

Страх звонка и ошибки менеджеров

Моя история про страх холодных звонков

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

вставить на слайд картинку, которая по ссылке и крупно – саму
ссылку

<https://porarasti.com/download/coldcallsready.pdf>

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

Прием 2. Сделайте разминочные звонки, умышленно нарвитесь на возражения.

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

Прием 2. Сделайте разминочные звонки, умышленно нарвитесь на возражения.

Прием 3. Повышайте свою мотивацию (книги, фильмы, окружение).

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

Прием 2. Сделайте разминочные звонки, умышленно нарвитесь на возражения.

Прием 3. Повышайте свою мотивацию (книги, фильмы, окружение).

Прием 4. Устраивайте тесты на оценку эффективности техник продаж.

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

Прием 2. Сделайте разминочные звонки, умышленно нарвитесь на возражения.

Прием 3. Повышайте свою мотивацию (книги, фильмы, окружение).

Прием 4. Устраивайте тесты на оценку эффективности техник продаж.

Прием 5. Ведите статистику звонков, план / факт.

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

Прием 2. Сделайте разминочные звонки, умышленно нарвитесь на возражения.

Прием 3. Повышайте свою мотивацию (книги, фильмы, окружение).

Прием 4. Устраивайте тесты на оценку эффективности техник продаж.

Прием 5. Ведите статистику звонков, план / факт.

Прием 6. Снижайте значимость звонка. Техника "Много важных дел в календаре".

Способы избавиться от страха звонка

Прием 1. Грамотно подготовьтесь к звонку.

Прием 2. Сделайте разминочные звонки, умышленно нарвитесь на возражения.

Прием 3. Повышайте свою мотивацию (книги, фильмы, окружение).

Прием 4. Устраивайте тесты на оценку эффективности техник продаж.

Прием 5. Ведите статистику звонков, план / факт.

Прием 6. Снижайте значимость звонка. Техника "Много важных дел в календаре".

Прием 7. Больше практикуйтесь. Попробуйте делать на 1 звонок больше каждый день после просмотра этого видео.

Домашнее задание

1) Если вы продаете в b2b, выберите 10 компаний и сделайте по одному «холодному звонку» в каждую.

2) Если вы продаете в b2c, для выполнения задания лучше взять любой продукт для b2b и сделать 10 тестовых звонков.

3) Постарайтесь умышленно нарваться на возражения.

Как найти контакты?

Открыть 2гис, выбрать сферу деятельности и выполнить звонки.

Скрипты продаж

Скрипты - это лучшие упакованные практики продаж в вашей компании.

Скрипты должны быть гибкими и естественными, адаптированными под ситуацию клиента.

Часто разработанные в компании скрипты неэффективны.

Пример слабого скрипта

«Дали скрипт в
банке для
изучения...» 😊

Клиент прислал в
закрытом чате

Мы работаем с другими	Все звезды издавна одинаковые. Но при ближайшем рассмотрении какая-то звезда оказывается черной, какая-то новой, а какая-то Солнцем. Вы уверены, что о нас не стоит докладывать Николаю Степановичу?
Нам не интересно	Не зря говорят: «Нового счастья ищи, а старого не теряй». Несмотря на то, что ваши потребности на данный момент удовлетворены, можно подумать о других возможностях, которые мы предоставляем. Соедините? Знаете, иногда я вспоминаю слова Бенджамина Франклина «Слишком много людей думает о защите, вместо того чтобы думать о возможности. Кажется, они больше боятся жизни, чем смерти». Я понимаю, что вам звонят многие, но вдруг мы предоставим вам новые возможности. Переключите?

Пример скрипта из интернета

Клиент: У вас очень дорого!

Менеджер: Дорого, по сравнению с чем?

Клиент: Я подумаю!

Менеджер: О чем вы собираетесь думать? Давайте подумаем вместе!

Клиент: У вас дорого!

