



BLIŻEJ SUKCESU - ZA DARMO!

**ZŁOTE
MYSLI**

ZAWÓD TELEMARKETER



Magdalena Myczko

**Jak zostać najlepiej opłacanym
telefonicznym sprzedawcą**

DARMOWY EBOOK



© Copyright for Polish edition by Magdalena Myczko & ZloteMysli.pl

Data: 05.03.2008

Tytuł: Zawód — telemarketer

Autor: Magdalena Myczko

Korekta: Anna Popis-Witkowska

Skład: Anna Popis-Witkowska

Niniejsza publikacja może być kopiowana oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

Dystrybucja w Internecie, za zgodą Autora

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli Sp. z o. o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>WSTĘP</u>	4
<u>POTEGA SPRZEDAŻY PRZEZ TELEFON</u>	9
<u>CO MOŻESZ OSIĄGNAĆ, ZAJMUJĄC SIĘ TELEMARKETINGIEM</u> ...	13
<u>Identyfikacja klientów</u>	14
<u>Bądź przekonujący w przekazywaniu informacji</u>	16
<u>Efektywnie zarządzaj swoim czasem</u>	18
<u>Ćwiczenie</u>	19
<u>ZARABIAJ JAKO TELEMARKETER</u>	22
<u>JAKA JEST TWOJA POSTAWA?</u>	25
<u>ROZWIJANIE UMIEJĘTNOŚCI</u>	29
<u>BONUS</u>	45
<u>Strategia 1: Ubieraj się jak profesjonalista</u>	45
<u>Strategia 2: Planuj liczbę rozmów</u>	45
<u>Strategia 3: Zarządzanie swoim czasem</u>	46
<u>Strategia 4: Zbuduj listę potencjalnych klientów</u>	47
<u>Strategia 5: Postaw przed sobą lustro</u>	47
<u>Strategia 6: Udoskonalaj scenariusz rozmowy</u>	47
<u>Strategia 7: Nagroda</u>	48
<u>Strategia 8: Nie bierz wszystkiego do serca</u>	48
<u>Strategia 9: Naucz się słuchać swoich klientów</u>	48
<u>Strategia 10: Finalizowanie transakcji</u>	49
<u>Strategia 11: Nigdy nie zapominaj o klientach</u>	49
<u>Strategia 12: Wyznacz czas poświęcony na rozmowy</u>	49
<u>Strategia 13: Pisz czytelne notatki</u>	50
<u>Strategia 14: Żywa przeszkoda</u>	50
<u>Strategia 15: Poczta głosowa</u>	50
<u>Strategia 16: Internet i Ty</u>	51
<u>ZAKOŃCZENIE</u>	52
<u>JESZCZE JEDEN BONUS</u>	54

Wstęp

Piszę tę publikację w autobusie, jadąc na kolejne szkolenie dotyczące poznania produktu, aby mieć świadomość i wiedzę, co będę sprzedawała przez telefon. Swoją przygodę z telemarketingiem rozpoczęłam w sierpniu 2006 roku, nie mając żadnego pojęcia o tym zajęciu. Firma nie zapewniała nam, telemarketerom, szkoleń. Rzuciła nas na głębokie wody. Tak po prostu. I albo się utrzymasz, albo utoniesz.

Nie umiesz pływać — utoniesz. Umiesz pływać — dopłyniesz do celu. Ale jest jeszcze jedno rozwiązanie. Co zrobić, jeśli nie umiesz pływać, a jednak chcesz dopłynąć do celu?

Wsiadasz do łodzi i wiosłujesz :) Dokładnie tak zrobiłam. Moją łodzią ratunkową okazał się Dariusz Skraskowski i jego książka „Hipnotyczny telemarketing”. Zainwestowałam w wiedzę zawartą w owej publikacji i po miesiącu zauważyłam i poczułam finansowo rezultat sprzedaży zwiększonej o równe 73%. Niesamowita skuteczność w tak krótkim czasie. Jako bonus otrzymałam kurs mailowy „Hipnotyczny Telemarketing”, a także 5 mailowych podpowiedzi, jak jeszcze bardziej udoskonalić się w tej branży.

Opłacało się. Naprawdę się opłacało.

O czym będzie ta publikacja? Jeżeli jesteś telemarketerem, to będzie właśnie o Tobie, o tym, jak wspaniałą przyszłość kreuje dla Ciebie ten zawód. Jeżeli jeszcze nie jesteś telemarketerem, jednak myślisz o tym zajęciu, to odkryję przed Tobą potęgę tego zawodu, jak

również wskażę Ci niezbędne umiejętności potrzebne do zajmowania się telemarketingiem.

Dlaczego tak bardzo chwalebę sobie ten zawód, mimo że mam wykształcenie ekonomiczne? W telemarketing zaangażowała mnie i wprowadziła w tajniki tego zawodu moja koleżanka z pracy, Iwona. Pokazała mi, jak to fajnie jest siedzieć w domu przed komputerem, ze słuchawkami na uszach, mikrofonem przy ustach, i gadać. Bo telemarketer zarabia na gadaniu :) Skutecznym gadaniu.

Telemarketing pozwoli Ci na większą swobodę w komunikacji zawodowej, jak też prywatnej. Będiesz potrafić porozmawiać z każdym, kogo spotkasz, z każdym, do kogo zadzwonisz, z każdym, kto zadzwoni do Ciebie. W nawyk wejdzie Ci zadawanie odpowiednich pytań, aby za darmo uzyskać informacje, za które najczęściej się płaci. I to jest fajne. Dlatego też zdecydowałam się otworzyć własną firmę, której główną działalnością jest telemarketing.

Obecnie współpracuję z firmą Contexo ze Szczecina. Nadmieniam, że mieszkam na Podkarpaciu i pomimo że województwo zachodniopomorskie jest na drugim końcu Polski — to właśnie telemarketing połączył nas i sprawił, że możemy działać, będąc w każdym miejscu na kuli ziemskiej. Mam również świetny kontakt z Firmą Usługowo-Handlową „PRIM”, także z zachodniopomorskiego, dokładniej z Darłowa. I to też jest fajne. Właściciel firmy — i jednocześnie mój przyjaciel — przekonał mnie do inwestowania, zabezpieczenia siebie i mojej rodziny na całe życie. Więcej o tym możesz przeczytać tutaj: <http://sukces-finansowy.blogspot.com/>.

Drogi przyszły i obecny telemarketerze, teraz pragnę wprowadzić Cię w świat, który możliwe, że stanie się również Twoją pasją. Pasją rozmów, kontaktów z ludźmi, bo przecież komunikacja, która umożliwia

nam porozumiewanie się, jest najpotężniejszym narzędziem służącym do osiągnięcia celu.

Mówiąc o telemarketingu, bardzo często spotykam się z opinią, że to zawód na parę miesięcy bądź na rok. Jest to opinia ludzi, którzy nie znajdując żadnego innego zajęcia, robią to, do czego albo nie zostali stworzeni, albo są zmuszeni to robić, bo przecież trzeba pracować (stereotyp — walcz ze stereotypami!), lub jest jeszcze jakiś inny powód, który tu nie został wymieniony.

Czy myślisz, że mając negatywne nastawienie, pracując w telemarketingu, siedząc ze słuchawkami na uszach i mikrofonem przy ustach, wykonując setki telefonów do potencjalnych klientów, odniesiesz sukces? Jest to niemożliwe, ponieważ z negatywnym nastawieniem osiągniesz tylko to, o czym tak naprawdę myślisz. Porażka przyciąga porażkę, sukces przyciąga sukces. Proste.

A teraz wyobraź sobie, że siedzisz w jednym call center. Siedzisz w ogromnej sali z setką miejsc dla osób pracujących w call center. Masz przed sobą komputer, bazę danych klientów do obdzwonienia, zakładasz słuchawki z mikrofonem i zaczynasz. Twoim zadaniem jest poinformować klienta i uzyskać pewne informacje, przeprowadzić badanie marketingowe, ankietę, uzyskać zgodę na wysłanie informacji marketingowych, katalogów, zaproszeń na jakieś pokazy, czy ewentualnie sprzedać jakiś produkt. I tak masz płacone za godzinę, a call center ma płacone od liczby wykonanych telefonów, gdzie nie interesuje Cię jakość, tylko ilość. Wtedy po jakimś czasie się wypalasz, bo nie widzisz celu. Zmieniasz pracę, ponieważ telemarketing nie daje Ci satysfakcji. Stąd taka duża rekrutacja na stanowisko telemarketera.

Tak samo mniejsze firmy zatrudniają telemarketerów i dają im pensje: podstawa + prowizja. Pracownik, dla którego ten zawód to pasja, wypracuje podwójną, a nawet potrójną prowizję od podstawowej pensji. Natomiast ktoś, kto szuka pracy tylko na chwilę, zaczepi się w takiej firmie, ponieważ tak czy siak dostanie pieniądze, nawet jeżeli nic nie sprzeda.

Tak więc praca jest i kasa też jest. Co prawda kasa mała, ale lepszy rydz niż nic.

A teraz wyobraź sobie siebie siedzącego u siebie w domu przed komputerem. Zakładasz słuchawki z mikrofonem. Masz do sprzedania produkt lub usługę firmy, która zleciła Ci wykonanie telemarketingu w celu sprzedania produktu lub usługi. Stawiasz sobie za cel wykonanie X telefonów dziennie do potencjalnych klientów. I nagle udało się, sprzedałeś jedną sztukę, a Twoja prowizja wyniosła 7,5 raza więcej niż podstawowa pensja. Bardzo ładnie, gratuluję.

Jak bardzo Ci się to podoba?

Do czego zmierzam? Próbuję naświetlić Ci sprawę własnej działalności gospodarczej, czyli tego, co teraz robię ja i co robi wiele innych osób, które wolą nabijać swoją kabzę, a nie cudzą.

Nie będę owijać w bawełnę, tylko powiem od razu to, co już wiesz. Początki są trudne. Początki zawsze są trudne. Jeżeli masz wizję, masz cel — to każdą trudność pokonasz, ponieważ są ludzie, którzy Ci pomogą rozkręcić biznes. Znasz powiedzenie: „W kupie siła”? To się sprawdza.

W Polsce telemarketing jest znany, jednak jeszcze niedoceniany. W Polsce jest jeszcze dużo do zrobienia. Naprawdę dużo. Telemarketingu — jak każdej innej umiejętności — można się nauczyć. Trzeba tylko chcieć. Musisz chcieć stworzyć swoją markę, unikalny wzór dla przyszłych telemarketerów, aby mogli się uczyć od Ciebie.

W ostatnim rozdziale pt. „Rozwijanie umiejętności” opowiem, skąd możesz czerpać wiedzę dotyczącą działania w telemarketingu.

W tej publikacji skupię się ogólnie na zawodzie telemarketera — który pracuje na własny rachunek, biorąc zlecenia od dużych bądź małych firm.

Powodzenia!

Potęga sprzedaży przez telefon

„Zawód — telemarketer” to pozycja przedstawiający pracę telefonicznego sprzedawcy, który wykorzystuje telefon do sprzedaży, dotarcia do potencjalnych klientów, jak również wzmocnienia z nimi więzi. Czytając, będziesz miał świadomość, jakie umiejętności będą Ci potrzebne w kontaktach z klientami i jakie posiadasz już umiejętności, które czekają tylko, aż je w sobie odkryjesz i zaczniesz z nich swobodnie korzystać. Proszę, zauważ, że nie będzie tu mowy o konkretnej branży, ponieważ w każdej branży można wykorzystać zupełnie inne umiejętności, o których możesz dowiedzieć się na specjalistycznych szkoleniach. Dużo różnych umiejętności jest wręcz takich samych w branży sprzedażowej, marketingu czy obsłudze klienta — i właśnie na tych umiejętnościach się skupimy.

O czym na początku powinieneś pamiętać i co jest ważne:

- efektywne wykorzystanie tonu głosu w rozmowach telefonicznych;
- umiejętność szybkiego nawiązywania kontaktu w rozmowach telefonicznych z potencjalnym klientem, którego właściwie nie znasz;
- umiejętność negocjacji i budowanie zaufania;
- zarządzanie swoim czasem, abyś nie utonął w ogromnej liczbie wykonywanych rozmów telefonicznych;
- chęci do pracy i umiejętność zainteresowania klienta ofertą;
- podczas rozmowy — wychwytywanie niezbędnych informacji, aby można było dalej pokierować rozmową poprzez poznanie potrzeb Twoich klientów.

Jeżeli chcesz osiągnąć sukces w sprzedaży przez telefon, zainwestuj swój czas, aby opanować wyżej wymienione techniki skutecznej sprzedaży telefonicznej.

Potęgą sprzedaży przez telefon jest telefon i Twój głos. Składając to razem w umiejętności telemarketingowe, stworzysz maszynkę do robienia pieniędzy. Mając przed sobą telefon, jesteś w stanie dzień nie wykonać setkę telefonów do potencjalnych klientów. W późniejszym terminie ilość wykonywanych rozmów się zmniejszy, ponieważ dotychczasowe transakcje z klientami będą przynosić Ci tak potężny dochód, że resztę czasu będziesz mógł poświęcić na coś zupełnie innego. Twoja kariera w telemarketingu może być długa i bardzo dochodowa — pod warunkiem, że wciąż będziesz doskonalił się w swym fachu. Jak myślisz, dlaczego jedni lekarze szybko i trafnie potrafią zdiagnozować chorą osobę, a inni nie? Ponieważ ci pierwsi wciąż się uczą, szkolą, uczestniczą w konferencjach, czytają fachową literaturę i tylko po to inwestują swój czas, aby stać się najlepszymi lekarzami. I tak jest z każdym wykonującym swój zawód pracownikiem, który albo robi to dobrze, albo zupełnie się do tego nie nadaje.

Jeżeli nie masz jeszcze doświadczenia w telemarketingu, proponuję najpierw spróbować sił w jednym z dużych call center w Polsce. Albo napisz do mnie maila — zobaczymy, co da się zrobić :)

Informacje o polskich call center uzyskasz w Internecie. Jednak przede wszystkim sprawdź, jak call center podchodzą do pracownika.

Zanim założyłam własną firmę — po tym, jak przestałam pracować w firmie, która mnie zatrudniała — zgłosiłam się do jednego z gigantów call center na Podkarpaciu. Pomyślnie przeszłam rozmowę kwalifikacyjną sprawdzającą moją ogólną wiedzę i zostałam zaproszona na szkolenie. Do pracy miałabym dojeżdżać 87 km, czyli 1 godzinę i 15 minut pociągami w jedną stronę. Zaskoczeniem było to, że kiedy

przyjechałam na szkolenie, okazało się, że zostało ono przeniesione na dzień następny. Nikt nie raczył poinformować mnie telefonicznie o tym i straciłam tylko czas i pieniądze.

Następnego dnia nie przyjechałam. Założyłam własny interes. I teraz informacja dla Ciebie: jeżeli Twój przyszły pracodawca nie traktuje Cię poważnie albo traktuje jak zwykłego robola — nie bierz się za to. Ty — z całą wiedzą, jaką posiadasz — jesteś zbyt wiele wart, by zgadzać się na takie traktowanie. Olej ludzi, którzy chcą Cię tylko wykorzystać, ponieważ stracisz swój cenny czas i przede wszystkim pieniądze.

Praca w telemarketingu nie należy do najłatwiejszych. Kiedy po sześćdziesiątym z kolei telefonie słyszysz w słuchawce: „Nie, nie jesteśmy zainteresowani” — możesz się zrazić. Wiadomo, początki są trudne — moje też takie były. Będzie Ci łatwiej, jeśli zrozumiesz, że produkt czy usługa, które chcesz sprzedać, nie są potrzebne wszystkim ludziom. To nie Ty jesteś odrzucany, lecz to, co oferujesz. Staraj się też zrozumieć drugą stronę. Czy zdecydujesz się kupić coś, co tak naprawdę nie jest Ci potrzebne?

Potęgą telemarketingu jest umiejętność efektywnego wykorzystania telefonu. Wyobraź sobie tylko, jak siedzisz w zaciszu swojego domu i możesz przy bardzo niskich nakładach finansowych dzwonić do dziesiątek, a nawet setek klientów dziennie.

Będąc telemarketerem, musisz być przekonany o korzyściach, jakie płyną z posiadania produktu lub usługi — wtedy odniesiesz sukces. Klienci odmawiający Twojej pomocy są po prostu niedoinformowani i nie mają świadomości, dlaczego powinni mieć ten produkt czy tę usługę. Tutaj należy uzbroić się w cierpliwość, ponieważ prędzej czy później klienci sami dojdą do wniosku, że Twoja pomoc będzie im

potrzebna. Zajmując się telemarketingiem, wiedz, że będziesz tworzyć schemat, gdzie obie strony będą zadowolone.

Jeżeli jesteś doświadczonym telemarketerem, to na pewno wiesz, że dzwonienie z, jak się mówi, „buta”, czyli w ciemno, nie jest trafnym wyborem, ponieważ każdy doświadczony telemarketer wie, że zanim podniesie słuchawkę, musi wiedzieć, czym dana firma się zajmuje i w ten sposób dostanie się do osoby władnej podjąć decyzję.

Czy wiesz, dlaczego firmy korzystają z telemarketingu? Z telemarketingu wychodzącego, czyli skupiają się na sprzedaży przez telefon? Ponieważ kontakt telefoniczny sprawia, że szybciej są w stanie znaleźć klienta. Obecnie koszt wykonywania telemarketingu jest dość niski i gdyby firmy w sposób tradycyjny szukały klientów na swoje produkty czy usługi – taki koszt byłby znacznie wyższy, a rozwiązanie mało opłacalne, ponieważ trzeba by było zwiększyć cenę produktu lub usługi, aby pokryć koszty tradycyjnego szukania klientów.

Telemarketing pozwala firmom na kontaktowanie się z dotychczasowymi klientami, co sprawia, że więzi się zacieśniają i tym sposobem zwiększa się lojalność klientów, a także zaufanie, które w dzisiejszych czasach stawiane jest na pierwszym miejscu – i to nie tylko w relacjach klient – biznesmen.

Co możesz osiągnąć, zajmując się telemarketingiem

Decydując się na zawód telemarketerki, zastanawiałam się, co osiągnę, pracując w sprzedaży przez telefon. Tego nie wiedziałam, dopóki nie spróbowałam. To coś, co weszło mi już w krew.

Przede wszystkim codziennie znajduję nowych klientów, selekcjonuję ich i wiem, co mogę im sprzedać, na jakie spotkanie z przedstawicielem handlowym umówić. Kiedy klient jest zadowolony z jakości usługi lub produktu i kiedy pilnuję, aby poinformować, że umowa między nami wygasa za parę dni, to w 95% umowa ta jest przedłużana. Co dzieje się z resztą? To, że w tych pięciu procentach znajdują się firmy będące w stanie upadłości lub zmienia się zarząd firmy albo następują inne niezależne ode mnie okoliczności. Podsumowując: kolejnym osiągnięciem telemarketingu jest długotrwała relacja z tym samym klientem.

Jeżeli staniesz się profesjonalnym telemarketerem, możesz:

- wzmacniać relacje z klientem i budować zaufanie;
- ustalać spotkania;
- w sposób mistrzowski radzić sobie z reklamacjami;
- i wiele innych rzeczy, o których dowiesz się, czytając kolejne kartki tej publikacji.

