

## **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).