

Зато в том случае, если информация заинтересовала потенциального клиента, возможно установление нового контакта и успешная сделка. Можно посчитать, после скольких «нет» звучит долгожданное «да». Другими словами, ради того, чтобы найти одного покупателя, стоит совершить несколько звонков.

Необходимо сместить акцент с себя на клиента и осознать, что основная цель «холодных звонков» - не просто продать, а оказать человеку помощь, решить его проблему. В этом случае настрой станет более позитивным, а работа – более эффективной.

Кроме того, для повышения эффективности звонков необходимо лучше узнать потребности и проблемы клиентов и тогда вы сможете сделать им более заманчивое предложение. После этого они начинают понимать, что им не просто пытаются что-то продать, а предлагают именно то, что им нужно. И отношение часто становится более конструктивным.