Liczby mają moc. Twierdzą tak, ponieważ im więcej telefonów wykonasz do potencjalnych klientów, tym większe będzie prawdopodobieństwo, że osiągniesz zamierzony efekt. Kółko się zamyka, jeśli nie potrafisz odpowiedzieć na pytanie: „Jak dużą liczbę telefonów wy-

konać, aby uzyskać satysfakcjonujący wynik sprzedaży?”. Odpowiedź brzmi następująco: „Posiądź umiejętność identyfikacji klientów; bądź przekonujący w przekazywaniu informacji i efektywnie zarządzaj swoim czasem. Złóż te trzy składniki w całość, a osiągniesz sukces”.

Prześledźmy te trzy kroki.

Identyfikacja klientów

Tę publikację przeczytają tylko klienci zainteresowani telemarketingiem. Nie interesują się nią ci, którzy w swoim życiu zawodowym działają w innej branży. Tak samo jest z Twoimi klientami. Dzwoniąc „z buta”, wiesz prawdopodobnie, jaką firmą ma profesję. Jednak uważaj, że jeżeli z każdym potencjalnym klientem będziesz rozmawiać tak samo, uzyskasz mizerny efekt. Wyrób w sobie naturalność.

Nie twierdzą, że schematy rozmów są złe. Wręcz przeciwnie, są wspaniałe, ponieważ dzięki nim nie pogubisz się w przekazywaniu informacji.

Dzięki schematom Twój przekaz nie będzie chaotyczny. Za to będzie poukładany, dzięki czemu będziesz w stanie robić dodatkowe notatki i zadawać trafne pytania — po to, aby identyfikacja potrzeb klienta stała się strzałem w dziesiątkę. Jeżeli Twoim celem jest coś sprzedać lub umówić spotkanie dla handlowca, musisz na chwilę zapomnieć o swoim celu, a skupić się jedynie na potrzebach klientów.

Jeżeli ciągle będziesz powtarzać ten sam scenariusz, nie zdobędziesz od klienta informacji, z których możesz się dowiedzieć, w jaki sposób będziesz w stanie mu pomóc.

Zapewne wiesz, że Twój klient kupuje korzyść, dlatego decyduje się na zakup. Przekonaj go, że kupując to czy tamto, oszczędza, zwiększa zyski i ogranicza koszty. Również zostaje rozwiązany jakiś problem klienta, z którym borykał się on przez ostatnich parę dni, tygodni, miesięcy. I to jest satysfakcjonujące.

I co jest bardzo ważne: jeżeli sprzedajesz produkt czy usługę, powinieneś wiedzieć o niej wszystko, dosłownie wszystko. Znajomość produktu czy usługi nie zawsze jest wymagana, jeśli Twoim zadaniem jest umówienie spotkania handlowego dla przedstawiciela. Natomiast przedstawiciel handlowy posiada ogromną wiedzę na temat danego produktu czy usługi, którą chce sprzedać.

Obecnie umawiam spotkania dla firmy informatycznej, która chce sprzedać program komputerowy.

Właśnie mam przerwę w szkoleniu — jest to szkolenie dla handlowców, którzy będą jeździć na spotkania, które im umówię, i robić prezentację tego programu komputerowego. I wcale nie muszę wiedzieć, co ten program potrafi, ponieważ o tym klient dowie się na spotkaniu. I wcale nie musi mnie być na tym szkoleniu. Co więc ja tu robię? CHCĘ, PRAGNĘ, JESTEM ŻADNA WIEDZY. Dlatego staram się uczestniczyć w każdym szkoleniu, dzięki któremu wychwyć informacje, które będę mogła wykorzystać w telemarketingu.

Chcę wiedzieć, jakie korzyści klient osiągnie, uzyskując informacje przekazane na spotkaniu przez przedstawiciela handlowego. Klient za darmo dostanie dokładne wyliczenie, ile tysięcy złotych obecnie wyrzuca w błoto, ile może zaoszczędzić, a ile może zyskać.

Chyba że jest kwestia tego typu, że Twój szef chce, abyś przedstawił produkt przez telefon, zanim umówisz spotkanie handlowe. Wszystko zależy od polityki Twojej firmy. Jednak taką strategię

z reguły podejmują zewnętrzne call center, którym zlecane jest takie działanie. Firmy wewnętrzne unikają tego typu działań — i dobrze, jak najbardziej popieram takie podejście.

Przypuśćmy, że Twoim zadaniem jest zrobić krótką prezentację produktu przez telefon. Prezentując produkt, używaj jak najbardziej prostego języka, wykluczając język techniczny. Nie proszę Cię, abys rozmawiał ze swoim klientem jak z dzieckiem, po prostu mów wyraźnie i jasno, tak aby zrozumiał, co do niego mówisz, i miał jasność sytuacji.

Bądź przekonujący w przekazywaniu informacji

W dzisiejszych czasach ludzie są mało ufni. To nie nowość. Czasem musisz się nieźle nagłówkować, aby trafnymi słowami umiejętnie naprowadzić rozmówcę, aby pojął Twój tok rozumowania, dzięki czemu jesteś na najlepszej drodze, aby go przekonać do swojego produktu, usługi czy aby po prostu przekonać go do spotkania.

Czasem wystarczy powiedzieć jedno zdanie, aby klient wyraził zgodę na przesłanie dodatkowych informacji. Osobiście odradzam wysyłanie czegokolwiek odnośnie produktu na e-mail bądź zwykłą pocztą na adres klienta, ponieważ taka propozycja ze strony klienta to zwykle zbywanie Ciebie. Nie trać czasu na takich klientów. Naprawdę szkoda Twojego czasu, ponieważ tacy klienci i tak nie wniosą nic dobrego, a tylko zmarnują swój czas. Jeśli cenisz siebie i swój produkt, to wiesz, co mam na myśli.

I znowu wszystko sprowadza się do Twojej postawy, o której będzie mowa później. Jeżeli rozmawiasz z kimś przez telefon, a Twój głos

drży ze strachu, stresu przed tym klientem — klient to wyczuwa i nie sprzedasz, nie umówisz spotkania handlowego. Aby być przekonującym, należy zmienić stare przekonania. Też kiedyś musiałam się z tym uporać. Naczytałam się dużo książek na ten temat, jednak żadna pozycja tak naprawdę nie mówiła, jak to zrobić, tylko czarno na białym było napisane, że należy zmienić przekonanie. Jak to zrobić? Co może Ci w tym pomóc?

Seans hipnotyczny.

Dokładnie tak, nie masz zwidów, wyżej napisane jest, że pomoże Ci seans hipnotyczny. Ale to nie wszystko. Z tym związana jest wiara w siebie i swoje możliwości, w to, że potrafisz i na to zasługujesz.

Oczywiście nie musisz korzystać z usług hipnotyzera czy jakiegoś innego lekarza, który ma podobną praktykę. Nie traktuj tego jak terapię, chyba że uważasz, że właśnie to może Ci pomóc. Równie dobrze możesz skorzystać z autohipnozy, posługując się nagraniami audio lub mp3. Możesz skorzystać z tej strony: www.wizualizacjemp3.ocom.pl — dzięki tej płycie dowiesz się, jaką metodę stosują Adam Małysz i Otylia Jędrzejczak, aby odnieść zwycięstwo.

Świetną pomocą może okazać się coaching, obecnie jest to bardzo popularna metoda zmiany swoich przekonań. O zmianie Twoich przekonań będzie mowa w rozdziale pt. „Jaka jest Twoja postawa?”.

A jak to się ma do Twoich przyszłych klientów? Jak ich przekonać? W jaki sposób przekazywać informacje, aby zasiać w nich ziarenko przekonania, że właśnie tego potrzebują, że potrzebują Ciebie i Twojego produktu?

Powiem Ci, jak ja to zrobiłam. Dla klientów mojego klienta, którzy są również moimi klientami :) stworzyłam osobną prezentację w Power

Point w celu zmiany ich przekonania, wykorzystując wiedzę z NLP i couchingu. Taką prezentację rozdają za darmo w podziękowaniu za spotkanie lub w podziękowaniu za przeprowadzoną rozmowę telefoniczną. W ten sposób sięją ziarno, na zbiory przyjdzie czas niebawem. Prezentacja trwa 10 minut i wprowadza klienta w stan minihipnozy, uświadamiając mu, jak blisko jest tego, aby wejść na szczyt biznesowy.

Jeżeli dysponujesz fachową wiedzą na ten temat, to również Ty możesz coś podobnego stworzyć. Podaję Ci gotowy pomysł do wykorzystania, podciągnij rękawy i działaj. Nie wiem, czy zauważyłeś, że większość firm boi się po prostu sukcesu, jaki ją czeka. Boi się, że nie będzie w stanie obsłużyć tak dużej liczby klientów, dlatego wzbrania się przed tym, jednocześnie hamując napływ porządnej dawki pieniędzy dla siebie i swojej firmy. A może Ty też się tego boisz? Gwarantuję Ci, że masz tyle siły i możliwości, że jesteś w stanie, ba, powiedziałabym, że domagasz się ogromnej liczby zadowolonych klientów, ponieważ tylko zadowoleni klienci sprawiają tak dużą satysfakcję z wykonywanego zawodu. Dlaczego więc odbierasz im siebie? Pewnie zaraz zaczniesz wymyślać jakieś wymówki. Stop, stop, stop. Tak naprawdę stwarzasz sobie problemy sam i istnieją one tylko w Twojej głowie.

Efektywnie zarządzaj swoim czasem

Na każdym szkoleniu dla menadżerów będą Ci wbijali do głowy ten temat. Jest on tak ważny, że nie sposób go pominąć. Przeczytasz o tym w prawie każdej książce dla handlowców, sprzedawców, szefów, menadżerów. Tutaj nie będę opisywać tego problemu, ponieważ nie będę powtarzać tego, co już zostało napisane i powiedziane — chyba sam rozumiesz, że czas to pieniądz i należy wykorzystać go

tak, abyś był w pełni zadowolony. W tym rozdziale posłużę się jedynie ćwiczeniem dla Ciebie zaczerpniętym z kursu ESKK „Sztuka Negocjacji”.

