

ПРОДАЖИ ПО ТЕЛЕФОНУ

Цель: развить навыки влияния и убеждения по телефону, освоить принципы информационной подготовки к «холодному звонку» (сценарий) и методы психологической настройки к телефонному звонку, научиться «прорываться через секретаря».

Целевая аудитория:

Сотрудники, работающие с клиентами, все те, кто занимается поиском покупателей, распространением товаров или услуг путем прямого обзвона потенциальных клиентов, а также ведет телефонные переговоры с клиентами или партнерами.

Формат:

Длительность программы 16 часов (2 дня по 8 часов). Размер группы от 8 до 15 человек.

Алгоритмы, методы и технологии:

Навыки активных продаж по Тому Хопкинсу и Рудольфу Шнаппауфу, техники управления голосом.

В процессе обучения используются групповые и индивидуальные форматы работы. Задача тренера – вовлечь каждого участника в дискуссии, рефлексии, анализ выполненных упражнений и кейсов (в т. ч. видеоанализ). Все участники получают обратную связь от тренера, имеют возможность в процессе тренинга или по его завершению получить ответы на свои вопросы.

Участники тренинга научатся:

- Осуществлять 2 вида информационной подготовки к «холодному звонку» – психологической и информационной.
- Использовать принципы продаж по телефону.
- Освоят основные коммуникативные навыки, необходимые для телефонного общения.
- Научатся грамотному использованию своего голоса в работе.
- Использовать простые способы психологической саморегуляции.

Развиваемые навыки и используемые методы	Результаты
<p>1. Особенности телефонного общения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цель телефонного звонка • Содержание разговора при личной встрече и по телефону (отличия) • Особенности продаж по телефону 	<p>Участники:</p> <p>Формируют единое понимание цели телефонного звонка</p> <p>Понимают особенности и сложности продаж по телефону</p>
<p>2. Информационная и психологическая подготовка к «холодному» звонку:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Информационная подготовка (сценарий) • Психологические методы настройки • Основные ошибки «холодных звонков» • «Золотые правила» «холодного звонка» 	<p>Участники:</p> <p>Владеют методами подготовки к телефонному звонку</p>
<p>3. Работа с голосом:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Три канала коммуникации в телефонном взаимодействии • Голос как основной инструмент 	<p>Участники:</p> <p>Знают методы владения голосом</p>
<p>4. «Прорыв через секретаря»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Типы секретарей • Способы «прорыва» через секретаря 	<p>Участники:</p> <p>Владеют методами, позволяющими перевести неконструктивно настроенного секретаря в союзники</p>
<p>5. Продажи по телефону:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Прояснение и уточнение потребностей клиента • Становление контакта – как залог успешности • Умение предлагать продукт на «языке» клиента • Навыки консультирования клиента по телефону • Финальные договоренности • Завершение телефонного разговора 	<p>Участники:</p> <p>Владеют навыками влияния и убеждения по телефону</p>



<p>6. Деловой этикет в общении по телефону:</p> <ul style="list-style-type: none">• «Здрaсти, это я!»• До разговора и после разговора	<p>Участники: Умеют выстраивать отношения с клиентами, повышая имидж компании</p>
<p>7. Управление эмоциями в сложных ситуациях:</p> <ul style="list-style-type: none">• Психологические приемы саморегуляции	<p>Участники: Умеют предотвращать эмоциональное выгорание</p>

Программа проведена для Компаний:

