

# ТЕЛЕФОННЫЕ ПРОДАЖИ ИЛИ КАК ПРЕВРАТИТЬ СОБЕСЕДНИКА В КЛИЕНТА

© evgenyatamanenko - Fotolia.com



## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- ◇ сотрудники отделов продаж и маркетинга
- ◇ менеджеры по работе с клиентами
- ◇ все, кто вовлечен в процесс продаж по телефону

## ФОРМАТ

группа не более 15 человек

## ДЛИТЕЛЬНОСТЬ МОДУЛЯ

4 — 6 академических часов

## ЦЕЛЬ

Систематизировать знания о закономерностях процесса продаж по телефону; познакомить с алгоритмом действий на каждом этапе телефонных продаж; отработать навыки, необходимые для успешной коммуникации по телефону. Показать важность фокусирования на собеседнике и его потребностях, а также позитивного настроения и уверенности в себе и своем продукте для достижения позитивных результатов. Развить гибкость мышления в непредвиденных ситуациях, неизменно возникающих в процессе телефонного общения.

## ОПИСАНИЕ МОДУЛЯ

С учетом опыта аудитории в форме дискуссии обсуждаются особенности общения по телефону, вытекающие из этого трудности и способы их устранения. С помощью моделирования реальных ситуаций закрепляется четкое понимание последовательности действий на каждом этапе телефонных продаж и отрабатываются умения и навыки, используемые на разных этапах процесса: установление эмоционального контакта с собеседником, умение задавать правильные вопросы, работа с возражениями. Особое внимание уделяется телефонному этикету.

## СОДЕРЖАНИЕ

- ⇒ Формы речевого общения
- ⇒ Телефонный этикет
- ⇒ Типология слушателей
- ⇒ Трансформация информации, приемы управления разговором
- ⇒ Как правильно реагировать на жалобы
- ⇒ «Холодный» звонок
- ⇒ Телефонные промахи
- ⇒ Возможные трудности и способы их преодоления

## РЕЗУЛЬТАТ

Научившись управлять эмоциями, своими и собеседника, участники сформируют гибкий подход к общению с каждым клиентом. Отработав навыки и алгоритм продаж по телефону, научатся приемам и технике управления ходом делового общения и смогут повысить эффективность телефонных продаж.