Zrób ćwiczenie, dzięki któremu nabierzesz przekonania, że umiejętność zarządzania swoim czasem jest wielce pożądaną umiejętnością każdego, kto chce wznieść się na szczyt biznesowy.

Ćwiczenie

„(...) przedstaw plan działania w poniższej sytuacji. Wyjaśnij, dlaczego podjąłeś takie, a nie inne decyzje.

Twój szef zostawił Ci listę zadań do wykonania. Oto ona, wraz z Twoimi innymi obowiązkami i zadaniami:

- W przyszłym tygodniu masz spotkać się z kluczowym klientem Twojego przedsiębiorstwa. Znasz go doskonale, widziałeś się z nim niejednokrotnie. Tym razem Twoim zadaniem jest przedstawienie mu nowości związanych z poszerzeniem gamy produktów na nadchodzący sezon. Z katalogiem nowości musisz się jednak sam najpierw zapoznać.
- Dziś będzie od Ciebie wymagany raport z poprzednich negocjacji. Miałeś go przygotować wcześniej, niestety zaniedbałeś to zadanie. Prezes powiedział, że chciałby Cię widzieć właśnie dzisiaj.
- Powinieneś odebrać pocztę elektroniczną. Kilka dni nieczynny był Twój komputer. Być może jest wśród listów ten, na który już od dawna czekasz.
- Obiecałeś żonie, że przyjdiesz dzisiaj wcześniej do domu. Jesteście umówieni na zrobienie dużych zakupów.
- Sprawdzając w kalendarzu, odkryłeś, że jesteś umówiony na telefon z kilkoma klientami. Niektórzy z nich zapowiadają się na osoby, które dokonają w Twojej firmie potężnych zakupów.

- Dziś prowadzisz szkolenie z zakresu technik sprzedaży dla nowych handlowców.
- Właśnie dowiedziałeś się o imieninach sekretarki. Nie wypada nie złożyć życzeń i nie wypić imieninowej kawy.
- Firma X oczekuje Twojego kolegi, Ty jednak wiesz, że on się nie stawi na umówionym spotkaniu — zachorował.
- Wiesz, że uzupełnienie wyników sprzedaży za ostatni miesiąc zajmie Ci tylko kilkadziesiąt minut. Jeśli to zrobisz, będziesz mógł oddać wcześniej prezesowi. Prawdopodobnie byłbyś jedynym pracownikiem, który oddaje zestawienie przed czasem.
- Obiecałeś Twojemu najlepszemu klientowi (współpracujecie ze sobą już od lat), że pójdziesz z nim dzisiaj na obiad. Gdybyś zrezygnował, byłby to już trzeci raz. Wiesz, że ten klient jest bardzo wyrozumiały, jednak powoli zaczyna Ci być głupio.
- Powinieneś jeszcze zgłosić awarię wideo...
- ... oraz podlać kwiaty w gabinecie.
- Dzisiaj jest też ostatni dzień na napisanie artykułu do renomowanego czasopisma. Wiesz, że jeśli to zrobisz, zyskujesz renomę i całkiem niezłą gratyfikację finansową. Niestety, napisanie tego artykułu zajęłoby Ci cały dzisiejszy dzień (...)

Sam wyznacz sobie na to termin :) Powodzenia :)

Żadne zadanie nie jest szczególnie trudne, jeśli podzielisz je na mniejsze podzadania.

Henry Ford

.....
.....
.....
.....

Zarabiaj jako telemarketer

Zanim podejmiesz decyzję zostania telemarketerem i zarabiania na tym niezłych sum, chcę, abyś dowiedział się, na czym będzie w szczególności polegać Twoja praca. Wcześniej zostało wspomniane wyrażenie „dzwonienie z buta”. Tak naprawdę mówi się na to „cold calling”, czyli akwizycja w ciemno przez telefon. Co to oznacza? Nic innego, jak tylko to, że dzwonisz do potencjalnych klientów, którzy nie spodziewają się Twojego telefonu. Słowo „cold” (ang. zimny) użyte jest, ponieważ dzwonisz pierwszy raz, po raz pierwszy nawiązujesz kontakt telefoniczny nie znając klienta. Przeciwnieństwem tego jest słowo „warm” (ang. ciepły), używane jest wtedy, kiedy wykonujesz już kolejny telefon do klienta. My zajmiemy się tutaj „cold calling”, gdyż jest to proces złożony i trudny.

Sprzedaż przez telefon jest czasem bardzo denerwująca z powodu bardzo dużej liczby odrzucanych ofert. Tego się nie uniknie. Ludzie dobrze wyszkoleni, zatrudnieni w telemarketingu wiedzą, że do klienta jest potrzebne podejście. Nie tylko do klienta, ale również do samego siebie. O tym już przeczytałeś wyżej. Jest parę dróg, które prowadzą do sukcesu telefonowania w ciemno. Jedną z nich jest wysokiej jakości najświeższa baza danych składająca się z wyselekcjonowanych potencjalnych klientów. Drugim sposobem jest umówienie się telefonicznie na bezpośrednie spotkanie, dzięki któremu będziesz mógł przedstawić swoją ofertę i jeszcze dokładniej zbadać potrzeby klienta. Wtedy stajesz się telemarketerem handlowcem.

Każda firma zatrudniając telemarketerów, odniesie korzyść z ich umiejętności. Dość często zdarza się, że firmy chcą zatrudnić pracownika na stanowisko konsultanta ds. sprzedaży telefonicznej

bądź sprzedawcy telefonicznego — jakkolwiek to stanowisko się nazywa, chodzi o telemarketerów — i mówić mu, jak ma wykonywać swoje obowiązki, chociaż nigdy tego nie robił. To jest śmieszne, ponieważ teoretycy nie sprawdzają się w tej roli. Sam odpowiedz sobie na pytania:

- Czy lubisz rozmawiać przez telefon?
- Czy jesteś osobą otwartą, która lubi nawiązywać kontakty z ludźmi?
- Czy jesteś osobą energiczną?

To są główne cechy, jakie powinien posiadać telemarketer. Jeżeli takie cechy posiadasz, to połowę sukcesu już masz w kieszeni. Praca telemarketera jest bardzo zróżnicowana, zupełnie inaczej wyglądają obowiązki osoby, która odpowiedzialna jest za odbieranie telefonów np. z reklamacją, a zupełnie inaczej wyglądają obowiązki osoby, która odpowiedzialna jest za umówienie spotkania handlowego czy od razu sprzedaży. Najbardziej złożonym cyklem jest sama sprzedaż przez telefon, ponieważ wiąże się ona z wyszukiwaniem nowych kontaktów, potencjalnych klientów i radzeniem sobie ze „strażnikami”, czyli sekretarkami, czy odmowami.

Jeżeli myślisz o pracy w telemarketingu, to musisz się zastanowić, jak chcesz pracować — czy w dużym call center, czy w firmie, która ma swój dział telemarketingu, czy po prostu założyć firmę, być niezależnym telemarketerem i ustalać własne zasady gry.

Praca w dużym call center umożliwi Ci zdobycie pewnych umiejętności na najniższym stanowisku telemarketera. Jeżeli poczujesz, że to właśnie jest to, co chcesz robić, przewidziana jest dość atrakcyjna ścieżka kariery. Wynagrodzenie za pracę to stawka godzinowa + premia. Natomiast praca w dziale telemarketingu w firmie branżowej jest dobrym wyjściem, ponieważ system motywacyjny jest dość

dobry. Aczkolwiek nie każda firma ma taki system motywacyjny, ale to już inna historia. Wynagrodzenie w takiej firmie to podstawa + premia.

Pozostaje kwestia założenia własnej działalności gospodarczej. Wynagrodzenie może stać 10-krotnie większe, niż gdybyś podjął pracę w dziale telemarketingu lub call center. Wtedy masz możliwość wprowadzania własnych pomysłów, które na pewno pojawią się w odpowiednim momencie.

Pomysły to punkty startowe wszystkich fortun.

Napoleon Hill

Pamiętaj jednak, że założenie firmy wiąże się z silną motywacją i ogromną pracą, ponieważ telemarketer to zawód, który jest obecnie pożądanym. Możesz zaobserwować liczbę ogłoszeń firm, które szukają ludzi na to stanowisko. Własna firma to również opracowanie strategii działania. Na zlecenia nie będziesz musiał długo czekać, a jeśli się zdecydujesz, to nie łap 10 srok za ogon. Musisz skupić się najpierw na jednym konkretnym celu. Wiem, że to potrafisz.

Jaka jest Twoja postawa?

Telemarketing w Polsce nie jest doceniany, telemarketerzy w Polsce nie są doceniani. Fałszywe świadectwo o telemarketingu dają ci, co byli kiedyś telemarketerami, ale nie wychodziło im to, nie mieli wyników, ponieważ nie robili tego jak należy i nikt ich tego nie nauczył. Twój telefon to maszynka do robienia pieniędzy. Rzeczywistość jest taka, że jeśli potrzebujesz biznesu, chcesz robić biznes — to musisz za nim iść, ścigać go, a telemarketing jest skuteczną techniką wykorzystywaną przez handlowców. Oczywiście pod warunkiem, że robią to jak należy.

Wielu ludzi biznesu woli robić coś innego niż wykonywać telemarketing, ponieważ podniesienie słuchawki wymaga od nich bycia profesjonalnym przez telefon, a to wzbudza w nich strach. Poniższe wskazówki wykluczą strach i zaczniesz wykorzystywać swój telefon do zarabiania pieniędzy.

