

Этот страшный «холодный звонок»

Автор: Ирина
27.11.2013 13:00 -

Главной проблемой некоторых менеджеров по продажам является неумение и нежелание совершать так называемые «холодные звонки», т.е. звонить людям, которых не знаешь, и предлагать им что-то купить.

Основная причина этого - страх получить отказ. Многие воспринимают это как личную обиду, хотя на самом деле это всего лишь отказ от предложения. Этот страх необходимо преодолеть.

Простой и эффективный вариант – представить ситуацию, когда человек на другом конце провода говорит «нет». Это самое неприятное, что может случиться.

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.