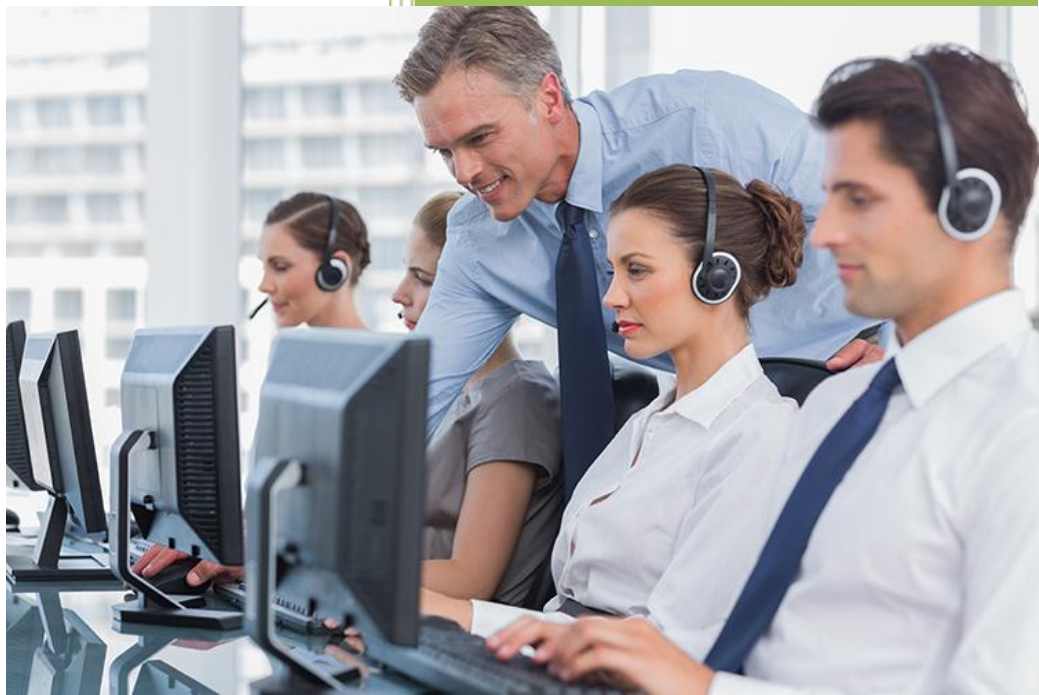


ТЕХНИКИ ТЕЛЕФОННЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА

Проект «Скрипты продаж»



D&D, Management consulting agency™

38 044 568 01 69

38 068 868 46 09

38 095 605 87 80

info@consult-dnd.com.ua



Цели тренинга:

- Научить участников управлять разговором и процессом продаж, рассмотреть максимально эффективные стратегии.
- Изучить уровни продаж, систему заключения сделок.
- Рассмотреть способы выявления потребностей клиентов: техника, практика, инструменты.
- Аргументировано презентовать свою компанию и продукцию через преимущества в поле ценностей клиента.
- Отработать речевые модули для работы с возражениями.
- Внедрить новые навыки продаж и взаимодействия с клиентами.
- Ознакомить со всеми возможными целями и задачами совершения звонков.
- Научить обрабатывать все виды звонков.
- Быстро ориентироваться в ситуации и клиенте, понимать психологию клиентов и продаж.
- Эффективно налаживать контакт и раппорт с собеседником.
- Овладеть методами использования инициативы в разговоре.
- Научить правильно формулировать вопросы.
- Улучшить культуру своей речи при общении по телефону.
- Тренировка правильной модели поведения при общении с клиентом.
- Повысить результативность и профессионализм телефонных сделок.

Внимание! В зависимости от категории участников, в содержание тренинга могут быть внесены изменения или дополнения.

Формат проведения и длительность:

- Непосредственное присутствие на территории заказчика – 16 часов
- Удаленно с помощью Skype или Вебинар – 16 часов



Содержание тренинга:

1. Особенности и основные принципы телефонных продаж.

- Что такое колл-центр, субординация, рабочая инструкция.
- Инструменты оператора: голос и речь. Понятие и значение скрипта разговора с клиентом. Разбор структуры телефонного разговора, последовательность действий, чтение блок-схемы, удержание абонента в рамках подготовленного сценария для развития диалога в нужном русле и достижения запланированного результата.
- Правила профессиональной манеры разговора по телефону. Компоненты удачного телефонного разговора. Управление голосом и настроением. Самомотивация.
- Профессиональные приемы оператора.
- Правила фиксации информации, полученной в ходе разговора с абонентом.
- Правила поведения при нестандартной ситуации в разговоре, работы с разными типами собеседников. Рекомендуемые реакции операторам. Управление конфликтами.

2. Возможности телемаркетинга. Телефон и телекоммуникационные технологии как инструмент эффективной торговли и обслуживания.

- Классификация звонков. Виды и задачи работы на телефоне.
- Входящие звонки от потенциальных клиентов, в том числе и по рекламе. Горячая линия. Цели таких звонков. Основные ошибки. Алгоритмы поведения.
- Исходящие холодные звонки юридическим лицам.
- Исходящие холодные звонки физическим лицам. Особенности общения с мужчинами и женщинами разных возрастных групп.

3. Предпродажная подготовка. Этапы процесса активных продаж. Цель каждого этапа, задачи менеджера на каждом уровне.

- Подготовка информации о товаре, его свойствах, конкурентных преимуществах и выгоде;
- Создание баз данных;
- Поиск информации о возможном клиенте, изучение техник и технологий продаж и переговоров, подготовка стандартных презентаций.



