

HALÓÓ?

Prvá pomoc pri telefonovaní

Koncentrovaná

príručka

pre

obchodníkov,

podnikateľov

a všetkých predajcov cez telefón

Dominika Trníková



Obsah

1. O autorke	1
2. Úvod	2
2.1. Komu táto kniha ulahodí na duši?	2
3. Akým ľudom obvykle voláme?	3
4. Najlepší a najhorší čas na volanie	7
5. Buďte profesionál a predávajte čestne	8
6. Aká predstava vás robí naozaj šťastným?	10
7. Už žiadne váhanie pred prvým hovorom!	12
7.1. Ste nervózny a cítite sa neprijemne?	12
7.2. Dobrý a príjemný vzhľad	14
8. Hneď ako oslovíte klienta	16
8.1. Práca a modulácia s hlasom	16
8.2. Prispôsobenie tempa reči	17
9. Ľadoborec	19
10. „Teraz nemôžem hovoriť, kaká mi psík!“	22
11. Viete prečo voláte?	23
11.1. Ako call script vyzerá?	24
12. Na mäkko alebo na tvrdo?	28
13. Otázky sú odpovede	30
14. Otvorené a zatvorené otázky	32
15. Ja to nechcem! Chcete, len to ešte neviete.	35
15.1. Námietky a argumentácia	35
16. Záver	39

1. O autorke

Moje skúsenosti s aktívnym telemarketingom sú naozaj obsiahle. Za moju kariéru som zavolala asi tridsiatim tisícom ľuďom. Dá sa povedať, že je to dosť.

Moje začiatky sú celkom vtipné. Pracovala som pre jednu nadnárodnú spoločnosť od rána do večera. Vhupla som do celého toho predajného systému celkom rýchlo. Môj prvý telefonát bol predajný. *Aká náhoda!* Určite si viete predstaviť ten pocit. To šťastie a eufória, *je to také jednoduché a jasné! Prečo na to každý nadáva?* Zneli moje myšlienky hlboko v hlave. Tešila som sa ešte pár minút, a potom to prišlo...celá rozjarená som zistila, že klient dostal odo mňa asi tretinu všetkých informácií, ktoré nevyhnutne potreboval vedieť o danej službe. Takže čo nasledovalo? Samozrejme, musela som mu zavolať znova, a všetky chýbajúce povinné informácie doplniť, inak by bol celý hovor nekorektný. Odrazu to klientovi neprišlo až tak výhodné a skvelé ako pred tým a pre mňa sa z tohto dôvodu predaj skončil s okamžitou platnosťou. Klient bol nahnevaný a vychrlil na mňa spršku neprijemných urážok, ktoré vedel naozaj kreatívne a efektívne formulovať behom niekoľkých sekúnd. To bolo jediné, čo ma na tej katastrofe vedelo zaujať. Z príjemného hovoru sa tak stal desný zážitok, na ktorý len tak nezabudnem.

To bola moja prvá skúsenosť, kedy som musela zodvihnúť telefón a predať. Pred ďalším hovorom som mala veľký rešpekt, celá som sa triasla a chcelo sa mi vracieť. Starostlivo som strážila všetko, čo sa z mojich úst dostalo na povrch, aby sa táto nočná mora nezopakovala.

Môj pracovný deň mal v priemere osem hodín a za tento čas som sa dovolala asi 130 ľuďom. A to pre mňa znamenalo približne 15 objednávkových hovorov. Je to celkom pozitívny výsledok, takže som domov z práce odchádzala dosť vyrozprávaná a vyčerpaná, ale za to spokojná.

Takto vyzeral môj pomerne nabitý telefonický deň, kedy som sa sotva zvládla pred hovormi napiť. Skúsenosť, ktorá presiahla všetky moje očakávania. V mnohých ohľadoch bola negatívna, ale s odstupom času môžem skonštatovať, že to bolo to najlepšie, čo mi zatiaľ prinieslo toľko skúseností s ľuďmi na telefóne.

Naučila som porozumieť ľudským potrebám cez telefón, vhodne odhadnúť situáciu pre predaj, viem kedy je námietka pravdivá a kedy je to čistý výmysel a má zmysel o obchod bojovať. Zaručene viem zákazníkovi otvoriť oči, aby videl môj produkt s takým zaujatím ako ja. Vďaka mnohým útrapám, cez ktoré som musela prejsť teraz viem, že to stálo za to.

