

2. Algirdas Karalius: Sėkmingi pardavimai telefonu

Pažiūrėkite vaizdo įrašą ir pažymėkite, kurie teiginiai teisingi.

Teiginiai:

1. Sudominti klientą pirmiausia padės produkto pristatymas.
2. Klientas su jumis kalbės, jeigu jam tai atrodys naudinga.
3. Kalbėdami pirmą kartą su klientu išsamiai pristatykite savo kompaniją.
4. Klientui svarbu žinoti informacijos apie save šaltinį.
5. Jeigu klientas neturi laiko kalbėtis, informaciją jam susakykite trumpai ir greitai.
6. Klientas noriai išklausys naudingą informaciją, jeigu jo nespausite.

Jeigu reikia, jums gali padėti tekstas.

Algirdas Karalius: Sėkmingi pardavimai telefonu

Ką gi, jeigu klientas sako „taip, galiu kalbėt“, pats laikas pranešti skambučio tikslą. Bet labai dažnai čia daroma štai tokia klaida.: Aš jums skambinu todėl, kad norėčiau pristatyti mūsų naują akciją, mes turim super produktą, super gerą paslaugą... Ir vat šitoj vietoj kliento kompiuteris atsijungia. Kodėl? Ogi todėl, kad jisai negirdi nieko, kas jam būtų naudinga. Taigi jūs pristatydami telefoninio pokalbio tikslą, turite būtinai įdėti naudą. Naudą klientui. Kokia jam nauda iš to, kad jūs jam skambinate. Ta nauda turi pritraukt jo dėmesį, nes būtent per pirmas sekundes klientas priima sprendimą, ar klausyt jūsų toliau, ar neklausyt. Taigi jeigu jūs pradėdat kalbėt apie savo produktą, klientas mintyse atsijungia, bet jeigu jūs pranešat jam suteikiančią kažkokią intrigą tikrai klientas nori toliau su jumis kalbėti. Pavyzdžiui, kaip tai galėtų skambėt: Ponas Antanai, šiandien skambinu jums todėl, kad turim ypatingą jums pasiūlymą, susijusį su galimybe sumažinti kaštus, kuriuos ... Tai, kas naudinga klientui, traukia jo dėmesį. O juk jums to ir reikia. Taigi, jeigu klientas jau su jumis nori kalbėti, o jisai norės kalbėti, jeigu jūs jį suintriguosit, klientas pasirošęs. Ką gi tada toliau reikia daryti?

Po tokios pradžios, jeigu jūs skambinat pirmą kartą, būtų gerai, kad jūs bent porą žodžių pasakytumėt apie savo kompaniją. Bet atsiminkite, kad nereikia per daug įsijausti – du trys sakiniai. Tiesiog tam, kad klientui būtų aišku, iš kokios kompanijos skambina ir kuo užsiima jūsų kompanija. Nereikia čia labai daug girt save, nereikia daug istorijos, pora sakinių, pvz., mūsų kompanija jau dirba daug metų su tokio tipo klientais, padėdami jiems kažkokią tokią vat problemą išspręsti. Arba mes dirbame šioje rinkoje va su tokiu tokiu tokiu va specifiniu produktu ir labai svarbu vat šitoj vietoj pranešti ką – iš kur jį suradot, kaip čia jūs taip paskambinot, nes labai dažnai klientui kyla galvoj, bet palauk, o kodėl čia man, o kodėl būtent šitas žmogus, kas čia įvyko? Aišku, idealus atvejis, jeigu jūs turite kažkokią, na, gerą priežastį, pavyzdžiui, galbūt jūs susitikot su žmogum, kuris parekomendavo būtent paskambinti šitam klientui, galbūt jūs vykdot akciją, nesvarbu, kokia priežastis, svarbu žmogui pranešti, kodėl būtent jūs jam, būtent šiandien, būtent paskambinot. Ir jeigu jūs atlikot visus anksčiau minėtus punktus, klientas tikrai bus pasirošęs išgirsti jūsų pasiūlymą.

Tačiau ką daryti, jeigu klientas sako ne, dabar negaliu kalbėti? Labai paprastai jūs tada sakote, ką gi, sakykit, prašau, kada galėčiau jums paskambinti patogesniu laiku? Bet nebandykit jį apgaudinėti, nereikia sakyti: aš labai trumpam, greitai pasakysiu, nespėsit nė išsigąsti. Jūs tikrai pabloginsit situaciją. Kalbėkit su klientu tada, kada jisai gali kalbėti. O jeigu jūs padarėt viską, kaip aš ką tikrai buvau pataręs, tai iš tikrųjų žmogus norės su jumis kalbėti, nes jisai girdėjo, kad jūs norit jam pranešti kažką labai naudingo. Taigi klientas pasiruošęs.

<http://www.youtube.com/watch?v=8J96yPLE-Xk&feature=related>

Žodžiai

kaštai vyr. išlaidos, lėšos

įsijausti, įsijaučia, įsijautė labai stengtis, persistengti

suintriguoti, suintriguoja, suintrigavo sudominti

užsiimti, užsiima, užsiėmė veikti, dirbti