

WEBINAR

sprzedaż przez telefon i umawianie spotkań

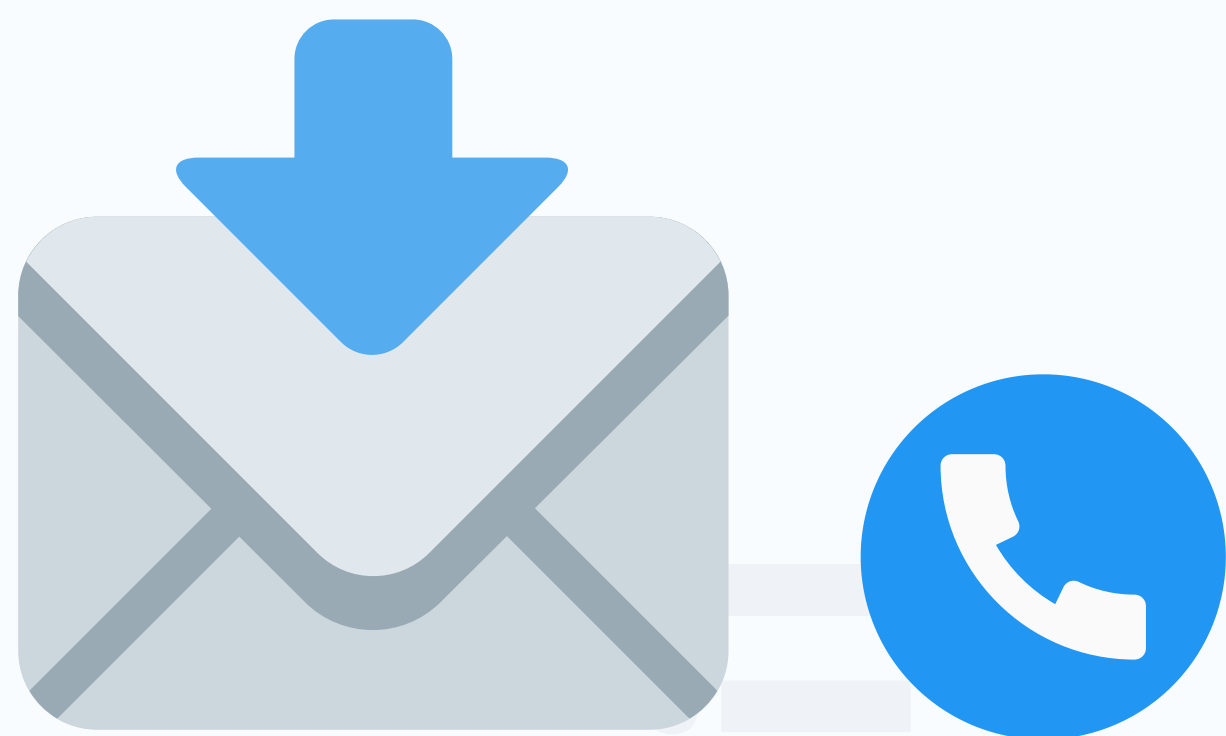


dla agencji reklamowych 30 marca 10:30

O czym będzie webinar

- ✓ Z czego powinna składać się rozmowa telefoniczna
- ✓ Jak rozmawiać z klientami w czasie kryzysu?
- ✓ Jaki jest Twój cel rozmów i BATNA?
- ✓ Zwroty pułapki i zwroty kluczowe
- ✓ Konkretnie przykłady z rozmów

Przed kryzysem



Teraz

Łatwiej by było dostać od razu e-mail z zamówieniem



Telefon

Telefon

Telefon

Do czego służy telefon w sprzedaży?



Telefon

Telefon

Telefon

1. Sprzedaż
2. Krótkie przedstawienie oferty
3. Finalizacja transakcji
4. Nawiązywanie nowych kontaktów
5. Kontrolowanie poziomu zadowolenia
6. Powiadomienie o nowościach i rabatach
7. Badania opinii klientów
8. Umawianie wizyt
9. Powtórnego kontaktu
10. Podziękowania za spotkanie
11. Przyjmowania zamówień i reklamacji
12. Podtrzymywanie kontaktów ze stałymi klientami



Czemu zatem boimy się rozmów telefonicznych?