- Nacisk na cel telemarketingu — początkujący telemarketerzy myślą, że telemarketing to zwykła sprzedaż przez telefon. A tak wcale nie jest. Telemarketing to jedynie szansa na sprzedaż. Więcej, telemarketing to szansa z klientem na spotkanie, na którym możliwa jest dopiero sprzedaż produktu czy usługi.
- Zbierz informacje na temat Twojej grupy docelowej i perspektyw z nią związanych — musisz wycelować swoimi telefonami w swoich potencjalnych klientów. Wycelować oznacza wykorzystać telefon do zrobienia badania rynku na Twój rynek docelowy. Wtedy dowiesz się dużo o firmie lub osobnej jednostce, co daje Ci olbrzymi plus, ponieważ posiadając taką wiedzę, możesz rozmawiać z klientami o ich biznesach i potrzebach.

Jaka jest Twoja postawa?

- Przygotuj otwarcie rozmowy telefonicznej — przygotowanie otwarcia rozmowy pozwoli Ci uporządkować Twoje myśli i unikniesz typowych błędów popełnianych w telemarketingu, które sugerują Twojemu potencjalnemu klientowi, aby już na wstępie zakończył rozmowę z Tobą. Nigdy nie pytaj: „Czy to jest odpowiednia chwila na rozmowę?”, ponieważ każdy profesjonalny telemarketer wie, że każda chwila jest odpowiednia, a takie zapytanie nie jest otwarciem rozmowy.
- Jak powinieneś zacząć rozmowę? Schemat: przywitanie, przedstawienie się, wprowadzenie, korzyści płynące z Twojego produktu lub usługi i przejście do rozmowy. Np.: „Dzień dobry, mówi Magdalena Myczko z Galsoft. Wyczytałam ostatnio w gazecie, że państwa firma sprzedaje tonery do drukarek. Specjalizujemy się w oprogramowaniach, dzięki którym szybko redukują się koszty firmy i uzyskuje się zgodność polskich i unijnych przepisów. Chciałabym zadać kilka pytań, by ustalić, które moduły naszych programów mogą zaspokoić potrzeby pana firmy”.
- Przygotuj scenariusz reszty rozmowy — opisz korzyści płynące z produktu lub usługi i powody, dlaczego klient powinien kupić produkt czy usługę. Sporządź możliwe sprzeczki i Twoje odpowiedzi na nie, tzw. radzenie sobie z obiekcją klienta. Czytaj swój scenariusz tak długo, aż go zapamiętasz, żeby klient nie wyczuł, że czytasz z kartki. Rozmowa ma być naturalna.
- Poproś o spotkanie w konkretnym czasie — zamiast mówić: „Mogę spotkać się z panem i omówić to w przyszłym tygodniu?”, lepiej powiedz: „Czy środa, godzina 12 w południe, będzie odpowiednią chwilą na spotkanie?”.
- Zapamiętaj, że sekretarki są Twoimi sojusznikami, a nie wrogami — obowiązkiem sekretarki jest pilnowanie porządku i nieprzeszkadzanie szefowi. Jeżeli zastosujesz strategię, dzięki której będziesz mieć sekretarkę po swojej stronie, osiągniesz sukces. Czasami pytanie typu: „Zastanawiam się, czy mogłaby mi pani po-

Jaka jest Twoja postawa?

móc?” da Ci informacje, jakie chcesz uzyskać, a więc imię i nazwisko właściwej osoby, z którą chcesz się kontaktować, albo kiedy jest najodpowiedniejsza chwila, żeby szef osobiście odebrał telefon i żebyś mógł z nim porozmawiać. Jeżeli zapamiętasz imię sekretarki, to również pomoże Ci w telemarketingu w przyszłości.

- Wyślij potencjalnym klientom małą promocyjną rzecz — to naprawdę pomaga przełamywać pierwsze lody i przede wszystkim wyróżnia Twój biznes. Jedna mała rzecz, a cieszy — tylko pamiętaj, że to ma być wartościowa rzecz.
- Wykonuj telemarketing w godzinach rannych — ponieważ jest to najlepsza pora, gdy możesz dojść bezpośrednio do osoby decydującej, a dla większości ludzi poranek jest czasem, kiedy jest się rześkim i pogodnym.
- Bądź wytrwały w telemarketingu — jeżeli po dziesiątym wykonanym telefonie telemarketer usłyszy słowo „nie”, macha ręką i traci motywację. Przede wszystkim nastaw się na praktykę, praktykę i jeszcze raz praktykę. Ponieważ nawet jeśli stwierdzisz, że telemarketing nie jest dla Ciebie, praktyka sprawi, że staniesz się lepszym handlowcem. Ludzie, którzy chcą prowadzić z Tobą interesy, są gdzieś tam — i koniecznie daj im znać, że istniejesz.

W konfrontacji strumienia ze skałą strumień zawsze wygrywa — nie przez swoją siłę, ale przez wytrwałość.

Budda

Telemarketing może uczynić Cię bogatym. Tak, naprawdę może. Jednak nastawienie, które mają handlowcy, telemarketerzy do telemarketingu, uniemożliwia osiągnięcie sukcesu. Ludzie nienawidzą sprzedaży telefonicznej. Sam po sobie możesz zauważyć, jak się czujesz, kiedy odbierasz telefon, a ktoś chce Ci coś sprzedać. Lęk

Jaka jest Twoja postawa?

przed odrzuceniem to zaraza, która przekazywana jest z jednego handlowca na drugiego. Jednak ci, którzy są w tym dobrzy, wiedzą, że wykonywanie pierwszego telefonu do potencjalnego klienta zależy od dobrego nastroju — Twojego nastroju.

Jeżeli jesteś osobą, która boi się podnieść słuchawkę i zadzwonić do klienta, dajesz mu informację o Tobie, że się go po prostu boisz. Musisz koniecznie odwrócić swoje myślenie. Udana sprzedaż zależy od tego, w jaki nastrój wprawisz klienta, nigdy na odwrót. To nie klient ma wprawiać Cię w dobry nastrój, tylko Ty jego. Gdy podnosisz telefon i wykręcasz numer do potencjalnego klienta, nie myśl o tym, że od razu sprzedasz. Skup się bardziej na tym, w jaki sposób możesz klientowi pomóc, ponieważ to oznacza otwartość, którą możesz dopasować do klienta. Cokolwiek robisz, czuj się dobrze i nie pozwól na to, aby klient decydował o Twoim samopoczuciu.

Problem z telemarketingiem mają ci, którzy nie odrobili zadania domowego na temat klienta — to znaczy, że nie dowiedzieli się na jego temat dosłownie nic. Tacy handlowcy przyzwyczaili się już do odrzucenia, nie mają motywacji do pracy, nie mają wyników sprzedażowych. Zapominają, że decydującym składnikiem sprzedaży jest przygotowanie. Nie musisz być specjalistą w branży, w której działa Twój potencjalny klient, ale musisz coś wiedzieć, aby zadawać odpowiednie pytania. Telemarketing więc nie powinien budzić w Tobie strachu. Najlepsi na świecie sprzedawcy wykorzystują telemarketing, aby maksymalnie zwiększyć swoją sprzedaż, co im się udaje. Dlatego nigdy nie pozwól na to, aby ktoś szkalował Twoją strategię telemarketingową, ponieważ to od Ciebie zależy, jak dobrze to robisz.

Rozwijanie umiejętności

Prawdopodobnie gdy dzwoniisz do klienta po raz pierwszy, nie mówisz mu, jaki jest cel Waszej rozmowy, ponieważ wcale tego robić nie musisz. On i tak jest już poirytowany, że dzwoni do niego ktoś, kogo nie zna. Większość szkoleń z telemarketingu ma stare, tradycyjne metody nauczania. Uczą, jak rozmawiać z rzeczą, a nie człowiekiem. Dlatego nasze rozmowy bywają dość nienaturalne i klient może pomyśleć, że chcesz nim manipulować. Natomiast swojemu koledze po fachu otwarcie mówisz, jaki jest motyw Twojego telefonu. A gdzie tu uczciwość? Tak, większość telemarketerów wierzy w produkt lub usługę, którą sprzedaje — i dobrze. A co poza tym? Prowadzimy nieco sztuczną rozmowę, rozmawiamy z ludźmi tylko dla jednego celu, celu sprzedawania — i tak naprawdę nie jesteśmy zainteresowani ich problemami, tym, co się dzieje w ich życiu zawodowym.

Nie czujesz się czasem speszony takim postępowaniem? Większość handlowców, którzy przechodzą przeszkolenie, uczy się sztucznego podejścia do potencjalnego klienta.

- Narzucamy się innej osobie bez zapowiedzi, bez zaproszenia i tworzymy krępującą dla tej osoby sytuację. Mamy wtedy głos nienaturalnie uprzejmy, w związku z czym bywa to dla niektórych prowokacją, aby się na telemarketerze wyżyć. Możesz zmienić takie podejście poprzez zmianę celu dzwonienia. Jak się poczujesz, jeśli ktoś zadzwoni do Ciebie w celu udzielenia Ci pomocy, a nie w celu sprzedaży? I właśnie tak zrób, ponieważ taka rozmowa jest bardziej relaksująca niż szybka sprzedaż.
- Dobrze jest, jeśli postrzegasz siebie jako ujmującego, przyjaznego rozmówcę. Jednak zdecydowanie jest nie na miejscu, kiedy ukry-

wasz prawdziwy motyw Twojego telefonu, a tym samym — oczekujesz zysku z rozmowy. Przecież to jest wewnętrzny konflikt, który bardzo łatwo wyczuć. I radzę Ci nie ukrywać prawdziwego celu rozmowy, bo to nie czyni Cię prawdomównym. Musisz skupić się na tym, czy jesteś w stanie dostarczyć produkt albo usługę, które przyniosą korzyść potencjalnemu klientowi. Jeżeli dowiadujesz się, że w Twoim produkcie lub usłudze nie ma nic, co mogłoby pomóc, to zaakceptuj wynik swojej rozmowy. Bądź szczery i nie odgrywaj żadnych ról, a naprawdę polubisz to, co robisz, ludzie będą wobec Ciebie bardziej otwarci, a co za tym idzie — zdobędziesz ich zaufanie, co jest tak bardzo ważne.

