









Telemarketing i sztuka umawiania spotkań











Szkolenie zaprojektowane przez doświadczonego menedżera sprzedaży, handlowca i telemarketera w jednej osobie, którego doświadczenie obejmuje budowanie zespołów call center i wytyczanie standardów pracy telemarketerów dla jednych z największych korporacji w Polsce.

Celem szkolenia jest zwiększenie skuteczności osób obsługujących klientów wyłącznie przy pomocy kanału audio w zakresie umawiania spotkań handlowych oraz budowania zainteresowania klienta proponowanym produktem.

Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  Sprzedają produkty i usługi przez telefon.
-  Zajmują się telefonicznym umawianiem spotkań.
-  Chciałyby poprawić swoją skuteczność w zakresie prowadzenia telefonicznych rozmów handlowych.
-  Większość prowadzonych przez nie rozmów telefonicznych kończy się fiaskiem.
-  Chciałyby nauczyć się prowadzenia perswazyjnej rozmowy handlowej przez telefon.
-  Często spotykają się z odmową klienta podczas rozmowy telefonicznej.
-  Mają trudności z namówieniem klienta do spotkania twarzą w twarz.
-  Odczuwają dyskomfort podczas sprzedaży telefonicznej.

Po szkoleniu uczestnicy:

-  Mają większy zapał do aktywnej sprzedaży.
-  Są bardziej skuteczni, udaje im się umówić więcej spotkań z klientem.
-  Znają i stosują w praktyce najsukuteczniejsze techniki perswazji telefonicznej.
-  Mają przeciwiony schemat prowadzenia rozmowy sprzedażowej przez telefon.
-  Potrafią skutecznie reagować na obiekcje klientów.
-  Są bardziej pewne siebie i samoświadome podczas rozmów z klientami.
-  Potrafią skutecznie wzbudzić zainteresowanie klienta produktem w ciągu pierwszych kilkudziesięciu sekund rozmowy.
-  Potrafią dopasować styl prowadzenia rozmowy do typu klienta.

Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy z klientem, które nagrywane są na dyktafon i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.

Inwestycja:

Szkolenie dwudniowe dla grupy 12-osobowej

z success fee: 9.800 PLN netto / 2 dni (4.900 PLN netto / 1 dzień)

bez success fee: 8.900 PLN netto / 2 dni (4.450 PLN netto / 1 dzień)



Przy zamówieniu szkolenia prowadzonego wg naszego standardowego scenariusza, na pewno nie zapłacisz za nie więcej, niż podana wyżej cena. **Możliwe jednak, że zapłacisz mniej.** Ewentualne rabaty na to szkolenie uzależnione są od wielkości zamówienia oraz liczebności grupy. Po szczegółową wycenę zapraszamy do kontaktu.

Program szkolenia

Dzień 1

- 📞 Prawo średnich - jego znaczenie w pracy konsultanta telefonicznego
 - ✦ Co mówi mi prawo średnich o mojej pracy.
 - ✦ 3 grupy klientów (konsumenci pozytywni, „być może”, negatywni).
- 📞 Otwarcie rozmowy telefonicznej
 - ✦ Zdefiniowanie osób z którymi najczęściej się kontaktują konsultanci.
 - ✦ Z kim rozmawiam - różnice w rozpoczęciu rozmowy z osobami na różnych stanowiskach.
 - ✦ Nieszablonowe sposoby otwierania rozmowy.
- 📞 Z czym dzwonię - świadomość atrakcyjności własnych produktów
 - ✦ Korzyści wynikające z korzystania z naszych usług.
 - ✦ Przeniesienie akcentu zainteresowania rozmówcy z produktu na użyteczność naszych rozwiązań.
- 📞 Radzenie sobie z odmową, oporem klienta do podjęcia rozmowy.
 - ✦ Sposoby na „nie” klienta.
 - ✦ Jak dostać się do osoby decyzyjnej.
 - ✦ Techniki radzenia sobie ze spadkiem motywacji.

Dzień 2

- 📞 Przebieg rozmowy telefonicznej
 - ✦ Etapy rozmowy
 - ✦ Kontraktowanie
- 📞 Głos jako narzędzie pracy konsultanta
 - ✦ Znaczenie dykcji
 - ✦ Modulacja głosu
 - ✦ Frazowanie - element, który uatrakcyjnia rozmowę
- 📞 Przygotowanie oferty mailowej - jak sprawić, by nasze maile były czytane
 - ✦ Co zawrzeć w ofercie mailowej
 - ✦ Jak pisać o korzyściach, nawet gdy nie znamy potrzeb klienta
 - ✦ Techniki wywierania wpływu
- 📞 Efektywne zarządzanie czasem pracy
 - ✦ Jednozadaniowość
 - ✦ Znalezienie własnego modelu pracy
 - ✦ Wykorzystywanie narzędzi do sprawnego komunikowania z klientami