- ✓ Brak znajomości klienta
- ✓ Brak doświadczenia w rozmowach przez telefon
- ✓ Strach przed usłyszeniem NIE

Rozmawiając przez telefon pamiętaj

- 1 Widać więcej niż myślisz
- 2 Forma i treść zadawanych pytań mają istotny wpływ na uzyskane odpowiedzi
- 3 Kształt rozmowy nadaje osoba, która dzwoni
- 4 **Cel rozmowy** wpływa na jej formę oraz czas trwania

Ilość czy jakość?

Pora dnia ma znaczenie



a może działać acyklicznie?

Jak rozmawiać w czasie kryzysu?

- 1** Prostota
- 2** Informacja o kliencie
- 3** Sprezyzowane cele
- 4** Treść rozmowy
- 5** BATNA - najlepsza alternatywa dla negocjowanego porozumienia

Pamiętaj

**Pierwszy kontakt rzadko kończy się
zamówieniem**

BATNA

Best Alternative To Negotiated Agreement

Zastanów się jeśli nie osiągniesz celu, jakie masz alternatywy?

- ✓ **nawiązanie kontaktu**
- ✓ **poznanie problemów branży**
- ✓ **zbudowanie relacji**
- ✓ **przygotowanie lepszej propozycji dla pozostałych**
- ✓ **umówienie się na następny telefon**

Pierwszy telefon

- ✓ **nawiązanie relacji**
- ✓ **zapoznanie się z firmą**
- ✓ **poznanie potrzeb klienta**
- ✓ **zainteresowanie przygotowaną ofertą**
- ✓ **z jakimi problemami mierzy się klient**



**Dlaczego warto pracować
z naszą agencją?**

JAKIE SĄ WASZE WARTOŚCI DODANE?

Trzy podejścia do rozmowy

- 1 Dzwonię z marszu bez przygotowania
- 2 Dzwonię z marszu po zdobyciu info o kliencie
- 3 Dzwonię po przygotowaniu - skrypt, pytania, hasła

Schemat rozmowy telefonicznej?

- 📞 **Przedstaw się imieniem i nazwiskiem**
- 📞 **Podaj i przedstaw firmę, którą reprezentujesz**
- 📞 **Z czyjego polecenia dzwonisz lub skąd masz numer**
- 📞 **Zainteresuj swoją ofertą, produktem**
- 📞 **Zadawaj pytania żeby poznać potrzeby klienta**
- 📞 **Zaproponuj termin następnej rozmowy (spotkania)**
- 📞 **Podziękuj za rozmowę z pozytywnym akcentem**

Napisz sobie początek rozmowy...

...a potem 3 Z

ZAANGAŻUJ

ZAINTERSUJ

ZAMKNIJ

ZAANGAŻUJ

✓ **Mów o tym, co oczywiste**

Co u Pani słychać?

Jak Państwo sobie radzą?

Jak funkcjonujecie w obecnej rzeczywistości?

✓ **Okazuj empatię**

No właśnie, rozumiem, to nie łatwe

✓ **Odzwierciedlaj**

U nas podobnie

Nasza firma także

Ja również

ZAINTERESUJ

✓ **Nawiąż**

I właśnie dlatego staramy się pomagać firmom

I dlatego nasza firma wychodząc naprzeciw

Wiemy, że to ważne dlatego nasza firma

✓ **Pokaż możliwości**

Wprowadziliśmy kilka nowych produktów

Mamy kilka rozwiązań

Postanowiliśmy udostępnić kilka nowych opcji

✓ **Daj przestrzeń na NIE**

Nie kontynuuj, dopóki nie dostaniesz zgody klienta

Poinformuj od razu ile czasu potrzebujesz

*Jeżeli ma Pani pół minuty powiem, co możecie Państwo
zyskać*

*Jeżeli dysponuje Pan minutą powiem, jak możecie
wykorzystać nasze gadżety do wypromowania waszej*

