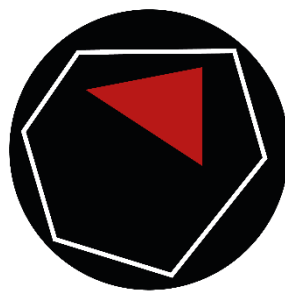


ГРАНИ



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Грань №5

Я – Мастер продаж

Урок № 3

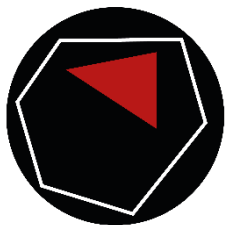
Особенности продаж по телефону.



bk_grani



club-grani.ru



Особенности продаж по телефону.

Самая большая проблема при общении по телефону — вы не видите клиента.

Есть два типа звонков:

1. Звонок по сарафану, когда вас ищут и с вами хотят пообщаться.
2. Вы звоните первый, когда вы получили контакты потенциального клиента и предлагаете свои услуги. Обычно это происходит при запуске рекламной компании.

Очень важно понимать, что вы должны уметь объяснять человеку на расстоянии кто вы, чего хотите и как выглядит ваше предложение. Вам очень важно обучиться этому навыку, без него в продажах никуда. Нужно уметь по телефону увеличивать у клиента область незнания и на основе этого запускать тревожность у клиента.

Что это значит?

Пример: Я могу не знать английский язык, и я спокоен.

Могу выучить пять слов и прекрасно себя чувствовать. Однако, я понимаю, что с этими пятью словами я не смогу общаться в Турции.

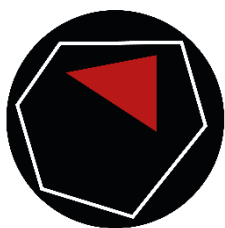
Мне нужно выучить 100 слов, и для общения с барменом этого достаточно. Но я не смогу общаться с представителем американской или англо - язычной культуры.

С одной стороны знания у меня увеличиваются, а с другой стороны я понимаю, как много я всего не знаю, то же самое с дизайном интерьеров. Вы должны объяснить клиенту, какие есть подводные камни на стройке, какие сложности могут возникнуть, и больше встречаться для более подробного разбора информации. То есть во время телефонного звонка мы пытаемся закрыть потенциального клиента навстречу. Так как при встрече гораздо проще проявить себя как эксперта. Объясняем, что есть много нюансов, увеличиваем клиенту эту область его «незнания».

Вы должны учитывать, что клиенты подразделяются на 4 типа: кинестетики, аудиалы, визуалы и дигиталы.

Визуалу легче всего запоминать графическую информацию.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Аудиал лучше всего запоминает на слух.

Кинестетики опираются больше на телесные и тактильные ощущения.

Дигиалами являются те, кто делает упор на логику. Они лучше понимают через логические связки и концепции.

Есть один важный нюанс: мы все являемся смешанными типами по формату восприятия информации.

1. Важный момент в общении по телефону — назначить встречу. И назначить эту встречу, не испытывая стресс. Если клиент пришел по рекламе, это должно стать естественным для вас процессом.

Вы должны всегда помнить, о том, что любой разговор нужно закрывать встречей. У вас должно быть внутреннее состояние уговорить клиента на личную консультацию. Это должна быть цель любого телефонного разговора. Даже если пандемия, мы всегда всё равно предлагаем провести встречу, хотя бы по скайпу или зуму. Донесите до клиента алгоритм действий: вы созваниваетесь, общаетесь, вы **ВСТРЕЧАЕТЕСЬ**, а на встрече демонстрируете дизайн-проект.

Перед заключением договора очень важно друг на друга посмотреть, ведь дизайн интерьера - это достаточно интимная профессия. Вы обсуждаете с клиентом очень важные и порой интимные вещи: про уклад семьи, про какие-то пристрастия и хобби клиента, особенности ведения быта, традиции и т. д. Всё это проще обсуждать с глазу на глаз, и дизайнер должен быть своим человеком в семье. Дизайнера интерьера выбирают не по стоимости, а по ощущению: ваш человек или не ваш. Поэтому все подробности переносим на очную встречу.

Очень рекомендую после прохождения грани № 5 «Я — мастер продаж» еще раз ознакомиться с предыдущей, гранью № 4 «Я — маркетолог», возможно, у вас появится новое прочтение, что-то станет более понятно, и уйдут ваши страхи и блоки, связанные с продажами.

2. Следующая распространенная ошибка в общении по телефону — тараторить. Чем больше вы тараторите, чем быстрее вы говорите, тем быстрее клиент понимает, что вы волнуетесь, а если вы волнуетесь и суетите, значит, у вас какая-то невыгодная позиция, и он будет более въедливо в вас всматриваться, пытаться разобраться, что в вас не так.

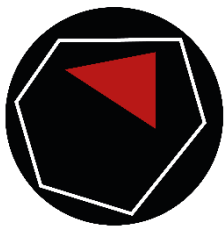
Говорите чуть медленней, не спеша, чуть более вкрадчиво.



bk_grani



club-grani.ru



3. Ошибкой будет - **не позиционировать себя как гуру.**

Не включайте надменность и не заискивайте.

Понятно, что вы хотите транслировать искренность, но нужно чувствовать эту тонкую грань между надменностью и заискиванием. Грань эту можно найти, поиграв с разными интонациями в общении.

