретарь-фильтр
2. Секретарь-оператор (координатор)
3. Секретарь-задача-ни-за-что-не-пропустить
(барьер)
4. Помогающий секретарь



цель: «переключение на секретаря»
Методы прохождения
Метод «Союзник»
«Дайте мне совет...» / «Мне необходима Ваша помощь...» / «Подскажите, какие шаги сделать для того, чтобы...»

Пример: *«Мне нужен Ваш совет, подскажите, с кем*

лучше всего обсудить вопросы поставок электротехнической продукции?»



Метод «Повод»

«Поздороваться, спросить ЛПР»

«Назвать Имя Фамилию»

«Обозначит повод для общения с ЛПР»

Пример: «Добрый день! Сергея Ивановича, будьте добры. Александр Пушкин»

1. **Общий повод** «Я по вопросу организации поставки промышленного оборудования»
2. **Узкий повод** «Я хочу обсудить вопрос с моделью МД-234» »

Метод «Уточнить по делу»

Старайтесь построить фразу таким образом, чтобы создать у секретаря впечатление, что Вы уже работаете с их компанией.

Пример: «Мне нужно уточнить у начальства о возможности подключения к электросети для обеспечения энергоснабжения, когда мы можем начать отключение. Переключите, пожалуйста, на отдел энергоснабжения».



Метод «Звонок до... или после...»

Пример: Позвоните до начала рабочего дня 8.00 или после 18.00. Секретари редко приходят раньше

или задерживаются, есть возможность сразу связаться с руководителем.

Метод «Меня все ждут»

Менеджер (уверенным голосом, не терпящим возражений): «Соедините с Иваном Филипповичем».



Метод «Сверхкомпетентность»

Пример: «Подскажите, пожалуйста, какой уровень освещенности заложен в проекте монтируемого Вами объекта (название объекта)

и

какой тип крепления светильников, в итоге, будет использоваться?»

Метод «Груз ответственности»

Пример: «Правильно я понимаю, можете

принимать такие решения...»



*цель: «переключение на
ЛПР»*

ТРЕНИРОВКА

- 1. Метод «Союзник»**
- 2. Метод «Повод»**
- 3. Метод «Уточнить по делу»**
- 4. Метод «Звонок до... или
после...»**
- 5. Метод «Меня все ждут»**
- 6. Метод «Сверхкомпетентность»**
- 7. Метод «Груз ответственности»**



*цель: «заинтересовать и вызвать
доверие»*

Способы заинтересовать клиента в начале разговора Метод «Знание клиента»

*Пример: «Я хорошо знаю, что вы уже
зарекомендовали себя не только при монтаже
готовых систем, но и при разработке
индивидуальных инженерных решений, в
частности,
для компании «Стройсервис»...»*



Метод «Наша специфика»

Пример: «Мы специализируемся на (например, поставках электрооборудования на строительство объектов коммерческой недвижимости) и регулярно сотрудничаем с такими организациями, как..., поэтому мы знаем, что для Вас важно... (например, доставка на объект и т.п.)...»



Метод «Новости клиента»

Пример: «Мы внимательно следим за развитием строительного рынка и недавно узнали, что ваша Компания стала генеральным подрядчиком на строительстве нового торгового центра, в связи с этим хотим предложить выгодные услуги по...?»



Метод «Наши новинки, акции»

Пример: «Вы сейчас приступаете к внутренним работам на (название объекта), поэтому предлагаем взять автоматы Shneider по акционной цене, которая в среднем ниже на 15%»



Метод «Рекомендации»

*Пример: «Петров Вячеслав Иванович –
руководитель объекта ...сказал, что Вы
являетесь
одним из основных подрядчиков в данном
проекте,
и потому нам обязательно следует
обратиться к
Вам...»*



ТРЕНИРОВКА

Метод «Знание клиента»

Метод «Наша специфика»

Метод «Новости клиента»

Метод «Наши новинки, акции»

Метод «Рекомендации»



**цель: «определение
«ключей»**

«Ключ» - актуальная потребность, выгода, требование, проблема клиента, которую надо использовать в процессе презентации, чтобы «зацепить» клиента.

На этом этапе стоит задать 2-3 вопроса для поиска «ключа»,
например:

«У Вас, конечно же, есть партнеры по поставкам электрооборудования, что Вас больше всего привлекает в работе с ними?»





Так как это телефонный звонок, то презентация должна быть максимально лаконичной – 2-3 предложения.

Вам следует показать 2-3 выгоды клиента, исходя из того «ключа», который Вы определили, например:

«Так как Вам сейчас необходимо решать вопрос доставки кабеля на объект во Всеволожский район, именно поэтому хочу предложить сотрудничать именно с нами, в этом случае цена сделки не увеличится, а доставка станет бесплатной по нашему графику поставок в этом направлении, а это позволит Вам регулярно экономить и упростить логистику».

цель: «встреча, заявка»

**После презентации стоит прямо предложить
назначить встречу:**

*«...поэтому предлагаю встретиться и обсудить
основные моменты...»*



При получении результата важно следующее:

1. Предложить варианты даты и времени встречи.
2. Узнать недостающую контактную информацию (*e-mail, телефон ЛПР, адрес, куда подъехать*).
3. Спросить кому еще было бы полезно принять участие во встрече?
4. Уточните какие материалы будут интересны на встрече
5. Обязательно подтвердите встречу накануне или за 1,5 часа до выезда



цель: «оставить приятное впечатление»

Это последние 5-10 секунд, за которые надо постараться зафиксировать приятное впечатление от общения.

Этому способствует прощальное пожелание, комплимент, либо благодарность (*но важно не переборщить*):

«Спасибо за уделённое время, надеюсь предстоящая встреча позволит получить Вам желаемые выгоды».

«Приятно было с Вами пообщаться, на встрече я смогу сделать Вам наиболее подходящее предложение».

и т.п.



Используя изученный материал:

- Выбрать нового клиента
- Изучить всю доступную информацию о нем создать «Скелет» телефонного разговора
- Направить на проверку на скай

• До _____