*Wystarczy mi pół minuty, żeby pokazać, co **dodatkowo**
możecie od nas otrzymać, mogę?
(np: expresowa realizacja)*

ZAMKNIJ

- ✓ **Omówienie krótko produktu, promocji, zasady współpracy itp.**
- ✓ **Opisz korzyści i rozwiązania**
- ✓ **Zbadaj potrzeby**
- ✓ **Przedstaw szczegóły, wyjaśnij niejasności**
- ✓ **Oddal zastrzeżenia**
- ✓ **Sfinalizuj transakcję**

Przykładowa rozmowa

Istniejący klient

Dzień dobry, imię i nazwisko + firma

Co u pana słychać? U nas podobnie.

Jak Państwo sobie radzą?

Dlatego postanowiłem zadzwonić, ponieważ staramy się wspierać naszych klientów, podsuwając pomysły na ponowne wypromowanie firmy

Jeżeli ma Pan minutę, powiem o co chodzi

Na kiedy możemy się umówić na następną rozmowę?

Przykładowa rozmowa

Potencjalny klient

Dzień dobry, imię i nazwisko + firma

Numer do pani mam ze strony internerowej

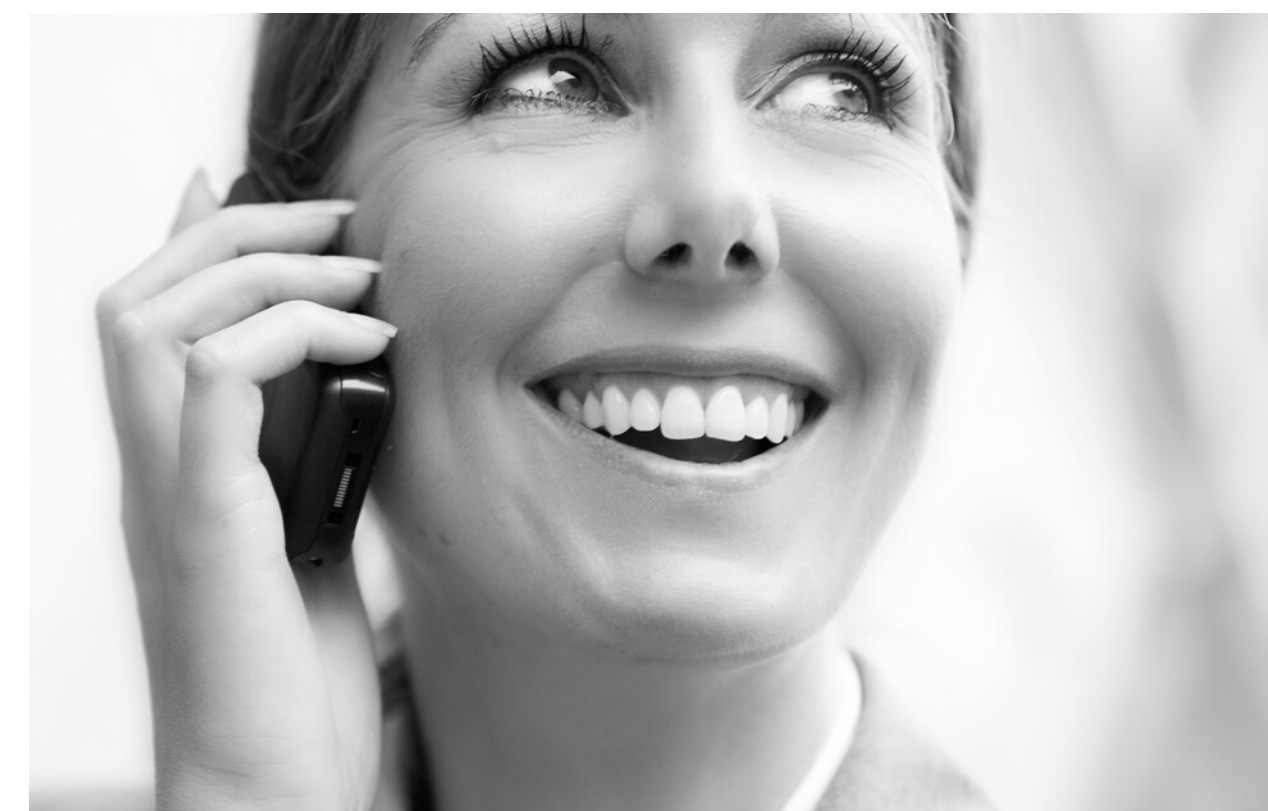
Nawiązujemy kontakty z nowymi firmami dlatego mam pytanie, jak Państwo funkcjonujecie w istniejącej rzeczywistości?