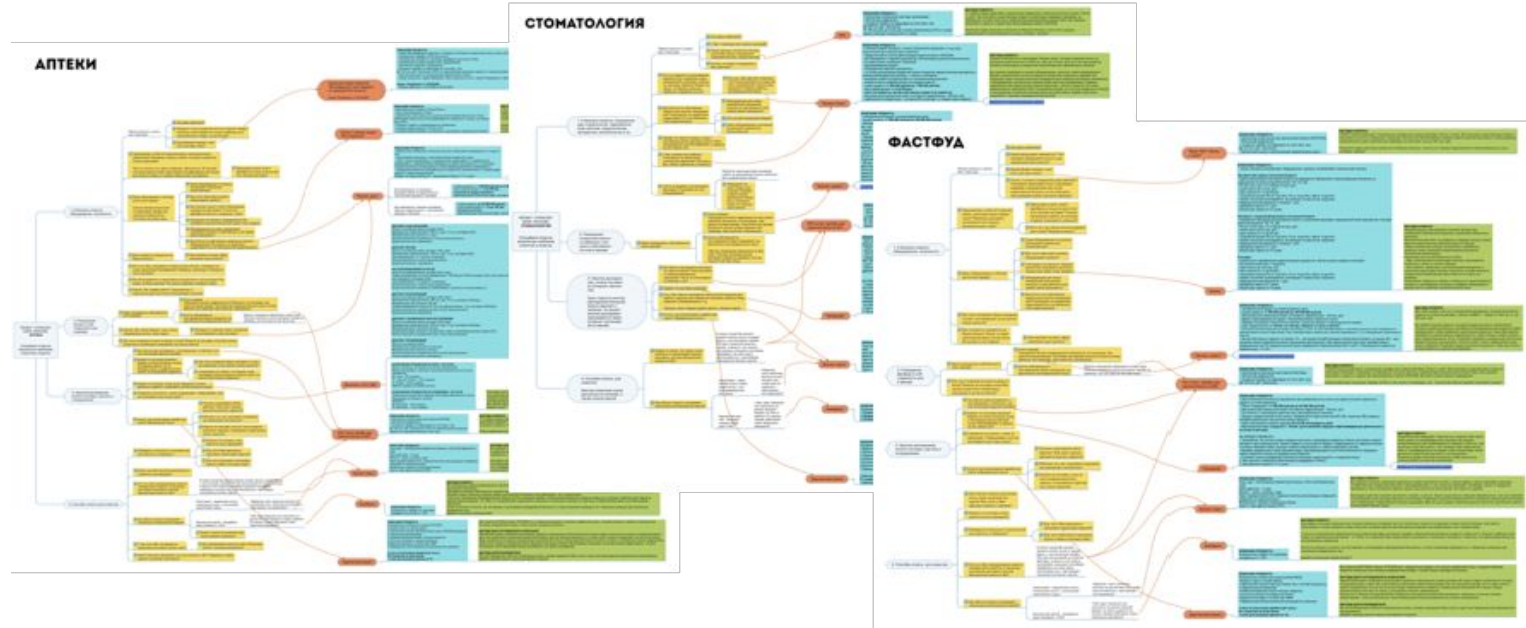
Менеджер: Да у нас дорого, но у нас лучше качество.

Менеджер назначая встречу на холодном звонке: Вам удобно встретиться со мной во вторник или в четверг? Вам удобно со мной встретиться в 14-00 или в 16-00?

Менеджер: «Здравствуйте, я представляю компанию АБС и хочу вам предложить взаимовыгодное сотрудничество, вам удобно сейчас говорить?».

