

Тренинг Алексея Мельникова «Холодный» звонок – первый этап или продажа?»

Введение

Продажа – это процесс оказания влияния на клиента. При телефонных продажах это влияние ограничивается тем, что и как говорит менеджер. Особенно важен этап первого контакта. И предлагаемый тренинг ориентирован именно на выработку практических умений в области построения эффективной коммуникации при «холодном» звонке. Тренинг основан на системном подходе, т.е. предлагаются конкретные схемы и алгоритмы, позволяющие каждому менеджеру сформировать устойчивую систему работы с клиентами в своей ежедневной деятельности.

Цели обучения

- Сформировать у участников тренинга понимание эффективной структуры первого звонка клиенту.
- Выработать у участников тренинга ключевые умения ведения результативных телефонных переговоров с клиентами при «холодном» звонке для достижения целевого результата.
- Повысить уровень знаний участников тренинга в их деятельности.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Участники ознакомятся со схемой построения результативных телефонных переговоров при первом контакте.
- Получат знания о том, как устанавливать с клиентами доверительные отношения «на входе» в сотрудничество.
- Будут уметь чётко формулировать цели и задачи при продажах по телефону.
- Освоят умения эффективной работы с секретарями, достоверно выяснять ситуацию клиента, аргументированно презентовать услуги и продукцию и результативно работать с возражениями клиентов.

- Разработают сценарий «холодного» звонка и «скрипты» (речевые модули) по ключевым позициям этого сценария для практического применения в своей повседневной профессиональной деятельности.

В программе тренинга

Как достичь успеха в продажах?

- Что такое «продажа»?
- Место и роль «холодного» звонка в цикле продаж.
- Возможности менеджера по продажам для влияния на клиента.
- Воронка продаж как показатель эффективности работы менеджера.

«Холодный» звонок: на что расчёт?

- Отличие «холодного» звонка от повторного и входящего.
- Цели и задачи «холодных» звонков.
- Что такое результативный звонок?

Использование голоса по телефону.

- Голос как инструмент расположения клиента к общению.
- Влияние психоэмоционального состояния на скорость речи.
- Позитивность голоса – залог доверия клиента.
- Значение чёткой дикции.
- Настройка голосо-речевого аппарата.

Вход в разговор.

- 4 ключа для входа в разговор.
- Установление доверительных отношений.
- Фразы - «крючки»: как побудить клиента задать вопрос.
- «Мы лучшие!» или как представить свои конкурентные преимущества.

Секретарь – первая линия обороны клиента.

- Как клиент воспринимает «холодный» звонок.
- Зачем клиенту секретарский барьер?

- Три способа работы с секретарём.
- Выход на лиц, принимающих решения, и лиц, влияющих на решения.

Возможна ли продажа с первого захода?

- Узнать e-mail и «скинуть» коммерческое предложение?
- Стоит ли «грузить» клиента свойствами товаров и/или услуг.
- Нужно ли последовательно взбираться по «лестнице» продаж.

Ориентация на клиента: мониторинг ситуации.

- Виды вопросов и правила их использования.
- Вопросы как инструмент управления телефонным разговором.
- Матрица выяснения.

Аргументация, ориентированная на клиента.

- Критерии весомого аргумента.
- Требования, предъявляемые клиентом к товарам и услугам.
- Алгоритм успешной аргументации.

Результативная работа с возражениями клиентов.

- Причины возражений клиентов.
- Матрица возражений.
- «Малый» круг работы с возражениями как алгоритм выяснения истинных потребностей клиента и как частный случай работы с секретарским барьером.
- «Большой» круг работы с возражениями как лучшая возможность презентовать товар и/или услугу.

Подведение клиента к решению.

- Методы подведения клиента к решению.
- Фиксация договоренностей.

Итоги тренинга.

Методы проведения

Теоретический материал в тренинге чередуется с практическими упражнениями и кейсами. Участники работают как в группах, так и индивидуально, с презентациями, обсуждениями и выводами для своей профессиональной деятельности.

На тренинге участники разрабатывают сценарий первого звонка клиенту и «скрипты» для практического применения в своей работе. При этом рабочее время тренинга распределяется так: 20% – теория, 80% – практика.

Формат тренинга

- Два дня: с 10:00 до 18:00.
- Ежедневно два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Ежедневно обеденный перерыв: 60 минут.

Дополнительно

Тренинг ведёт Алексей Мельничнов:

- бизнес-тренер, практик с опытом телефонных продаж с 2007 года,
- с 19-летним опытом обучения и развития взрослых людей,
- с опытом индивидуального бизнес-консультирования с 2008 года,
- с опытом управленческой деятельности с 2004 года,
- география проведения тренинговых и консалтинговых проектов насчитывает 25 городов России и ближнего зарубежья (от Владивостока до Минска и от Мурманска до Ставрополя).