Dlatego postanowiłem zadzwonić, ponieważ staramy się wspierać naszych klientów, podsuwając pomysły na ponowne wypromowanie firmy

Jeżeli ma Pan minutę, powiem o co chodzi

Na kiedy możemy się umówić na następną rozmowę?

**W okresie kryzysu nasil dotychczas
prowadzone działania, zwiększ liczbę
telefonów wychodzących**



Na co zwrócić uwagę?

- 1** Potencjalny klient - kto może być zainteresowany Twoimi produktami?
- 2** Jaka branża potrzebuje teraz gadżetów reklamowych, poligrafii, reklamy wielkoformatowej?
- 3** Jak Twoja oferta może pomóc klientowi?

Umawianie się na spotkanie?



FORMA I TREŚĆ ZADAWANYCH PYTAŃ MAJĄ WPŁYW NA FORMĘ I TREŚĆ ODPOWIEDZI



#1

Źle zadane pytanie skreślą szansę spotkania

"Czy...."

oddajesz decyzyjność klientowi



Zatem zajmujemy się...

Czy jest Pan zainteresowany spotkaniem?

Będę mógł przedstawić bliżej ofertę



Nie, nie jestem zainteresowany

Nie, dziękuję

#2

Pokaż klientowi, że na tym skorzysta

Źle zadane pytanie skreśla szansę spotkania



Prawidłowa rozmowa?

- 1 Ty - przedstaw się
- 2 Firma
- 3 Skąd masz numer
- 4 **Korzyści**
- 5 Produkt
- 6 Termin spotkania
- 7 Podziękowanie

#3

Zadawaj dobre pytania

Zwroty pułapki

- ✓ **Czy** jest Pan zainteresowany?
- ✓ **Chciałbym** się z Panem spotkać
- ✓ I tak i nie, nie wiem
- ✓ **Czy** nie przeszkadzam?
- ✓ Nie zabiorę dużo czasu, czy **nie** będzie kłopotu jeżeli
- ✓ **Nie** jest drogo
- ✓ **Obiecuje** Pani, że...przysięgam że
- ✓ **Czy** chciałby się Pan spotkać?

Zwroty kluczowe

- ✓ Spotkajmy się
- ✓ Dzwonię, aby uzgodnić dogodny termin spotkania, spotkajmy się
- ✓ Oczywiście, że tak, zgadza się
- ✓ Możemy rozmawiać? Ma Pan teraz czas na rozmowę?
- ✓ Spotkania potrwa tyle, ile będziemy mogli na nie przeznaczyć
- ✓ Cena jest naprawdę bardzo dobra, to bardzo opłacalne
- ✓ Sądzę, że...moi klienci uważają, że warto
- ✓ Który termin Panu najbardziej odpowiada?

