

Общение с клиентами

Нюансы работы

Типы звонков

«Холодные» (клиент не знаком с нами)

«Теплые» (клиент уже общался с нами)

«Горячие» (клиент уже определился с покупкой, согласование деталей, подписание документов)

Звонки – наш основной источник увеличения продаж, а значит и дохода как менеджеров, так и компании.

«Холодные звонки»

Одна из важнейших составляющих работы. Каждый удачно совершенный звонок может дать вам потенциального клиента и значительный прирост прибыли в дальнейшем.

Перед звонком необходимо получить информацию о контрагенте из открытых источников для выстраивания стратегии общения

У клиента может не быть потребности в покупке прямо сейчас, но необходимо наладить контакт, оставить свои данные и назначить время следующего звонка для выявления потребностей.

Обязательно следует внести контрагента в CRM и запланировать следующий звонок.

«Холодные звонки»

Скрипты общения несколько различаются для:

- Клиентов конкурирующих компаний
- Клиентов, данные о которых найдены в открытом доступе
- Перекупщиков

Также от этого будет зависеть итоговая объявляемая цена.

«Теплые звонки»

Разделяются на:

- Звонки клиентам, уже заключивших с нами договор
- Звонки клиентам, еще не высказывавших потребности, но которые были согласны на звонок с нашей стороны через некоторое время
- Звонки клиентам, которых не довели до сделки в прошлый раз

«Теплые звонки» для клиентов, заключавших договоры

Обязательно посмотреть когда был заключен договор и что было поставлено. Начав разговор с напоминания об успешном сотрудничестве, клиент будет более расположен к диалогу.

«Теплые звонки» для клиентов из базы, еще не отправлявших запросы

Обязательно посмотреть когда был совершен предыдущий звонок. Клиент должен вспомнить предыдущий опыт общения и понять, что мы заинтересованы в сотрудничестве, даже если сейчас потребности в закупках нет.

«Теплые звонки» для клиентов, не дошедших до сделки

Требуется основательная подготовка. Скорее всего клиента не устроила названная нами цена на продукцию.

Обязательно требуется посмотреть тему прошлого разговора. Выяснить, насколько выставленная цена была выше рынка, собрать всю доступную информацию о клиенте.

«Горячие звонки»

Все просто: клиент уже согласен на сделку, происходит обсуждение деталей. Очень важно довести сделку до логического завершения, чтобы клиент оставался довольным сотрудничеством с нами на всех этапах.