

Telemarketing - skuteczna sprzedaż przez telefon

Telemarketing otwiera przed współczesnymi przedsiębiorstwami wiele nowych możliwości dystrybucji towarów i usług. Jest jednym ze najtańszych sposobów dotarcia do nowych grup Klientów, umożliwia systematyczne aktualizowanie bazy danych, pozwala na szybkie nawiązanie kontaktu z osobami decyzyjnymi w firmie. Z drugiej strony jest to narzędzie często niedoceniane lub traktowane z rezerwą, a przecież coraz częściej zdarza się tak, że sfinalizowanie transakcji handlowej odbywa się bez osobistego kontaktu.

Kilka lat temu doktor Herb True z Uniwersytetu Notre Dame przeprowadził badanie w ramach, którego przeanalizował pracę kilkudziesięciu handlowców. Doszedł do następujących wniosków: aż 46 % handlowców, próbując pozyskać nowego Klienta, podejmuje z nim jedynie jedną próbę kontaktu. Jeśli ta się nie uda, nie ponawiają kontaktu. Jedynie 4% handlowców jest skłonna kontaktować się z potencjalnym Klientem ponad pięć razy, zanim uzna go za nierokującego do zakupu. W badaniu okazało się jednak, że jedynie w 40% przypadków udaje się pozyskać Klienta, kontaktując się z nim mniej niż 4 razy. W 60 % przypadków konieczne było podjęcie, co najmniej pięciu prób kontaktu z potencjalnym Klientem, zanim zdecydował się on nawiązać współpracę z naszą firmą. Wyniki tego badania pokazują, jak bardzo ważne w pracy handlowca sprzedającego przez telefon, jest determinacja i odporność na słowo „nie”. Oczywiście zatem powinno być, że umiejętne prowadzenie rozmów telefonicznych z Klientem jest bardzo ważnym czynnikiem konkurencyjnym i zwiększa wyniki sprzedażowe w przedsiębiorstwie. Brak umiejętności handlowców podnosi koszty firmy oraz wydłuża znacznie proces sprzedaży.

Głównym celem jest podniesienie skuteczności rozmów telefonicznych przez handlowców oraz nabycie umiejętności w zakresie radzenia sobie z treścią i stresem w trakcie działań telemarketingowych.

W trakcie szkolenia uczestnicy pogłębią swoją wiedzę na temat:

- rodzajów działań telemarketingowych,
- etapów procesu sprzedaży telefonicznej,
- specyfiki sprzedaży przez telefon,
- zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej,
- standardów prowadzenia rozmów telefonicznych,
- prawa liczb – jak determinacja przekłada się na zdobywanie Klientów,
- haków na uwagę - czyli jak skutecznie przykuć uwagę Klienta.

Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili:

- nawiązać pierwszy kontakt z Klientem, tak aby go zainteresować,
- poradzić sobie z debiutowymi zagrywkami Klientów, takim i jak: „nie jestem zainteresowany”, „nie mam czasu na rozmowę”, „współpracuję z inną firmą”, „proszę przesłać ofertę mailem”, „zadzwońcie za pół roku”,
- poradzić sobie z lękiem przed dzwonieniem,
- zadbać o dobre pierwsze wrażenie,
- operować głosem, tak aby brzmieć pewnie i zrozumiale,
- prezentować produkty językiem korzyści.

Grupa docelowa	<p>Szkolenie dedykowane jest dla telemarketerów, pracowników działów handlowych, sprzedawców i doradców handlowych odpowiedzialnych za sprzedaż produktów i usług przez telefon.</p> <p>Zarówno dla tych, którzy rozpoczynają pracę jak i z kilkuletnim doświadczeniem oraz dla osób zainteresowanych tematyką sprzedaży.</p>
Program szkolenia	Szczegółowy zakres szkolenia zostanie dopasowany do specyfiki firmy, branży oraz potrzeb Klienta.
Metody pracy	<p>Szkolenie ma charakter warsztatowy. Ponad 80% czasu przeznaczone jest na ćwiczenia angażujące wszystkich uczestników w celu wypracowania i przećwiczenia konkretnych umiejętności.</p> <p>W trakcie szkolenia odwołujemy się do zasad efektywnego uczenia się dorosłych.</p> <p>Wykorzystane zostaną następujące techniki: burza mózgów, ćwiczenia indywidualne i grupowe, testy, gry symulacyjne, analizy case study, psychodrama.</p> <p>W trakcie każdego warsztatu przykładowe rozmowy telefoniczne będą nagrywane i analizowane wspólnie przez grupę.</p>
Charakter szkolenia	Otwarte lub wewnętrzne realizowane w grupie od 4-16 osób lub według indywidualnych ustaleń.
Czas trwania	<p>Od 2 do 6 dni.</p> <p>Każdy z modułów szkoleniowych trwa 90 minut. Szkolenie odbywa się w godzinach 9-17 lub w uzgodnionych indywidualnie z Klientem.</p>
Materiały szkoleniowe	Materiały szkoleniowe są uzupełnieniem do materiału omawianego w trakcie szkolenia. Uczestnicy otrzymują je w formie drukowanej.
Miejsce realizacji szkolenia	W siedzibie klienta lub w miejscu przez niego wskazanym.
Raport poszkoleniowy	Po realizacji szkolenia przygotowujemy jest raport zawierający podsumowanie szkolenia, najważniejsze wnioski, rekomendacje dotyczące działań na przyszłość.
Wsparcie szkoleniowe	W ciągu jednego miesiąca po szkoleniu służymy wsparciem. Zapraszamy do kontaktu, zadawania pytania odnośnie zagadnień realizowanych na szkoleniu.

Wyślij zapytanie, a przedstawimy Ci szkolenie dostosowane do specyfiki i potrzeb Twojej firmy!

Zapraszamy do kontaktu, tel. 22/ 839 55 99 wew. 225

MCS sp. z o.o. sp. k., ul. Czerna 14, 00-732 Warszawa

mcs@mcs.edu.pl, www.mcs.edu.pl