Пример: «Судя по тому, что вы оставили заявку на нашем сайте, вас интересует дизайн интерьера. Скажите какую задачу вы хотите решить, чем я могу быть вам полезен.»

Эта фраза создаст нужный эффект в общении, что клиент обратился к доктору, потому что болен, и то, что клиенту это общение нужнее.

Много на эту тему мы говорим в тренинге **«Формула любви»**.

Приобрести запись этого тренинга можно здесь: <https://cennost1.ru/love>

4. Как можно получить энергию во время телефонных переговоров?

Вы можете общаться по телефону стоя. Когда вы стоите и собраны, вы чувствуете себя выше клиента, чувствуете своё превосходство. Если у вас очень много телефонных разговоров, можно просто выше сесть, подложив под себя книги или подушки. Это тоже даст ощущение, что вы над этим разговором, позволит замедлиться и чувствуете себя лучше.

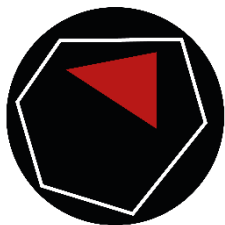
Важно держать прямую спину и не сутулиться.

5. Разогнанная психика.

Как разогнать психику мы не раз говорили на прошлых модулях и воркбуках, и так же давали конкретные советы. Поговорить с энергичным родственником, любимым человеком, посмотреть вдохновляющие видео или юмористические программы.

В начале вы можете делать какие-то неважные звонки, чтобы просто размяться. Позвонить старым клиентам, поставщикам или обзвонить сотрудников. Чтобы разговориться, разработать речевой аппарат и почувствовать, что у вас все хорошо. Особенно хорошо этот прием работает после периода затяжных праздников в январе или в мае, которые сопровождаются своеобразной аскезой и малым общением.





6. Продавайте, когда прет!

Если у вас пошла волна продаж, у вас один удачный звонок за другим, не останавливайтесь! Обычно, если вы попали в эту волну, все звонки у вас проходят на хорошей энергии и приносят много результатов. Если эту волну заглушить, то достаточно сложно в нее вернуться, поэтому не упускайте такую возможность.

Домашнее задание: Перед зеркалом тренируйте простые фразы: «хорошо, что вы позвонили, конечно же, я занимаюсь дизайн-проектами, это моя обычная коммерческая деятельность», «да, конечно, это простой финансовый вопрос, хорошо, что вы позвонили, я посчитаю, сколько стоит для вас дизайн-проект».

Вы можете взять за основу эти две простые фразы и немного переделать их под себя. Ваша основная задача — научиться говорить в хорошем настроении клиенту в лоб, что ваши услуги стоят денег.

В качестве хорошего примера предлагаю вам ознакомиться с вебинаром моего хорошего знакомого Валентина Баранкина. Его деятельность заключается в продаже акций, он автор бестселлера «Продажи по телефону и продажи по скайпу от А до Я». На этом вебинаре вы увидите ту самую энергетику и алгоритм, с которым они продают любую продукцию и товары своим клиентам.

ССЫЛКА НА ВЕБИНАР ВАЛЕНТИНА БАРАНКИНА :

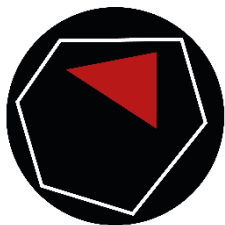
<https://www.youtube.com/watch?v=WxVAdRIK1fQ>

Также обязательно ознакомьтесь с алгоритмом продаж по телефону из нашей московской дизайн-студии <https://disk.yandex.ru/d/mwL4Uu5hbyFkNA>

как продавать в формате, если к вам заявки с координатами потенциальных клиентов поступают из маркетингового канала, и как закрывать клиента на встречу. Этого достаточно для самостоятельной работы с телефонными звонками.

Если вы амбициозны, у вас есть задача создать отдел продаж, то вы должны не сами продавать, а научить продавать других сотрудников. Для этого у нас есть готовые наработки специально для построения отдела продаж, они принадлежат нашему специалисту по продажам и переговорам Александре Лисице. У нее есть 9 инструкций, в которых подробная программа, позволяющая настроить продажи по конкретной методологии.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

9 инструкций:

1. Регламент продаж (39 пунктов для менеджера). 2 листа.
2. Воронка (этапы продаж). 1 лист.
3. Методичка по входящим заявкам. 10 листов.
4. Методичка как делать презентацию. 7 листов.
5. Скрипт звонка. 4 листа.
6. Чек-лист проверки звонков. 4 листа.
7. Методичка как проводить встречи. 5 листов.
8. Отработка возражений. 11 листов.
9. Отдел контроля качества. 1 лист.

В стоимость входит полутора часовая консультация Александры Лисицы и Евгения Тюрина по внедрению инструкций и скриптов.

Это платная программа, она нужна только серьёзным дизайн-студиям.

Купить её можно здесь по ссылке: <https://konsalting2.justclick.ru/order/otdel-prodaz>

Домашнее задание:

Перед зеркалом тренируйте простые фразы: «хорошо, что вы позвонили, конечно же я занимаюсь дизайн-проектами, это моя обычная коммерческая деятельность», «да, конечно, это простой финансовый вопрос, хорошо, что вы позвонили, я посчитаю, сколько стоит для вас дизайн-проект».



bk_grani



club-grani.ru