- Czy gdy spotykasz kogoś nowego, od razu mówisz mu o sobie i oferujesz to, co masz na sprzedaż? Takie zachowanie nie powinno istnieć i takie zachowanie jest nienormalne. To tak, jakbyś wygłaszał monolog na jakimś wiecu, a przecież nie o to chodzi. Oczywiście w normalnej rozmowie ze znajomym klientem to jest dopuszczalne, ponieważ można mówić sobie wzajemnie, co mamy do zaoferowania. Natomiast w telemarketingu nie może to być normą. Musisz być wytrenowany tak, by przeczytać scenariusz rozmowy, postępować zgodnie ze strategią telemarketingową i zachwalać swój towar czy usługę. Musisz uciekać od sztuczności, jakiej zostałeś nauczony na większości szkoleń. Sprawiedliwość i prawdomówność to autentyczna droga do sukcesu. Bądź naturalny, odkryj potrzeby innych i zaproponuj pomoc.
- Kiedy jesteś entuzjastycznie nastawiony w sztucznej postawie dotarcia do klienta, to z góry możesz skreślić takie zachowanie. To nie jest Twój normalny sposób bycia i tak samo sztuczny wydajesz się w oczach potencjalnych klientów. Dlatego klienci stają się coraz bardziej ostrożni. Jeżeli wykonujesz telefon do klienta bez żadnych słownych gier, stajesz się bardziej wiarygodny, godny zaufania. Twoja rozmowa jest ciepła i klienci stają się otwarci na kontynuowanie rozmowy.

- W ten właśnie sposób zbliżamy się bardziej do naszego celu w telemarketingu. Zajmij się szczerą rozmową, a nie monologiem. Przestań być sprzedawcą, bądź człowiekiem. Zaczynj pomagać innym, a jeśli Twój produkt czy Twoja usługa nie spełnia takich oczekiwań, powiedz to wprost, nie wpychaj klientowi czegoś, czego on tak naprawdę nie potrzebuje. Przestań odgrywać rolę, bądź profesjonalistą.

*Zawsze słuchaj ekspertów. Powiedzą ci, co jest niemożliwe i dla-
czego. A potem po prostu zrób to.*

Robert Heinlein

A teraz podnieś słuchawkę, wykręć numer, poproś do telefonu osobę decyzyjną i przeczytaj przygotowany wcześniej scenariusz. Jasne, przecież tak każdy potrafi. A nie tędy droga. Przygotowany scenariusz należy modyfikować i dostosowywać do danego rozmówcy. Przecież każdy potencjalny klient jest inny. Do przyciągnięcia uwagi, wzbudzenia zainteresowania swoją ofertą i budowanie długoterminowych relacji z klientem — powinien dążyć KAŻDY telemarketer.

Jak się ma sprawa z wykształceniem? Wcale nie musisz być magistrem, aby mieć własną firmę, ponieważ to Ty jesteś panem własnego biznesu. Jednak jeśli masz zamiar pracować w dziale telemarketingu w jakiejś firmie, to prawdopodobnie wykształcenie będzie się liczyło. Zresztą — o tym nie muszę Ci pisać, sam wiesz, jakie są realia w Polsce. Zawsze mówię, że dobre wykształcenie da Ci podstawowe umiejętności w każdej pracy, jakiej się podejmiesz. Jednak nie wszystkie umiejętności wykształcisz w szkole, zdecydowanie więcej nauczysz się na różnych kursach, a zdobyta na nich wiedza pomoże Ci w pracy telemarketera.

Do najważniejszych umiejętności w pracy telemarketera zalicza się:

- zarządzanie czasem;
- zarządzanie stresem;
- negocjacje;
- dobra organizacja;
- hipnotyczny głos, dykcja, słownictwo;
- pisanie korespondencji biznesowej.

O zarządzaniu czasem już była mowa wcześniej. Jak sobie poradziłeś z ćwiczeniem w rozdziale drugim?

Zarządzanie stresem — każda praca związana jest w pewnym stopniu ze stresem. W telemarketingu stres może osiągnąć dość wysoki poziom, szczególnie wtedy, gdy nie ufamy naszej wiedzy o posiadanym produkcie lub usłudze lub gdy przyjmujemy reklamację od zdenerwowanego klienta. Większość telemarketerów nie robi dosłownie nic, aby sobie z tym jakoś poradzić. Co gorsza, nawet nie wspomina nikomu, że ma taki problem, co jeszcze bardziej frustruje.

Co możesz zrobić?

Wpisz poniżej sytuacje, które wprawiają Cię w stan zdenerwowania i frustracji:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nic się nie stanie, jeśli nie zrobisz ćwiczeń, które Ci zadają, ponieważ to od Ciebie zależy jak bardzo skutecznym telefonicznym sprzedawcą chcesz być. Jeżeli telemarketing jest Twoją pasją tak samo jak moją, to prawdopodobnie z dużym zaangażowaniem będziesz o tym opowiadał swoim znajomym. Jedną z przyczyn stresu jest niezadowolone z pracy, a więc jeśli stwierdzisz, że telemarketing to nie jest to, co chcesz robić, po prostu wyeliminuj stres i nie pchaj się w to. Znajdź inną pasję. A może ją już masz, tylko nie wiesz, jak ją wykorzystać, aby również na tym zarobić?

Negocjacje — w sprzedaży bardzo często punktem spornym jest wynegocjowanie ceny. Ty chcesz sprzedać produkt lub usługę za jak najwyższą cenę, Twój klient chce kupić za jak najniższą. Do osiągnięcia porozumienia „wygrany – wygrany” potrzebne jest zaspokojenie potrzeb obu stron. Dlatego bardzo ważne jest posiadanie przynajmniej podstawowych umiejętności negocjacyjnych. Do takich podstawowych umiejętności można zaliczyć:

- umiejętność zebrania informacji, które pomogą Ci rozwiązać wątpliwości potencjalnego klienta;
- umiejętność rozumienia negocjowanych kwestii;
- umiejętność rozpoznania potrzeb klienta;
- umiejętność słuchania drugiej strony i przyjęcia choć na chwilę jej punktu widzenia;
- umiejętność znajdowania mocnych argumentów;
- umiejętność skupiania się na jednym problemie — jeżeli skupisz się na wielu na raz, zdecydowanie się pogubisz i tylko na tym stracisz.

Dobra organizacja — w pracy telemarketera będziesz zajmować się dziesiątkami, a nawet setkami klientów dziennie. Umiejętność dobrej organizacji pomoże Ci nie pogubić się w dokumentach, jakie będziesz prowadzić osobno dla każdego klienta. Dobrze by było, abyś

miał CRM, czyli program komputerowy do zarządzania relacjami z klientami. Już w tej chwili podpowiem Ci, że Moduł CRM wraz z tworzeniem ankiet telemarketingowych do badania rynku jest najlepszym rozwiązaniem. Zapytaj o to najlepszych informatyków na Podkarpaciu: www.galsoft.pl

Oczywiście oprócz doskonałego CRM-a powinieneś mieć własną dokumentację zrobioną np. w Excelu lub w zwykłej tabelce. Może to wyglądać następująco:

Lp	Nazwa firmy	Nazwisko	Stanowisko	Numer telefonu	Numer fax	Adres	E-mail	Uwagi
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

Hipnotyczny głos, dykcja, słownictwo — Twój głos jest podstawowym narzędziem porozumiewania się. Skoro go już masz :) — pozostaje Ci tylko w pełni go wykorzystać. Jeżeli ktoś powiedział Ci, że Twój głos ma niesamowite brzmienie, to już jest znak, że masz szerokie pole do popisu.

Gdy poznałam swojego narzeczonego (niebawem męża), najpierw pisaliśmy do siebie e-maile. Mój ukochany wiedział, że moją pasją jest telemarketing i moja praca polega na tym, że cały czas mówię. Pomyślał sobie, że skoro mam takie wyniki, to muszę mieć też wspaniale brzmiący głos. Chciał to sprawdzić i po prostu zaczęliśmy rozmawiać przez Skype, a potem komórkę. I jego pierwszym zdaniem, jakie do mnie wypowiedział, było: „Myślałem, że masz bardziej seksowny głos”. Porażka!!!

Od czego to tak naprawdę zależy? Od tego, że jeżeli pracuję i kontaktuję się z klientami modułuję swój głos, aby brzmiał spokojnie i ufnie, a kiedy rozmawiam z kimś prywatnie, mój głos brzmi zupełnie inaczej, tak na luzie. Odpowiednia modulacja głosu jest potrzebna w telemarketingu. Głos należy kontrolować. Do podstawowych umiejętności kontrolowania głosu należą:

- Siła głosu, czyli to, jak cicho bądź głośno mówisz.
- Słownictwo, czyli odpowiedni dobór słów w komunikacji z klientem. Ważne jest, abyś znał również branżowe słownictwo, którym będziesz się posługiwać w trakcie rozmów telefonicznych — oznaczać to będzie, że jesteś w temacie i potencjalny klient ma do czynienia z kimś, kto zna się na rzeczy.
- Wymowa, czyli jak najdokładniejsze i przede wszystkim wyraźne wymawianie danych kwestii. Klient musi Cię zrozumieć, nie jest dopuszczalne, by dzwonić do klienta i w tym samym czasie kończyć jeść śniadanie.
- Szybkość, czyli jak szybko lub wolno mówisz;

Pisanie korespondencji biznesowej – czyli komunikowanie się z klientami za pomocą poczty elektronicznej, faksu czy zwykłej poczty, ponieważ telemarketing to nie tylko wykonywanie telefonów do potencjalnych klientów, ale również wysyłanie dodatkowych informacji zawierających Twoją ofertę. Będziesz musiał również rzeczowo i dokładnie odpowiadać na pytania, jeśli się pojawią. Tworzenie korespondencji handlowej będzie wymagało od Ciebie następujących umiejętności:

- tworzenie na czas zwężłej korespondencji;
- umiejętność przelania swoich myśli na papier;
- poprawna pisownia, interpunkcja, wystrzeżanie się błędów ortograficznych;
- umiejętność formatowania pisanego tekstu.

