

Telesprzedaż i telefoniczne umawianie spotkań

Pomimo rozwoju Internetu telefon pozostaje jednym z najważniejszych narzędzi nawiązywania relacji handlowych. Na szkoleniu tym proponujemy wypracowane przez nas i sprawdzone metody nawiązywania kontaktu telefonicznego, nawiązywania połączenia z osobą decyzyjną, umawiania spotkań i prowadzenia rozmowy handlowej z pozycji partnerskiej.

Wierzimy, że znamy sposoby na telefoniczne odróżnienie się od konkurencji. Uczymy rozmowy, a nie prezentacji oferty, zwiększania szansy na nawiązanie relacji przy jednoczesnym minimalizowaniu ryzyka wyłącznie „przesłania oferty”. Uczestnicy naszych szkoleń prowadzą rozmowy odważne, pewne i nietuzinkowe, przez co zwiększają zarówno swoje zadowolenie z pracy, jak i własne efekty sprzedaży.

W prowadzeniu szkolenia wykorzystujemy autorskie rozwiązanie *Symulatora Sprzedaży* oraz sprzęt do rejestracji rozmów telefonicznych. Umożliwia to autodiagnozę oraz pracę na realnych sytuacjach uczestników.

Dzięki warsztatowi uczestnicy :

- poznają i przećwiczą sprawdzone metody nawiązywania kontaktu z osobą decyzyjną,
- wypracują swój własny skrypt telefonicznej rozmowy handlowej w oparciu o sprawdzone standardy i dobre praktyki,
- będą potrafili skuteczniej radzić sobie z niechęcią i sprzeciwem klientów,
- zwiększą swoją elastyczność i odwagę w budowaniu partnerskich relacji handlowych,
- nauczą się prowadzenia rozmów, eliminując nawyk „prezentacji oferty”,
- będą prowadzić rozmowy, występując z pozycji partnera, a nie petenta, dzięki czemu wzrośnie stopień satysfakcji z kontaktu po obu stronach.

Ramowy program szkolenia:

1. Charakterystyka pracy przez telefon – najważniejsze zalecenia i niebezpieczne pułapki. Jak prowadzić dobrą rozmowę przez telefon.
2. Głos jako narzędzie pracy handlowca – możliwe obszary treningu i rozwoju: dykcja, ton głosu, modulacja, tempo i głośność.
3. Najważniejsze narzędzia komunikacji w pracy handlowca: aktywne słuchanie, parafraza, nazywanie intencji, zadawanie pytań.
4. Czynniki ilościowy i jakościowy w sprzedaży. Użyteczne statystyki w pracy handlowca. Ustalanie celów maksymalnych i minimalnych w rozmowie.

5. Umawianie spotkań – zasady i podpowiedzi. Przygotowanie „tekstu otwarcia”: zachęcenie klienta do rozmowy, przejście bariery sekretariatu, uzyskanie połączenia z osobą decyzyjną.
6. Skuteczne otwarcie rozmowy zjednywanie klienta do rozmowy, współpracy i partnerstwa – przygotowanie kilku wariantów otwarcia. Modelowanie relacji z klientem.
7. Szybkie reakcje na odmowę i obiekcję w pierwszej fazie rozmowy.
8. Analiza potrzeb w rozmowie telefonicznej. Wybadanie motywów klienta oraz rozpoznanie i dostosowanie się do jego charakteru. Typologie klienta przejawiające się w języku.
9. Język jako narzędzie pracy. Słowa i zwroty ułatwiające budowanie kontaktu i realizację celów handlowych. Wykorzystanie presupozycji w umawianiu spotkań i sprzedaży przez telefon.
10. Prezentacja oferty przez telefon językiem korzyści z wykorzystaniem modalności zmysłowych.
11. Radzenie sobie z obiekcjami klienta dotyczącymi prezentowanej oferty. Docieranie do poziomu interesów, szukanie alternatyw, negocjowanie dające klientowi satysfakcję.
12. Finalizowanie rozmowy: podsumowanie ustaleń, wyznaczenie kolejnych kroków, docenienie klienta.