#4

Wygrywa ten, kto prowadzi rozmowę

To Ty prowadzisz rozmowę

- 1** Kontroluj czas trwania rozmowy
- 2** Kontroluj treść rozmowy
- 3** Od początku do końca bądź stroną dominującą
- 4** Proponuj kiedy i gdzie będzie spotkanie
- 5** Nie dawaj klientowi do zrozumienia, że to Ty kontrolujesz rozmowę

#5

**Spraw, aby klient czuł, że to on
podejmuje decyzję**

**Przekazuj informacje i zadawaj pytania
w taki sposób, żeby klient sam
budował swoje zainteresowanie i dążył
do spotkania**

1 Wzbudzaj zainteresowanie

2 Zadawaj pytania sugerujące i ograniczające

PRZYKŁAD ROZMOWY

Badania przeprowadzone wśród naszych klientów, pokazały, że

- prawie wszyscy woleliby posiadać takie gadżety, które są nieszablone.*
- większość osób preferuje cenę gadżetów zawierającą już znakowanie*

Dlatego dzwonię do Pani aby...

Co Pani sądzi o wliczaniu ceny znakowania w cenę produktu?

A gdyby była taka możliwość, żeby za nadruk na produkcie w 1 kolorze nie płacił Pan nic?

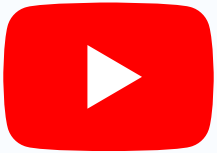
#6

**Podczas rozmowy telefonicznej
sprzedajesz spotkanie handlowe**

Prowadzisz rozmowę, której celem jest umówienie spotkania

- 1 Nie sprzedajesz**
- 2 Nie przekazujesz zbyt dużej liczby danych**
- 3 Nie zarzucasz informacjami**

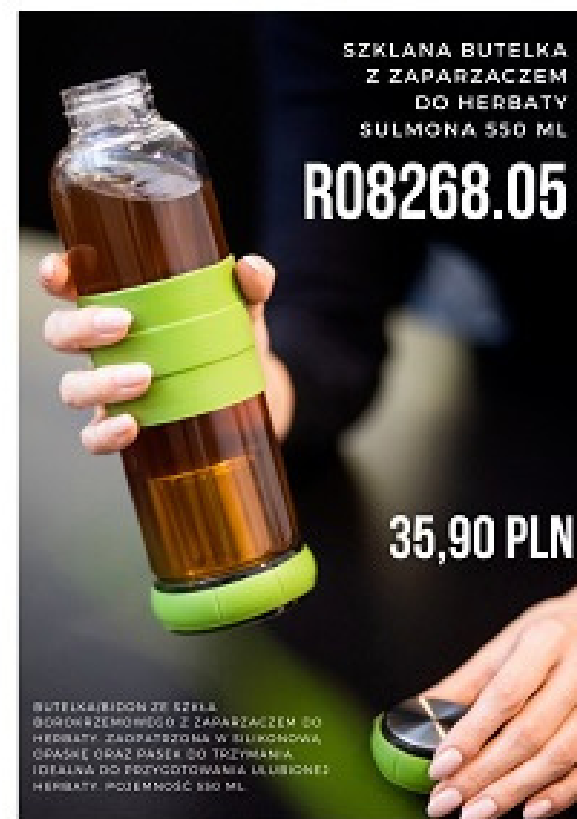
Z czego możesz skorzystać jeszcze?

- ✓ Nie podwyższaliśmy cen
- ✓ Pełna integracja poprzez API
- ✓  YouTube
- ✓ Poradnik pozytywnego działania
- ✓ Ulotki z nowościami





format png 654 KB
 format pdf 236 KB



format png 710 KB
 format pdf 116 KB



format png 451 KB
 format pdf 180 KB



format png 786 KB
 format pdf 432 KB



format png 538 KB
 format pdf 136 KB



format png 1,2 MB
 format pdf 1,37 MB



format png 640 KB
 format pdf 2,46 MB



format png 588 KB
 format pdf 1,55 MB



format png 748 KB
 format pdf 389 KB



format png 650 KB
 format pdf 169 KB

Royal Design
*nie narzekamy
działamy!* 

Gabriela Niewiadomska

gabriela.niewiadomska@par.com.pl

667 881 219