Пример скриптов с высокой конверсией

ПРОЕКТ «ОТРАСЛИ»



Как разработать скрипт продаж. 9 шагов



Как получить скрипт продаж с максимальной конверсией с помощью ИЛС (идеальная линия скрипта)

1	2	3	4	5
Вступление	Утепление	Прояснение	Убеждение	Завершение
Телефонная визитка (* «красивая должность»)	Техника «ПТС» (покажите точки соприкосновения)	Прием «Программирование»	Аргументы в пользу сотрудничества	Призыв к целевому действию
Техника «Интрига»	Прием «Высшая выгода»	Продающие вопросы	Аргументы в пользу прогресса (ЦД)	Отработка возражений и вопросов
Вовлекающие вопросы	Вовлекающие вопросы	Вопросы для квалификации	Аргументы-мотиваторы «здесь и сейчас»	Резюме разговора
Пропишите конкретные фразы по каждому блоку. Придерживайтесь структуры скрипта!			Кросс-продажи (если уместно)	Доп. диагностика (если уместно)

<https://drive.google.com/file/d/186megPKEErdd0y8P8fdmBitZ58dbvJZN/view>

Сделать 5 слайдов на основе картинки по ссылке: на каждый из 5 этапов свой слайд с 3-4 составляющими, как на картинке

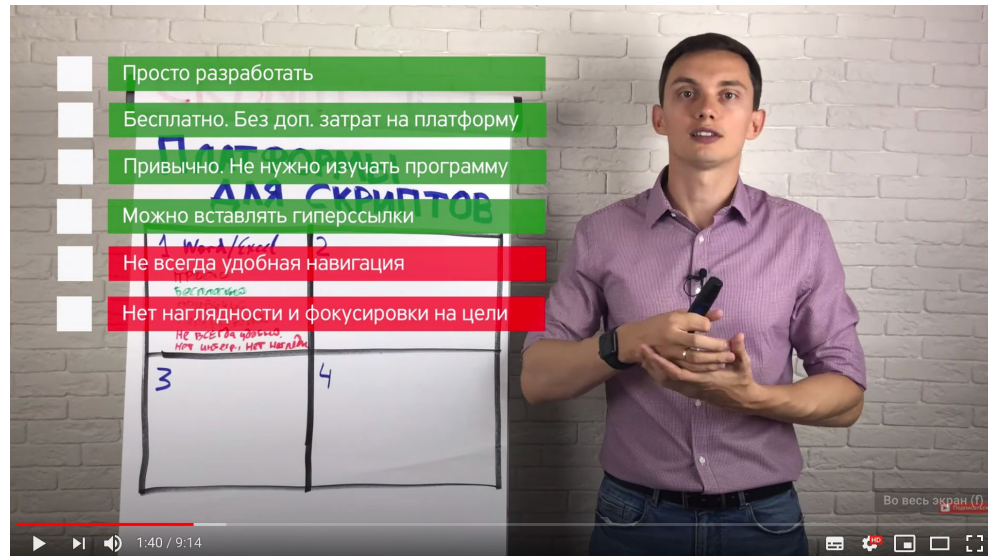
В какой программе разрабатывать скрипты?

Mindmap со
сравнениями разных
вариантов.

Сервисы:

- HyperSkript
- Скриптогенератор
- Скрипт Дизайнер

Тема более подробно
разобрана в видео
https://youtu.be/qTlr0FTX7_8



11 фишек скриптов продаж на бесплатной трансляции

<https://os.porarasti.com/11script>



1



2



3



4



5



6



7



8

Домашнее задание

1. Посмотреть видео, предложенные в уроке по ссылкам.
2. Прослушайте 3 плохих примера звонков.
3. Перепишите сценарии этих звонков так, чтобы они стали более успешными.

Работа с возражениями

Возражение - это хорошо или плохо?

Какие возражения возникают чаще всего?

«я подумаю»

"мне ничего не надо»

"дорого»

"уже есть поставщик"

"сейчас кризис»

"давайте через месяц / год обсудим»

Ошибки при работе с возражениями

Растерянность: «Понял, до свидания!»

"Конечно, думайте. Если что – звоните»

Молчание, пожимание плечами

"Ну.. у нас так...»

Как работать с возражениями?

- 1) предвосхищение возражений
- 2) работа с оставшимися возражениями

Как предвосхитить?

- 1) Больше вопросов ДО
- 2) Грамотное предложение
- 3) Доверие
- 4) Опережение
 - a) "Я понимаю, что..."
 - b) "Я знаю, что некоторые клиенты еще обращают внимание..."»
 - c) "Скорее всего, у вас будет вопрос..."»

Пример предвосхищения возражения

«Сейчас кризис!"

Как ответить на возражение?

1. Выслушать, прояснить мысль (конкретизировать).
2. Согласиться с тем, с чем можно согласиться. Показать важность этого аспекта.
3. Высказать свое мнение, привести пример.
4. Запросить обратную связь, призвать к целевому действию.

Пример отработки возражения

«Я подумаю!"

Домашнее задание

ждем от спикера, отдельным файлом кину позже

Техники продаж

Техники продаж

1. Классическая техника продаж (5-7 шагов продаж)
2. SPIN-продажи
3. Концептуальные продажи

Классическая техника продаж (5-7 шагов продаж)

Работает в b2c, b2b

Суть: вы стараетесь определить проблемы и потребности покупателя, стать его помощником и наставником, предложить ему оптимальные решения.

Классическая техника продаж (5-7 шагов продаж)

- 1) Установление контакта
- 2) Выявление потребностей
- 3) Презентация товара, услуги
- 4) Работа с возражениями
- 5) Заккрытие сделки
- 6) Кросс-продажи*
- 7) Завершение контакта*

Пример

Страховой агент предлагает компании застраховать сотрудников по ДМС. Он действует так:

Здоровается.

Задаёт вопросы: часто ли сотрудники болеют? есть ли на работе повышенные риски? имеется ли у фирмы контракт со страховой компанией?

Предлагает страховку и рассказывает о выгодах: налог на прибыль уменьшится на сумму страховых взносов, компания станет привлекательнее для соискателей и т.д.

Когда клиент понимает, что расходы на страховку покроются выгодами, которые он получит, агент называет цену страховки.

SPIN-продажи

Работают при продаже сложных продуктов, помогают сформировать у клиента потребность.

Суть: подтолкнуть клиента к нужным выводам, которые помогут ему самому принять решение о покупке, задавая 4 типа вопросов.

SPIN-продажи, типы вопросов:

- 1) Ситуационные
- 2) Проблемные
- 3) Извлекающие
- 4) Направляющие

Пример

Компания предлагает офисные АТС для крупных предприятий.
Менеджер задает вопросы по технике SPIN:

Какой вид телефонии вы сейчас используете? Сколько звонков поступает ежедневно?

Бывает, что клиенты не могут до вас дозвониться из-за того, что все линии заняты?

Какова ваша недополученная прибыль из-за каждого потерянного клиента?

Если бы у вас была возможность снизить количество непринятых звонков до минимума, вы бы сделали это?

Концептуальные продажи

Работают при продаже дорогих продуктов, помогают построить долгосрочное сотрудничество.

Суть: продаём не товар, а концепцию.

Например, не рекламу в соцсетях, а конкретный план достижения цели клиента, где рекламе в соцсетях отведена своя роль.

Домашнее задание

ждем от спикера, скину отдельный слайд позже

Инструменты увеличения
среднего чека: up-sell,
down-sell, cross-sell

Одна или несколько фраз помогут
увеличить продажи минимум на 20-30%

Отношение к кросс-продажам

Это не впаривание и навязывание.

Это адекватное и выгодное предложение, которое усилит эффект от основной покупки.

Важно не додумывать за клиента:

«А это ему точно не нужно!»

«А если бы было нужно, он бы сам спросил!»

«Если я предложу, отношение клиента ко мне испортится!»

