

5 ПРАВИЛ ХОЛОДНЫХ ЗВОНКОВ

Вы любите, когда Вам звонят незнакомые люди и что-то предлагают? Думаю, никому из нас это не нравится. «Вы звоните мне, ничего обо мне не зная, и предлагаете то, что мне никогда не понадобится. Зачем Вы тратите мое время?» — вот реакция, которую вызывает незванный звонок.

Основная причина, по которой холодные звонки вызывают раздражение — это бездумность и неподготовленность. Многие продавцы превращают холодные звонки в банальный обзвон, забывая о том, что их цель — не прозвонить справочник, а назначить встречу с клиентом. Если Ваша цель не замучить, а продать, то следующие правила и техники холодных звонков позволят ее достичь.

Правило 1. Соберите информацию

Холодный звонок — это звонок, которого Ваш потенциальный клиент не ждет и без предварительной подготовки шансы установить с ним контакт очень низки. До обращения в компанию соберите о ней как можно больше информации. Поговорите с кем-нибудь из отдела обслуживания и узнайте, что они предлагают своим клиентам.

Хорошим поводом для холодного звонка может стать обсуждение материалов, опубликованных на сайте фирмы или в интернет-СМИ. А просмотр публикаций или интервью даст Вам отличную возможность связаться с представителем компании напрямую, например:

«Добрый день, Сергей Степанович! Меня зовут Игорь Иванов, компания InterFunk. Прочитал вчера ваше интервью и звоню выразить Вам уважение как к дальновидному руководителю. Согласен с Вашими словами о том, что в крупной компании должен быть ресурс, объединяющий все подразделения и создающий целостную структуру организации. Мы как раз занимаемся интранет-системами, я хотел бы подъехать к Вам, чтобы рассказать о наших решениях и познакомиться с Вами лично».

Правило 2. Не занимайтесь продажами по телефону

В телефонных переговорах все, что у Вас есть — это Ваш голос и Ваша улыбка, которая всегда слышна по телефону. Знание продукции и вера в то, что Вы предлагаете нужный товар, придаст Вашему голосу уверенность.

Начинайте разговор с представления себя и компании. Помните, что Вы не занимаетесь продажами по телефону, а звоните понять заинтересованность. Фраза «Мы хотим Вам предложить» воспринимается клиентом как «Мы хотим Вам продать». Лучше начать так:

«Добрый день, Сергей Степанович! Это Виктор Михайлов из компании ПромЭлектро. Мы занимаемся поставкой сварочного и электрооборудования. Могло бы это вас заинтересовать?» Несомненным плюсом общения по телефону является то, что вы можете быть, кем угодно и в какой угодно должности. Все дело лишь в том, как вы владеете собой и как управляете своим голосом. При грамотном использовании такая техника холодного звонка весьма эффективна.

Правило 3. Уважайте клиента и его партнеров

Компания, в которую Вы позвоните, скорее всего, уже имеет налаженные отношения с поставщиками продукции, схожей с Вашей. Всегда уважайте выбор клиента и не ставьте его под сомнение. Давление при холодном звонке не работает и вызывает гудки на том конце провода.

Хочется также предостеречь от агрессии и фарса. Не говорите: «Я сделаю Вам предложение, от которого Вы не сможете отказаться» Общайтесь с людьми по-человечески просто и с их разрешения: «Позвольте, я расскажу Вам о возможности...»

Когда Вы получаете ответ: «Мы уже работаем с другим поставщиком, нас все устраивает», можно

уточнить: «Понятно. Вы полностью довольны или все-таки есть необходимость что-либо улучшить?»

Сфокусируйтесь на обсуждении того, что нравится Вашему клиенту в работе с его поставщиком и что для него является наиболее важным. Установив хороший контакт без проявления явной заинтересованности, Вы сможете понять, так ли все идеально на самом деле.

Правило 4. Отличайте отказ клиента от возражения

Будьте готовы к тому, что Ваш холодный звонок никто не ждет и потенциальный клиент может:

- а) не хотеть с Вами разговаривать;
- б) не иметь возможности с Вами разговаривать.

Общаясь по телефону, сразу включайте клиента в диалог — ему будет интереснее, а Вам легче. Забудьте о Вашей презентации, оставьте ее для личной встречи.

Когда Вы слышите ответ: «У меня нет на это времени», — это возражение, а не отказ. Назначайте личную встречу: «Понимаю. Давайте я подъеду к вам, чтобы все рассказать. Вас устроит вторник в три часа дня?»

Учитесь чувствовать грань между назойливостью и настойчивостью. Когда Вам говорят категоричное «нет» — это отказ. Не вызывайте огонь на себя, просто закончите разговор.

Если вы знаете, что потенциальный интерес к вашей продукции есть, то продолжайте время от времени звонить. Ситуация в компании может измениться и, возможно, после череды отказов вам скажут: «Ладно, давайте, что там у вас». Плюс данной техники в том, что со временем холодный звонок перестает быть холодным.

Правило 5. При первой возможности назначайте встречу

Используйте любую возможность, чтобы назначить встречу. Помните, что по телефону продажи не сделать и по телефону легче отказать. Иногда можно сказать клиенту прямо: «Мы занимаемся....и хотим стать вашим поставщиком. Давайте встретимся, и я расскажу вам о нашей продукции».

Оптимальная продолжительность холодного звонка — 2 минуты, максимальная — 5 минут. Если звонок продолжается дольше, вероятность назначения встречи резко снижается.

Отдельно стоит остановиться на ответе как: «Пришлите ваше предложение по факсу». Можно продолжить разговор так:

«Я с удовольствием подготовлю для вас всю информацию. Для того, чтобы мне предложить именно то, что вам нужно, позвольте уточнить...» или так:

«Конечно, я могу прислать наш прайс-лист. Но он на 10 листах и мне жаль Вашей бумаги. Скажите, чтобы сократить информацию и сэкономить Ваше время, какой раздел из нашего перечня продукции Вам может быть интересен более всего — этот или этот?»

После того, как уточните интересующие Вас вопросы, подготовьте предложение на фирменном бланке и отвезите его лично, объяснив это тем, что хотите познакомиться. На встречу обязательно возьмите с собой позитивный настрой и рекомендации Ваших клиентов.