Predávame celý život. Možno v inej forme a iným spôsobom, ale každý človek na planéte niečo chce alebo potrebuje, a tak automaticky predáva a kupuje. To je systém, ktorý dokonale funguje. A zdá sa, že prináša ľuďom uspokojenie.

2. Úvod

2.1. Komu táto kniha ulahodí na duši?

Je vhodná hlavne pre tých, ktorí sa chcú venovať predaju. Akémukoľvek! Môžete predaj napríklad len schôdzku, alebo so zákazníkom úspešne vyplniť celý dotazník.

Telefonáty či už predajné, informatívne alebo len také z dlhej chvíle môžu byť nesmierne príjemné, ale tak isto vám dokážu znepríjemniť celý deň. Neoddeliteľnou súčasťou dobrého obchodu je práve perfektný telefonát. Veľa obchodov začína alebo končí telefónom, takže je dôležité, aby bol trefný, čestný, a okamžite vyjadril podstatu a pointu celého telefonického rande.

Ak ste sa rozhodli pracovať ako telefónny operátor v call centre, alebo ako obchodný asistent, zástupca, poradca, potom máte ideálnu možnosť si perfektne zlepšiť a nacvičiť svoje schopnosti. Mnohé zamestnania alebo multilevely sú na volanie doslova závislé, a preto vám predkladám moje doterajšie skúsenosti pekne čierne na bielom a vy z nich nasiaknite maximum.

Je už dávno známe a jasné, že za prvé tri sekundy sa rozhodne o prvom úspešnom obchode cez telefón alebo naopak o zlyhaní na plnej čiare. Prvé tri sekundy rozhodnú o tom, čo bude ďalej. Takže je nevyhnutné tento krátky čas využiť naplno, a pôsobiť oslnivo.

Tak poďme na to!

Na začiatku knihy si predstavíme všeobecné pravidlá o obchode cez telefón, s ktorými ste sa už možno stretli. S osvojením týchto pravidiel a techník sa vaša úspešnosť v telefonovaní rapídne zvýši, tak si to pripomenieme a nadvižeme na ďalšie užitočné rady a tipy, na ktoré som prišla osobne, tréningom a výučbou. Sú tu nazhromaždené rôzne situácie, o ktoré sa s vami rada podelím a okomentujem tak, aby vám dávali zmysel a poučenie. V každej kapitole bude podrobne rozobraná téma, situácia, problém alebo reakcia.

Verím, že vám moja kniha dá nový a príjemný pohľad na telefonovanie.

