

SKUTECZNE NARZĘDZIA POZYSKIWANIA KLIENTÓW PRZEZ TELEFON



Efektywność prowadzenia telefonicznych rozmów sprzedażowych i obsługi klienta może mieć decydujące znaczenie dla **pozycji firmy na rynku**. Specyfika biznesowych rozmów, wymusza stałe **doskonalenie standardów obsługi** – ważna staje się **świadomość**, osobiste **zaangażowanie** i **kompetencje** każdego sprzedawcy. Klient, rozmawiając z pracownikiem, tworzy sobie na podstawie krótkiej rozmowy, wizerunek całej firmy, **jakości produktu** i często, już w trakcie pierwszych minut rozmowy, podejmuje decyzję o dokonaniu zakupu czy umówieniu się na spotkanie handlowe, bądź też o odmowie. Dlatego ważna jest osobista postawa sprzedawcy - sposób jego **komunikacji, budowania relacji** z obcą osobą, ton i barwa głosu, **fachowość** i postawa odpowiedzialności za całościowy wizerunek firmy.

cele i korzyści z udziału w szkoleniu:

- dostarczenie narzędzi i technik, które pomogą w świadomym prowadzeniu rozmowy z klientem (prawidłowa komunikacja, budowanie i utrzymywanie kontaktu, zbieranie informacji od klienta);
- rozwijanie elastyczności w budowaniu kontaktu z różnymi typami osobowości - umiejętność dostrojenia;
- rozwijanie umiejętności radzenia sobie z obiekcjami klientów;
- rozwijanie umiejętności wpływania na emocje własne i klienta;
- kształtowanie postawy odpowiedzialności za efekty swojej pracy i tworzenie pozytywnego wizerunku firmy;
- umiejętność pracy w trudnych sytuacjach z klientem: klient niezdecydowany, wypytyjący o detale, agresywny itp.

Odbiorcy szkolenia

osoby pracujące w działach telefonicznej sprzedaży i obsługi klienta;
przedstawiciele handlowi;
pracownicy call-center;
kierownicy i menedżerowie działów handlowych;
właściciele firm



+48 52 330 69 60



zamkniete@winners-szkolenia.pl



www.winners-szkolenia.pl

1. Budowanie autorytetu w telefonicznym kontakcie z klientem

- Właściwa postawa handlowca w rozmowach przez telefon drogą do sukcesu.
- Budowanie wizerunku profesjonalisty w kontakcie telefonicznym.
- Zasady i czynności związane z psychiczną rozgrzewką - energia do dzwonienia i ochrona przed stresem wynikającym z potencjalnego „odrzucenia” przez klienta.
- Standardy prowadzenia rozmów telefonicznych.

2. Psychologia sprzedaży i przygotowanie do rozmowy

- Gdzie i jak skutecznie poszukiwać klientów i tworzyć target?
- Czy znasz powody, dla których potencjalny klient chciałby skorzystać z Twojej oferty?
- Poznaj swojego klienta zanim wykonasz pierwszy telefon – przydatne źródła i metody.
- Scenariusze rozmów telefonicznych kluczem do efektywności.
- Z jakich etapów składa się rozmowa telefoniczna?
- Definiowanie celów na każdym etapie sprzedaży.
- Jaki wpływ na zamknięcie mają poszczególne etapy?

3. Umiejętnie zdobywaj informacje

- Prawa i techniki perswazji /wywierania wpływu poprzez presupozycje, implikacje.
- Techniki zadawania pytań handlowych.
- Reguły aktywnego słuchania.
- Techniki odkrywania potrzeb klientów.
- Słowa, jako narzędzia budowania zaufania klienta - zwroty „parzące” i „nęćące.”
- Opracowanie skryptu z pytaniami.

4. Kim jest trudny klient? Sposoby reagowania

- Oddziel fakty od emocji – kluczowa zasada w trudnych sytuacjach.
- Interpretacja zachowań klientów na różnych etapach procesu obsługi.
- Techniki radzenia sobie z trudnymi pytaniami.
- Jakie wymówki mają Twoi klienci, gdy nie chcą z Tobą rozmawiać?
 - *dziękuję, nie jestem zainteresowany,*
 - *proszę o ofertę mailem,*
 - *nie mam teraz czasu,*
 - *korzystam z usług konkurencji i nie zamierzam zmieniać,*
 - *ma Pan 3 minuty, aby mnie przekonać.*
- Jak nie dać się tradycyjnemu zbywaniu na typowe wymówki?