Czy potraktujesz mnie poważnie, jeśli w e-mailu napiszę do Ciebie tak:

Przemyśl, 22 stycznia 2008 roku

*SzP Jan Nowak
Dyrektor Działu Księgowości
XYZ sp. z o.o.
ul. Oszczędna 6
37-700 Przemyśl*

Szanowny Panie,

Nasza dzisiejsza rozmowa po prostu była super, wielkie dzięki. Ma Pan niezły głos :) Wysyłam Panu dodatkowe informacje, które Pan chciał. I mam dla Pana niezłe bonusy, które zwiększą sprzedaż

w Pana firmie. Jeśli będzie się Pan coś jeszcze chciał dowiedzieć, śmiało niech Pan do mnie dzwoni.

*Pozdrawiam,
Magdalena Myczko*

I jak?

Fatalna korespondencja, system olewający klienta, prawda? Czy zdecydowałbyś się do mnie zadzwonić i zamówić usługę telemarketingową lub doradztwo? Oczywiście, że nie, ponieważ naraziłbyś się na ogromne straty.

A jak powinna wyglądać profesjonalna korespondencja biznesowa?

Przemyśl, 22 stycznia 2008 roku

*SzP Jan Nowak
Dyrektor Działu Księgowości
XYZ sp. z o.o.
ul. Oszczędna 6
37-700 Przemyśl*

Szanowny Panie,

Było mi dzisiaj niezmiernie miło z Panem rozmawiać na temat wykorzystania naszej wiedzy telemarketingowej w Pana firmie celem zwiększenia sprzedaży jak najmniejszym kosztem.

Do listu dołączam dodatkowe informacje na temat naszej usługi, opisując najważniejsze korzyści. Zostało opisane również studium przypadku, jak będziemy mogli ułatwić Pańskiej firmie pozbyć się

zbędnych kosztów, osiągając równocześnie ustalony plan sprzedaży.

Gdy zapozna się Pan z informacjami, mam nadzieję na ponowny kontakt. Wtedy szczegółowo będziemy mogli omówić potrzeby Pańskiej firmy i jak najszybciej rozpocząć starania, aby Pana firma mogła skorzystać z naszej wiedzy. Pozwolę sobie skontaktować się z Panem na początku przyszłego tygodnia.

Dziękuję za zainteresowanie.

*Pozostając w kontakcie, pozdrawiam,
Magdalena Myczko*

Lepiej, prawda?

A teraz Twoja kolej. Napisz, proszę, jak powinna wyglądać Twoja przykładowa korespondencja biznesowa z potencjalnym klientem.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Jak szybko przekazać wartościową informację? W telemarketingu musisz skupić uwagę klienta w niespełną minutę. Jeśli zawiedziesz, okazja może się już nie powtórzyć. Porównaj to do strzelania gola na boisku. Kiedy zbliża się moment strzału, to nie czekasz, tylko strzelasz, inaczej stracisz bramkę. Czas jest decydującym składnikiem rozmowy telefonicznej. Wielu klientów domagać się będzie godzinnych konsultacji, ale tylko wtedy, jeśli zasiejesz w ich głowach informację, że masz coś, dzięki czemu Twoi klienci pozbędą się problemów.

Masz bardzo mało czasu na opisanie swojego produktu. Twój czas to tak naprawdę zaledwie 30–45 sekund na przekazanie wartościowej informacji. Jeżeli uważasz, że w tak krótkim czasie nie jesteś w stanie przekazać konkretnych informacji, to koniecznie popracuj nad najważniejszymi aspektami korzyści Twojego produktu czy usługi. Czasem wystarczy jedno pytanie, aby uzyskać zgodę na spotkanie. Należy takie pytanie umiejętnie zadać i trafić w sedno sprawy.

Wiedz, że jeżeli w tak krótkim czasie się zmieścisz, Twój potencjalny klient pomyśli o Tobie, że wszystko masz dobrze przemyślane i wiesz, jak mu pomóc. Musisz być gotowy na to, aby w tym czasie przekazać dobre informacje — i musisz robić to skutecznie. Możesz spotkać się z takim typem klienta, że rozmowa telefoniczna będzie tak długa, jakbyście poszli razem na kawę. Pamiętaj, że to do niczego nie doprowadzi, taki klient marnuje tylko Twój czas. Masz im do przekazania wiadomość, która ma trwać 45 sekund albo mniej.

Bonus

Podam Ci teraz 16 strategii telemarketingowych, po których zastosowaniu masz gwarancję zwiększonej sprzedaży. Życzę Ci, aby opisane strategie stały się również Twoimi nawykami, dzięki czemu nie tylko osiągniesz sukces w sprzedaży telefonicznej, ale również staniesz się przykładem dla innych.

Strategia 1: Ubieraj się jak profesjonalista

Faktem jest, że większość klientów nie będzie miała tej przyjemności, aby się z Tobą spotkać, i nie będą widzieć, czy dzwonisz do nich ubrany w piżamę, czy w strój lalki Barbie. Jednak z badań ekspertów od telemarketingu wynika, że to, jak jesteś ubrany, wpływa na to, jak się czujesz podczas rozmowy telefonicznej. Gdy zaczynałam swoją przygodę z telemarketingiem, to nawet nie wstawałam z łóżka, tylko leniwie przyciągałam do siebie laptopa i rozpoczynałam w piżamie swój dzień pracy. Obecnie czuję się wyjątkowa, wręcz czuję się jak księżniczka. Makijaż, uczesanie, sukienka albo spódnica i żakiet. Ubieram się jak profesjonalistka, wyglądam jak profesjonalistka i tak właśnie się czuję.

Strategia 2: Planuj liczbę rozmów

Jeżeli nie dzwonisz, nie zarabiasz — proste. Zanim zaczniesz swoją przygodę z telemarketingiem, musisz najpierw popracować trochę nad planowaniem dnia. Na przykład: chcę mieć miesięczny dochód

30 tysięcy złotych, natomiast jedna transakcja to wartość rzędu 6 tysięcy złotych. W miesiącu musiałabym mieć 5 udanych transakcji. Z obliczeń wynika, że jedna udana transakcja przypada na 50 wykonanych telefonów. I aby zrealizować swój cel, muszę miesięcznie wykonać, przy założeniu, że mamy 20 dni roboczych w miesiącu, 500 telefonów, czyli 125 telefonów tygodniowo, czyli 25 telefonów dziennie. Oczywiście możesz założyć sobie inny plan, powyższy to tylko przykład.

Przeciętna osoba wkłada jedynie 25% energii i zdolności w swoją pracę. Świat zdejmuje kapelusz przed tymi, którzy wkładają więcej niż 50% ich możliwości i staje na głowie dla tych bardzo nielicznych dusz, które poświęcają 100%.

Andrew Carnegie

I pamiętaj, aby w planie uwzględnić zarówno liczbę nowych klientów, jak również osób i firm, które już są Twoimi klientami, a także powtórne telefony do potencjalnych klientów.

Strategia 3: Zarządzanie swoim czasem

O tym niejednokrotnie była już mowa. Wspomnę tylko, abyś szanował swój czas i czas Twoich klientów, więc nie dzwoń w porze obiadowej, a tym bardziej nie wybieraj pory wieczorowej.

Strategia 4: Zbuduj listę potencjalnych klientów

A to oznacza, że musisz wiedzieć, czym dana firma się zajmuje — nie dzwoń w ciemno, ponieważ szkoda tylko Twojego czasu. Większość firm albo ma swoją stronę WWW, albo prowadzi blog, niekiedy posiada obie te rzeczy. Sprawdź, czym dana firma się zajmuje, i dopiero wtedy ustal, czy jest sens dzwonić.

Strategia 5: Postaw przed sobą lustro i obserwuj się podczas rozmowy telefonicznej

Eksperti od telemarketingu dość często stawiają przed sobą lustro i wyobrażają sobie, jak dany klient ich postrzega, czy budzą zaufanie, czy się denerwują itp. Jest to dobra metoda szczególnie na podwyższenie poczucia własnej wartości, bo jeśli Ty sam siebie nie szanujesz, nikt inny tego nie zrobi.

Strategia 6: Udoskonalaj scenariusz rozmowy

Jeżeli masz już wstępny scenariusz rozmowy, to nie wykorzystuj go do rozmowy z każdym klientem, ponieważ nie wszyscy są tacy sami. Możesz mieć różne wzory skryptów rozmowy, ważne jednak, abyś się nie pogubił. Czasem jedna rozmowa z klientem może podsunąć Ci zupełnie nowy pomysł na napisanie kolejnego scenariusza, który będziesz mógł wykorzystać przy następnych kontaktach.

Strategia 7: Nagroda

Aby zmotywować się do wykonywania telefonów, możesz wyznaczyć sobie nagrodę, jeżeli Twój wyznaczony plan dnia został osiągnięty. Nie obawiaj się wymyślania nagród dla siebie samego, przecież na to zasługujesz, wykonujesz kawał dobrej roboty. Po tygodniu pracy idź do najlepszej restauracji na kolację i uczcij osiągnięcie postawionego sobie celu.

Strategia 8: Nie bierz wszystkiego do serca

Na początku Twojej pracy w telemarketingu będziesz spotykać się z odmową. Pamiętaj, że to nie Ty jesteś odrzucony, ale Twój produkt, ponieważ akurat ten właśnie klient nie potrzebuje go albo będzie potrzebował dopiero za jakiś czas. Nigdy nie pal za sobą mostów, tylko zostaw sobie takiego klienta na następny raz i zadzwoń do niego ponownie za dwa lub trzy miesiące. I wtedy możesz zdecydować, czy warto jeszcze kiedykolwiek się z nim kontaktować.