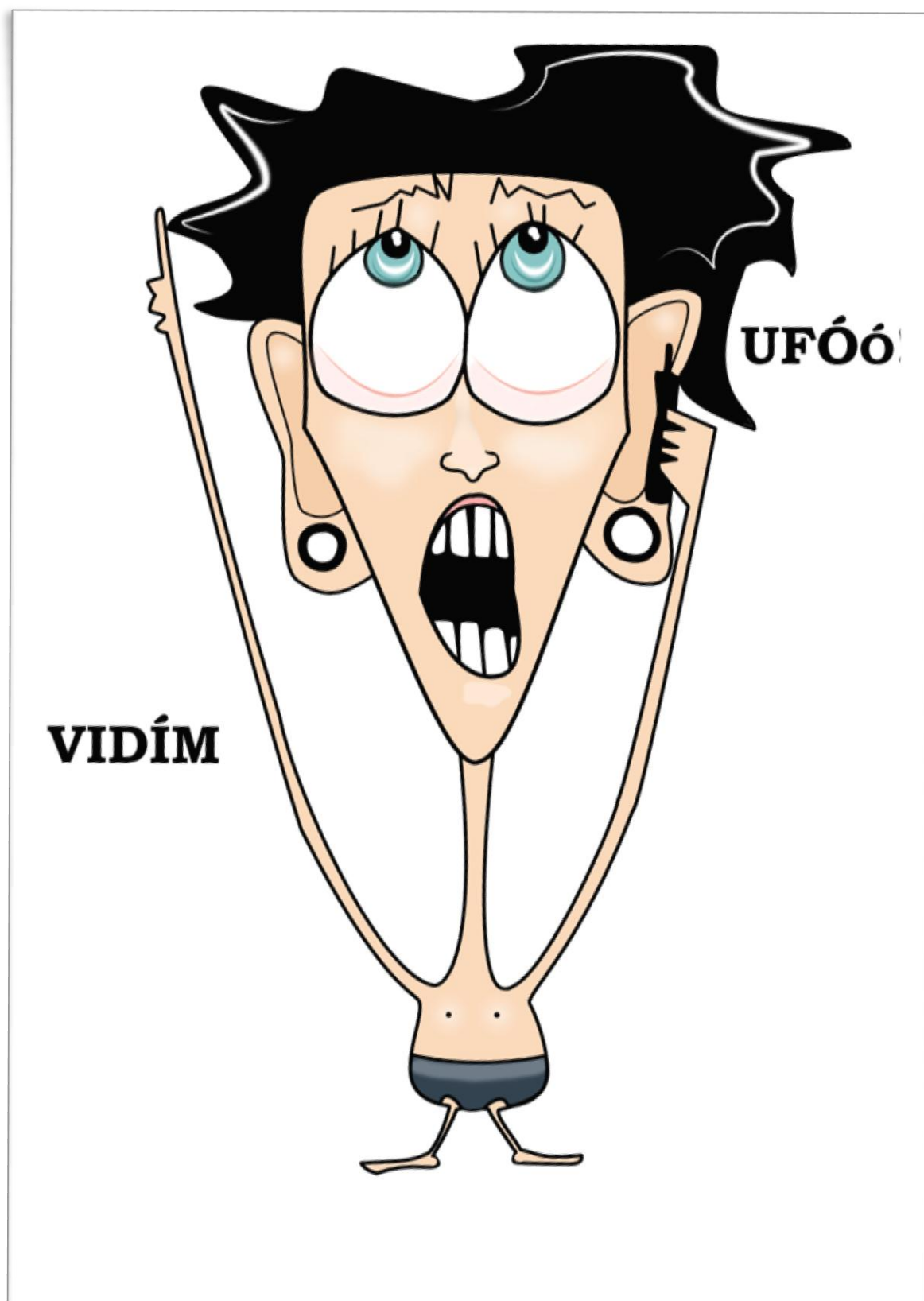
3. Akým ľuďom obvykle voláme?

Presne tým, ktorí samozrejme nič nepotrebujú. Ale hlavne nič nechcú! A pokiaľ je telefonát neprofesionálny a nekorektný, už ani nikdy nič chcieť a potrebovať nebudú, v najhoršom prípade telefón ani nezdvihnú. Vtedy viete, že ste to pokazili. Skvelé na tom je, že sa to jednoducho dá naučiť tak, aby sa toto už nikdy nezopakovalo.

Všeobecne, kontakty ku ktorým prideme môžeme rozdeliť na dve skupiny: **studené** (pre vás úplne neznámi ľudia) alebo **doporučené** (po niekom známom).

Studené kontakty môžu vypadáť všelijako. Natrafíte na kohokoľvek, v akomkoľvek citovom rozpoložení, napríklad:

- Od bezdomovca, ktorý náhodne natrafil na telefón u niekoho vo vrecku a všetko by chcel, po podnikateľa, ktorý je tak zaneprázdnený, že sám seba vypne v polovici vety.
- Mamičku na materskej, ktorá nemá čas, lebo práve musí neodkladne hojdať kočík oboma rukami. A to súčasne!
- Človek, ktorý netuší či je majiteľom telefónu alebo len tak z nenazdajky zodvihol cudzí. Áno, stáva sa.
- Taký, ktorý nedokáže potvrdiť svoje meno. („Ste teda prosím pán Jozef Bublavý? Odpoveď: Ja neviem.“)
- Sú aj titulovaní, ktorí ovládajú všetky paragrafy a vy robíte nezákonnú činnosť.
- Vypočujete si všelijaké ostré nadávky, urážky a úchylné poznámky. („Wírríí, Cíciáá poď na kávu!“)
- Vyrúšite oslavy, pohreby a rodinné hádky.
- Rúbanie dreva v lese, zabíjačky, sex, práve rodiacu manželku alebo: “Kaká mi psík, teraz nemôžem.“
- Nachytáte chlapa práve pozorujúceho ufo.
- A perlička - zákazník, ktorý aby mohol zodvihnúť telefón, vyšiel 500 metrový kopec v búrke, a teraz čupí pod jediným opršaným a vetrom polámaným stromom. No viete si to predstaviť?
- Ľudí dementných, ktorým nie je rozumieť a slepých, ktorí radi píše textovky.
- Babky a dedkovia, ktorým ste prišli akurát do rany. Celé roky sa s nikým nebavili.



