

ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ЗВОНКОМ

Перед этапом «Установления контакта», часто выделяю еще один этап – это «Этап подготовки перед звонком».

Как правило, он применяется в «сложных продажах», то есть:

- сложные и дорогостоящие услуги/товары (промышленное оборудование, станки, техника и т.д.);
- длинный цикл сделки (от 6 месяцев);
- высококонкурентный рынок, где любая информация может стать конкурентным преимуществом.

Это определение не в полной мере можно отнести к нашей специфике – «перевозки сборным грузом», но этот этап будет очень эффективен для нас, при его правильном использовании.

Итак, в чем он заключается:

«Этап подготовки» - это сбор первичной информации о клиенте из различных источников: **интернет, соц.сети, газеты, журналы, новости, форумы, выставки, сотрудники компании**, для того, чтобы повысить шансы на успех наших переговоров.

Туда входит информация, касающаяся как самой организации и ее деятельности, так и информация о лицах принимающих решение в данной компании (ЛПР), и других полезных сведениях, которые могут способствовать успеху наших переговоров.



ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ЗВОНКОМ

Чем больше информации о потенциальном клиенте Вы соберете, тем более внушительным арсеналом будете обладать в процессе переговоров, и, естественно, тем выше будут шансы на успех в переговорах.

Выделите 5 – 10 минут перед звонком клиенту или запланированной встречей, для сбора необходимой информации, это в значительной степени повлияет на продуктивность ваших переговоров и сделает их более предметными.

Коллеги, когда и если вы будете использовать этот прием в вашей работе, то не забывайте про здравый смысл, пожалуйста! Потратить 10 минут на сбор информации о маленьком продуктовом магазине, который находится на цокольном этаже жилого дома или уделить 10 минут на подготовку к звонку в производственный холдинг, который осуществляет поставки по всей территории РФ.

Действуйте ЛОГИЧНО! (вложенные усилия + размер выигрыша = общий результат).

Пример:

1. - Легче ли нам будет успешно провести переговоры, если мы знаем, что клиента возит такой-то ТК?

Да, легче. Мы знаем наши конкурентные преимущества перед этой компанией и можем их успешно использовать в переговорах.

2. - Легче ли нам будет вести переговоры, когда мы будем знать, а какой груз возит потенциальный клиент?

Да, конечно. Мы можем подобрать для него оптимальные условия транспортировки его груза, чего могли не сделать другие компании.

3. – Даже знание имени лица принимающего решение, это уже большое подспорье в наших с вами переговорах.

Нам намного проще будет пройти секретаря и это как минимум! И т.д.

Очень важно запомнить, коллеги, что не нужно злоупотреблять и превращать сбор информации в детальный анализ компании клиента, и всей ее трудовой деятельности. В противном случае, мы с вами можем получить совершенно противоположный эффект от него: много действий и ненужной работы, а КПД будет равен нулю.

Нужно очень четко контролировать свое рабочее время и только в таком случае, этот этап будет эффективно работать!