Strategia 9: Naucz się słuchać swoich klientów

Najlepszym nauczycielem, który pokaże Ci, jak słuchać innych, aby poznać ich potrzeby, jest dziecko. Tak, właśnie dziecko. Twoje lub cudze. Moja 4-letnia córka nauczyła mnie słuchać, ponieważ tylko przy zadawaniu pytań otwartych mogłam poznać jej zdanie na dziecięce tematy, jak również mogłam uzyskać odpowiedź, czego ona tak naprawdę oczekuje, czego chce. Jeśli więc masz dziecko — rozmawiaj z nim dużo, dużo, dużo. Nawet o swoim produkcie. Dzieci

mają tak wybujałą fantazję, że aż żal z niej nie skorzystać. Powstaną w Twojej głowie tak wspaniałe pomysły, że będziesz mógł na nich tylko zarobić. Jeśli dziecka nie masz, to „wypożycz” od sąsiada :)

Strategia 10: Finalizowanie transakcji

Tutaj chodzi mi bardziej o zareagowanie właśnie na ten konkretny moment, kiedy wyczujesz, kiedy jesteś pewien, że właśnie teraz możesz zadać ostatnie pytanie, kierujące klienta do złożenia zamówienia. Czasem zdarza się, że taki moment trudno uchwycić, a czasem zdarza się, że klient po prostu Ci powie, że kupuje.

Strategia 11: Nigdy nie zapominaj o klientach, którzy jeszcze nie są Twoimi klientami

Ten aspekt sprzedaży jest stary jak świat. Musisz pokazać potencjalnemu klientowi, że jest dla Ciebie ważny, że pamiętasz o nim. Jeżeli tylko masz do zaoferowania jakąś darmową próbkę, zadzwoń do niego i powiedz, że masz dla niego właśnie to coś. Nawet jeżeli taki klient nic jeszcze od Ciebie nie kupił, gwarantuję, że jeśli się będziesz przypominał przynajmniej raz w miesiącu — on stanie się Twoim lojalnym klientem.

Strategia 12: Wyznacz czas poświęcony na rozmowy

Ważne jest, abyś skoncentrował się na wykonywaniu telefonów w określonym przez siebie czasie. Przykładowo: jeżeli zaczynasz pracę o godz. 8.00, to wyznacz sobie, że od godziny 8:30 do godziny

10:30 intensywnie dzwonisz. Nie rób w tym czasie nic innego, ponieważ to wytrąci Cię z rytmu.

Strategia 13: Pisz czytelne notatki

Podczas rozmowy telefonicznej miej przy sobie kartkę papieru i długopis, ponieważ bardzo często zdarza się, że klient poda Ci bezpośredni telefon do siebie, który musisz zanotować, poda Ci pośredni e-mail do siebie, który też koniecznie musisz zanotować. Notatki od razu wprowadzaj do bazy danych klientów, którą tworzysz — dlatego ważne jest, abyś pisał czytelnie, gdyż to są bardzo ważne rzeczy.

Strategia 14: Żywa przeszkoda

Tak często nazywane są sekretarki, które mają za zadanie pilnowanie spokoju szefa. Twoim zadaniem jest zdobyć ich sympatię, a nie wrogość, ponieważ w dużej mierze od nich zależy, jak i kiedy skontaktujesz się z ich szefami. Sekretarka w dużej bądź małej firmie wcale nie jest dla Ciebie przeszkodą. Taka osoba jest Ci w stanie powiedzieć dokładnie tyle, ile Ci potrzeba. Pamiętaj więc o tym, że szacunkiem i uprzejmością do drugiej osoby zajdziesz dalej.

Strategia 15: Poczta głosowa

Nasz naród polski jest taki, że nie lubi poczty głosowej. Dość denerwujące jest: „Po usłyszeniu sygnału proszę zostawić wiadomość”. Popatrz na to z innej strony. Jeśli nagrasz się na sekretarkę, to przy następnym kontakcie już nie będziesz osobą znikąd, która się kontaktu-

je z danym klientem. Już masz powód, dla którego możesz ponownie zadzwonić. Właśnie dlatego też warto wykorzystać to darmowe narzędzie.

Strategia 16: Internet i Ty

Dużo tutaj mówić nie trzeba, prawda? Przecież Ty trafiłeś do mnie właśnie przez Internet, ja natknęłam się na Ciebie przez Internet. Tak samo Ty możesz spokojnie wyszukiwać klientów przez strony WWW, nie musisz za to płacić. Po co płacić, skoro można mieć za darmo?

A jak już jesteśmy przy tej strategii – tutaj poznasz mnie lepiej :)

<http://najlepsiinformatycy.blogspot.com/>

Zakończenie

Kiedyś czytałam artykuł o biznesmenie ze Stanów Zjednoczonych, który opowiadał, że założył biznes w najgorszym momencie, ponieważ na giełdzie spadki papierów wartościowych nie wróżyły nic dobrego. Przez 6 miesięcy praktycznie jego firma wegetowała i nie mógł niczego sprzedać, a prowadził biznes internetowy. Jego firma zajmowała się oprogramowaniem, mieli świetny produkt, jednak nie mieli klientów. Zastanawiali się, dlaczego go nie sprzedają? Co mogą zrobić? Wpadli na pomysł, że najlepszym rozwiązaniem będzie sprzedaż przez telefon.

Telemarketing okazał się dla nich nie tylko sprzedażą. Pozwoliło im to przeprowadzić badanie rynku. Po prostu podnosili słuchawkę i dzwonili, zadając odpowiednie pytania i eliminując te przedsiębiorstwa, którym ich produkt nie przyniósłby żadnych korzyści. Ale co jeszcze niesamowitego się stało? Mianowicie to, że firmy umawiały się na spotkania z handlowcami biznesmena, mówili o swoich potrzebach, dodatkowo dostarczali handlowcom ciekawych informacji na temat biznesu, jaki prowadzili, dzięki czemu rozmowy często stawały się coraz bliższe i w ten sposób firma biznesmena tworzyła sieć kontaktów — bardzo ważnych w prowadzeniu interesów.

Gdy tylko zrozumieli swój rynek docelowy, od razu rozpoczęli budowanie bazy klientów. Telemarketing wykorzystany został jako zaleta ich firmy, ponieważ rozmawiając z konkretnymi klientami, mogli dostarczyć informacji o produkcie. Telemarketing się sprawdził i w rzeczywistości okazał się pozytywnym posunięciem w rozwoju firmy. Telemarketing jest bardzo ważny dla każdej firmy, małej czy dużej, każdej.

Ta historia uczy nas, że są trzy dziedziny biznesu, gdzie telemarketing jest bardzo ważny. Po pierwsze — pierwszy telefoniczny kontakt jest niezbędny i jest typowy dla świata biznesu. To nie jest tak, że sięgasz po telefon i dzwonisz po omacku. Tu chodzi o zaplanowane działania strategiczne.

Po drugie — jeśli prowadzisz własną firmę i chcesz być dostrzegany na rynku, to musisz wyjść do ludzi. A telemarketing jest między innymi do tego przystosowany. Znajdź swój rynek docelowy, potem znajdź osobę decyzyjną i buduj z nią trwałe relacje, udowadniając, że współpraca z Tobą to najlepsze dla niego rozwiązanie problemów.

Po trzecie — poprzez telemarketing pogłębiasz partnerstwo handlowe. Jeśli np. Twoja firma wykonuje strony WWW, a inna firma, która posiada sklep na rogu Twojej ulicy, nie ma swojej strony internetowej, możesz spokojnie zaproponować współpracę. Partnerstwo jest świetną metodą budowania drogi na szczyt. Partnerstwo powoduje, że firmy, które są zadowolone z Ciebie, z Twoich usług, polecają Twoją firmę innym. To nie kosztuje Ciebie ani złotówki, a taka reklama jest bezcenna. To, że podniesiesz słuchawkę i zadzwonisz do potencjalnego klienta, to jest to pierwszy krok ku budowaniu partnerstwa biznesowego.

Wykorzystaj telemarketing w budowaniu relacji z klientami, daj się zobaczyć, daj się odkryć, zacznij w końcu sprzedawać.

Wiem, że Ci się uda! Wierzę w to!

Powodzenia!

Jeszcze jeden bonus

Pragnę podziękować Ci za przeczytanie mojej publikacji. Będzie dla mnie satysfakcją, jeśli wiedza w nim zawarta pomoże Ci w budowaniu Działu Telemarketingu w Twojej firmie i staniu się liderem sprzedaży telefonicznej. Wiedz, że jestem do Twojej dyspozycji.

W podziękowaniu dostajesz ode mnie 3 konsultacje mailowe za darmo. Dodatkowo: informacje, które ode mnie będziesz dostawać, na swój e-mail, nie są dostępne dla wszystkich. Nigdzie ich nie publikuję, ponieważ jest to wiedza, za którą się płaci, i chcę, aby mieli do niej dostęp tylko ludzie wyjątkowi, tacy jak Ty.

Ze względu na to, że współpracuję z najlepszym informatykiem —

www.najlepszy—informatyk.pl

— możesz mieć również wsparcie informatyczne. Przecież Internet jest potęgą. My, ludzie, tworzymy Internet, więc to MY jesteśmy ogromną mocą napędzającą tę potęgę.

Do zobaczenia wśród najlepszych!

FUH Arana

Magdalena Myczko

tel. +48 508 33 55 45

www.arana-prim.pl

www.telemarketingmailowy.pl

www.najlepszy-informatyk.pl

e-mail1: magdalena@arana-prim.pl

e-mail2: arana@telemarketingmailowy.pl

blog: <http://najlepsiinformatycy.blogspot.com>



**Poleć znajomemu e-booka
i zarób 50% jego wartości**



**Kupuj e-booki za punkty,
nie za złotówki**