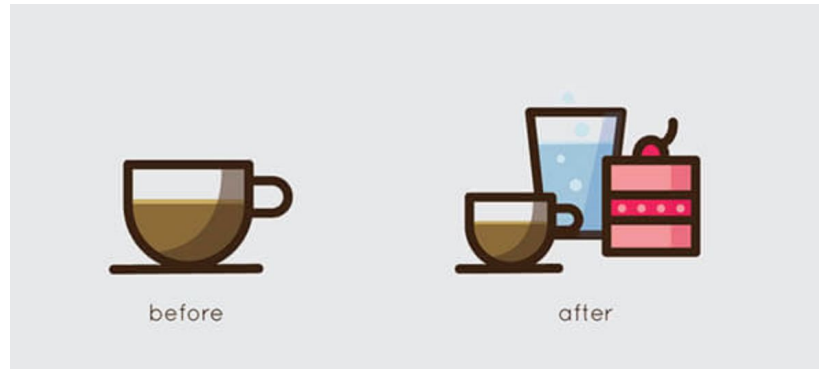
Up-sell

Это мотивация покупателя потратить больше денег в вашем магазине, например, купить более дорогую модель того же продукта, добавить опции или услуги к приобретаемому продукту.



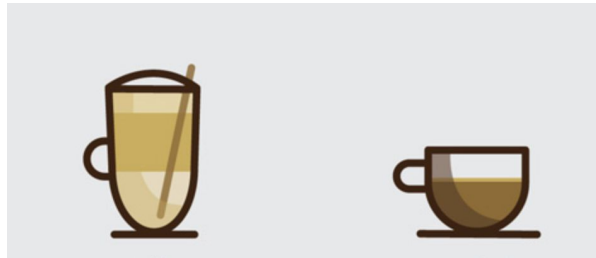
Cross-sell

Это рекомендация любого другого продукта, приобретаемого в сочетании с основным. Данная техника используется для того, чтобы заставить клиента тратить больше на дополнительные продукты.



Down-sell

Это противоположность up-sell. Техника эффективна, когда покупатель отклонил предложение, и вы предлагаете ему альтернативный продукт, имеющий минимальные функции, по более низкой цене. Такой подход даст больше шансов на сделку, а продажа чего-либо всегда лучше, чем ничего.



Алгоритм кросс-продажи

1. Фраза-мостик или вопрос-зацепка

Примеры фраз

«Вместе с этим товаром часто спрашивают..."

"Кстати, такой товар есть в комплекте с..."

"На этой неделе по акции при покупке с ... можно выгодно получить..."»

"Уже слышали про акцию месяца?"»

"Что еще вам может понадобиться?"

Алгоритм кросс-продажи

1. Фраза-мостик или вопрос-зацепка
2. Мини-презентация

Алгоритм кросс-продажи

1. Фраза-мостик или вопрос-зацепка
2. Мини-презентация
3. Работа с возражениями, ответы на вопросы

Алгоритм кросс-продажи

1. Фраза-мостик или вопрос-зацепка
2. Мини-презентация
3. Работа с возражениями, ответы на вопросы
4. Закрытие сделки

Домашнее задание

1. Составьте список продуктов, которые вы можете продавать, используя техники up-sell, down-sell и cross-sell.
2. Возьмите несколько конкурентов и проанализируйте, какие товары они продают по этим техникам.

Ведение клиента от заявки до
сделки: работа с воронкой
продаж

Важно

До этого урока мы больше фокусировались на личном общении с клиентом: что сказать, как построить общение и т.д.

На определенном этапе у вас возникнет вопрос.

Как увеличить продажи в 2 раза?

Ответить на этот вопрос можно, если владеть инструментами управления продаж.

Например, воронкой продаж.

Воронка продаж - это последовательность этапов, которые проходит клиент: от первого контакта до покупки и повторных продаж.

Все сделки с клиентами вы можете распределить по этапам.

Например, получена новая заявка, отправлено КП (коммерческое предложение), выставлен счет и т.д.

Ваша задача будет сводиться к постепенному перемещению клиента по воронке, подведению его к покупке.