Ach tá rôznorodosť, mohla by som vám o typoch ľudí písať naozaj dlho, ale myslím že pointa bola vysvetlená.

Studené kontakty sú niekedy zábavné, ale vo všeobecnosti ide o hazard s vlastným zdravím. Z toho vyplýva, že **studené kontakty** majú neporovnateľne menšiu úspešnosť, čo sa obchodu cez telefón týka, ako **doporučené kontakty** po vašich priateľoch alebo známych.

Naopak, pri **doporučených kontaktoch** sa tvorí dokonalá sieť ľudí, ktorá prináša krásne výsledky a pevné základy k vybudovaniu stabilného biznisu v akejkoľvek forme.

Na týchto ľudí ste nenatrafili náhodne, ale ich čísla máte po niekom známom. Pri doporučených číslach vás takisto môže prekvapiť hocikto, ale to je otázka aj toho, ako dobre dopadol váš predchádzajúci obchod, odkiaľ kontakt máte. Pokiaľ ste to odflákali, môžete si byť istý, že zákazník vám práve dal to najhoršie, čo našiel vo svojom telefónnom zozname. Pomsta istým spôsobom. Všetko je o prvom telefonáte. Dajte si teda záležať, akým kontaktom dáte prednosť.

Aby bola kapitola kompletná, je nutné ďalej spomenúť, že vo väčšine prípadoch sa dovoľávame niekoľkým skupinám ľudí.

1. **Lahko dosiahnuteľní ľudia a s nimi aj predaje:** zamestnanci, študenti a dôchodcovia. Týchto ľudí sa neoplatí trápiť technickými parametrami. Istým spôsobom ich to ani nezaujíma. Pre nich sú dôležité úžitky, koľko peňazí im to pravidelne ušetrí a pozitívne predstavy o službe alebo produkte, ktoré sú s využívaním alebo používaním spojené.
2. **Večne zaneprázdnení ľudia:** Manažéri, podnikatelia, doktori a iní titulovaní, obchodní zástupcovia, realitní makléri atď. V tomto prípade by mohol byť predaj zložitý, pretože málokedy zastihnete takéhoto človeka bez dôležitej práce, ktorá počká. Navyše na druhej strane telefónu môže byť rovnako silný obchodný protihráč ako ste vy. Väčšinou tu platí, kto z koho, meranie síl. Zmobilizujte všetky vaše tajné sily a vyhrajte ten boj!
3. **Ľudia, ktorým sa osobne snáď nikdy nedovoláte:** Majitelia korporátnych alebo nadnárodných firiem a všetky „veľké ryby“, ktorým osobné alebo firemné telefonáty prejdú najskôr sekretárkou alebo asistentkou a neskôr ich vybavujú obchodní zástupcovia.

Súhrn:

- **Studené kontakty = hra na slepo. Neviete s kým pridete telefonicky do styku.**
- **Doporučené kontakty = väčšia šanca na úspešný predaj, pretože medzi vami a zákazníkom už existuje väzba.**
- **Prispôbte svoj telefonický prejav tej vrstve ľudí, s ktorou práve hovoríte.**

- **Zamestnanci, študenti a dôchodcovia uprednostňujú veľa úžitkov namiesto nudných parametrov. Alebo inak povedané: Vysvetlite to „po lopate“ a jasne, bez zbytočnej omáčky okolo. Práve túto poslednú vetu budete počuť v telefóne veľakrát, pokiaľ sa tým nebudete riadiť.**
- **S manažérmi, podnikateľmi, obchodnými a finančnými zástupcami budete pravdepodobne na jednej lodi, tak z toho vyťažte maximum a zmerajte si svoje obchodné a presviedčacie schopnosti.**

Toto je pouze náhled elektronické knihy. Zakoupení její plné verze je možné v elektronickém obchodě společnosti eReading.