- Постановка цели и подготовка к конкретному звонку:
- Актуализация базы данных.
- Продажа товаров и услуг.
- Оценка потребностей предполагаемого клиента.
- Сбор информации о потенциале клиента с помощью метода «маркетингового исследования». Оценка потенциальных возможностей клиента на предложение.
- Поиск и выявление покупателей и лиц принимающих решение в сделках.
- Организация и назначение встреч менеджеров с покупателями и лицами принимающими решения в сделках.
- Отправка коммерческого предложения.
- Работа с клиентами после прямой почтовой рассылки. Повторный звонок. Работа с тёплыми клиентами. Система вопросов для клиента, который Вас знает.
- Звонок менеджера с целью консультирования.
- Поиск спонсоров.
- Сбор и организация необходимой информации.
- Качественная и количественная оценка предполагаемых покупателей и выбор приоритетных клиентов.
- Исследование новых рынков сбыта. Опрос. Проверка спроса.
- Исследование в области конкуренции (насколько ваш продукт или услуга конкурентоспособны на рынке).
- Маркетинговый опрос с целью сформировать потребности клиентов.
- Интервью клиента вместе с презентацией.
- Звонок постоянному клиенту. Поддержание и развитие контактов с клиентами. Повторные продажи, продолжение сотрудничества.
- Оценка качества. Опрос об удовлетворенности клиента после сделки.
- Звонок по рекомендации.
- Восстановление связей с неактивными клиентами.
- Поддержка акций и стимулирование сбыта.
- Приглашение к участию в мероприятиях, семинарах, конференциях.



4. Звонок. Поиск нужного человека (лицо принимающее решение). План «А» и план «Б» телефонного разговора (основной и альтернативный вариант). Навыки установления контакта с потенциальным клиентом и достижения цели.

- Проход секретаря. Методы работы с секретарями (преодоление «вратарей») и выхода на ЛПР (лицо, принимающее решение).
- Разговор с ЛПР. Первый телефонный контакт, система вопросов для первого разговора. Потребности клиента. Методы привлечения внимания. Создания первоначального интереса, первичная презентация. Основные ошибки при установлении контакта.
- Активное слушание – основной метод ведения беседы. Эффективные стратегии переговоров. Техника конструирования вопросов. Виды тактики для получения полезной и достоверной информации о клиенте.
- Презентация товара или услуги, компании и условий сотрудничества. Основные моменты. Алгоритм эффективной презентации. Метаязык. Продажа идеи. Обучение продукту или услуге. Краткий рассказ о продукте или услуге с акцентом на выгоды и преимущества с учётом ситуации в поле условий или ценностей клиента.
- Удержание внимания и работа с вопросами или возражениями и отговорками ЛПР. Формы обработки возражений. Типология возражений. Примеры возражений. Итого, основные моменты этапа работы с возражениями.
- Договор о встрече или дальнейших действиях. Эффективные приемы завершения продажи. Варианты «покупательских сигналов» готовности к покупке. Основные способы воздействия на клиента для совершения покупки. Завершение разговора. Итоги разговора. Согласование сроков. Договоренность о следующем шаге.
- Вариант «горячий» клиент.
- Психологическая подготовка. Минусы и плюсы, секреты профессии. Ключевые факторы успеха продаж по телефону в современных условиях. Осознание своей роли в процессе продаж. Пять качеств успешного телемаркетолога. Лайфстайл телемаркетолога. Техники борьбы со стрессом, формула твоей эффективности. Карьера.

5. Отказ. Работа с отказами.

6. Стандарты аудита операторов, критерии оценки персонала.

7. Дополнительные полезные навыки: программное обеспечение . Скорость печати.



Особенности курса:

5

- Комплексный подход к решению задачи качественного обучения.
- Солидная теоретическая база, оточенная опытом. Тренинг разработан на основе личной практики тысяч реальных звонков общения с клиентами из разных отраслей.
- Предоставление полной информации. Ответы на все вопросы.
- Анализ применения различных приемов. Практические рекомендации.
- Удобный дистанционный формат телесеминара, идеально подходит для обучения, развития и тренировки навыков телемаркетологов.
- Возможность учиться без отрыва от рабочего процесса. «Живое» общение тренера и участников группы посредством конференц-звонков, проведения вебинаров с обратной связью в реальном режиме времени.
- В программу включены теоретические материалы, групповая дискуссия, анализ конкретных ситуаций, разбор кейсов, групповые и индивидуальные упражнения, практические задания, деловые игры, ролевые игры.
- Весь необходимый раздаточный материал.
- Схематический набор готовых действий и умение оперативно управлять этим набором.
- Чек-листы эффективных алгоритмов поведения и речевых модулей.
- Моделирование сложных ситуаций.
- Отработка на практике разговора с клиентом.
- Электронное тестирование: контроль знаний.
- Опросник. Контроль умений правильно вести диалог, ориентироваться в ситуации, решать нестандартные вопросы.
- Итоговая обратная связь по результатам работы в группе.
- Участники получают заряд нематериальной мотивации и интерес к работе.
- Цель данного обучения – показать, как тот или иной прием ложится в практику общения с клиентами.
- Задачи тренера – внедрить наиболее успешные приемы, которые отличают лучших продавцов от средних.





Руководитель тренинга Анна Климова

- Дипломированный специалист сферы экономики и предпринимательства (КЭИ КНЭУ).
 - Прошла путь от оператора колл-центра до эксперта телемаркетинга.
 - Действующий сценарист-скриптолог отделов продаж.
 - Методист и бизнес-тренер в сегменте B2B.
 - Партнёр агентства *D&D*.