Пример воронки продаж

Совершено звонков – 100

Поговорили с ЛПР (лицо,
принимающее решение) – 50

Провели презентаций – 10

Выставили счетов – 3

Оплатили – 2

Средний чек - 10 000 руб.

Сумма продаж - 20 000 руб.

Как увеличить продажи в 2 раза?
Работаем с количеством.

Совершено звонков – 100 200
Поговорили с ЛПР – 50 100
Провели презентаций – 1 020
Выставили счетов – 36
Оплатили – 24

Средний чек - 10 000 руб.
Сумма продаж - 40 000 руб.

Как увеличить продажи в 2 раза?
Работаем с качеством +10% к конверсии

Совершено звонков – 100
Поговорили с ЛПР – 60 (50% --> 60%)
Провели презентаций – 18 (20% □ 30%)
Выставили счетов – 7 (30% --> 40%)
Оплатили – 5 (70% --> 80%)

Средний чек - 11 000 руб. (+10%)
Сумма продаж - 55 000 руб.

Домашнее задание

1. Составьте воронку продаж.
2. Какие этапы есть при продаже вашего продукта?
3. Распределите клиентов вашей сделки по стадиям воронки.

Планирование и прогнозирование продаж

Планирование начинается с ЦЕЛИ!

Какая ваша цель в продажах?

Нам поможет воронка продаж

Мой план на месяц - 100 000 руб (моя з/п)

Если я получаю 10% от продаж, то нужно продать на 1 000 000 руб.

Мой средний чек - 100 000 руб.

Нужно сделок - 10 шт.

Нужно выставить счетов, чтобы 10 шт. точно оплатили - 15

Нужно провести презентаций, чтобы выставить 15 счетов - 60

Нужно сделать звонков, чтобы назначить 60 презентаций - 600 шт.

Как это сделать?

После составления воронки продаж важно определиться, что нужно делать каждый день, чтобы получить такие показатели? Как должен выглядеть ваш рабочий день?

Менеджеры часто интенсивно работают весь день, но продажи слабые.

Причина: время расходуется неэффективно, мы неправильно планируем свой рабочий день.

Карта дня - мощный инструмент для планирования рабочего времени менеджера.

Важно понимать:

- это примерный распорядок вашего дня. Все дни сложно жестко планировать из-за высокой вариативности времени общения с каждым клиентом.
- карта дня помогает уделять внимание главным функциям – продажам
- карта дня снимает уровень стресса, т.к. вы понимаете, что все можете успеть в комфортном ритме работы.

Какие функции вы выполняете?

1. общение с клиентом по телефону
2. проведение встреч с клиентами
3. участие в планерках
4. подготовка договоров, счетов
5. ведение CRM системы
6. переписка с клиентами

Распределение времени по функциям

Главное правило: на общение с клиентами – минимум 70% времени.

Распределение времени по функциям

Общение с клиентом по телефону – 2 ч. (30 звонков в день)

Проведение встреч с клиентами – 3 ч. (3 презентации в день)

Участие в планерках – 0,5 ч.

Подготовка договоров, счетов – 1 ч.

Ведение CRM системы – 0,5 ч.

Переписка с клиентами – 1 ч.

Оформление карты дня

с 9-00 до 9-15 – планерка утренняя

с 9-15 до 11-15 – общение по телефону

с 11-15 до 11-45 – подготовка договоров, счетов

с 11-45 до 12-00 – работа в CRM

с 12-00 до 13-00 – переписка с клиентами

с 13-00 до 14-00 - обед

с 14-00 до 17-00 - встречи

с 17-00 до 17-30 - подготовка договоров, счетов

с 17-30 до 17-45 – работа в CRM

с 17-45 до 18-00 - планерка, итоги дня, отчетность

Домашнее задание

Пропишите вашу карту дня:

- по времени
- по функциям.

70% времени нужно уделять общению с клиентами.