



## Чек-лист по правилам холодного обзвона

Холодные звонки – это первые звонки, которые совершает менеджер потенциальному клиенту, при том, что ранее никаких контактов и переговоров с этим клиентом не велось. Но даже при первом контакте реакция потенциального покупателя на звонки во многом зависит от того, как продавец начнет вести диалог, и как он сможет презентовать свою компанию и свое предложение. Вы узнаете из данного чек-листа о том, как правильно структурировать диалог с потенциальным заказчиком, и какими фактами оперировать во время беседы. Начнем!

### предварительно собрать информацию

*Необходимо иметь полную информацию о том, насколько платежеспособен клиент, об основных направлениях его деятельности и некоторые сведения о самом лице, принимающем решение.*

### поинтересоваться о наличии свободного времени

*Прежде чем начинать свои продажи по телефону, следует поинтересоваться, есть ли возможность обсудить вопрос в данный момент, и не занят ли он. Если собеседник сообщит о своей занятости, непременно поинтересуйтесь, когда лучше перезвонить ему для разговора*

### использовать электронную почту

*Некоторые менеджеры используют новую технологию холодных звонков, при которой первый контакт происходит через электронное письмо с коммерческим предложением или обычное письмо с несколькими каталогами и рекламными проспектами. После этого продавец уже совершает сам звонок.*

### осознавать свою роль

*Помните, что разговаривая с потенциальным заказчиком, вы не являетесь его подчиненным или служащим – вы предлагаете актуальный и выгодный товар, поэтому скорее вы партнер, чем работник. Это очень важно осознавать в процессе беседы,*

чтобы не говорить заискивающим тоном.

доносить цель звонка непосредственно клиенту

*Совершая звонок в практически каждую фирму, менеджер в первую очередь связывается с секретарем. Техника продаж не предполагает, что менеджер расскажет о товаре сначала секретарю, а уже потом руководителю.*

применить психологические приемы

*Вы можете использовать самые различные психологические приемы и уловки, которые помогают вам наладить продажи по телефону. Многие менеджеры используют технику положительных ответов. Начинайте диалог с оппонентом с тех вопросов, на которые у него будет готов положительный ответ.*

уточнять приоритетные нюансы

*Выясните, что является приоритетным для клиента при заказе товара, будь то техника, канцтовары или бытовая химия. Это поможет вам выделить те плюсы, которые имеют значение для конкретного заказчика.*

предоставлять реальную информацию

*Многие менеджеры готовы приукрасить возможности компании, лишь бы завоевать нового заказчика и получить свои бонусы. Желательно говорить клиентам только достоверную информацию, например, если у вас нет необходимых комплектующих, то не обещайте, что готовы доставить их хоть завтра.*

грамотно работать с возражениями

*Очень часто клиент отвечает: «Благодарю за предложение, но у нас уже есть поставщики, с которыми мы давно сотрудничаем». Профессиональный менеджер должен ответить так, чтобы не оспаривать и не говорить плохо о своих конкурентах, но в то же время получить шанс на получение заказа.*

спокойно относиться к отказам

*Не следует воспринимать каждый неудавшийся звонок, как личную обиду или показатель неумения работать с людьми. Воспринимайте отрицательный ответ, как повод задуматься о том, что можно усовершенствовать в своей методике общения, но не более.*