

כתיבת תסריט לשיחת מכירה טלפונית

הקדמה קצרה לפני שמתחילים:

בשיחה טלפונית, בשונה משיחה עם לקוח פנים מול פנים, יש לנו פחות זמן להקדיש לכל אחד מארבעת שלבי המכירה, ולכן חשוב שתסריט השיחה יהיה קצר ומדויק.

מה שאתם צריכים לעשות כדי שגם לכם יהיה תסריט מנצח זה: לצפות בסרטון ההדרכה שקיבלתם, להדפיס את הקובץ הנוכחי ולהשלים את השאלות והתועלות שמתייחסות למוצר או לשירות שלכם. וזהו – יש לכם תסריט שיחה שיקפיץ לכם את אחוזי הסגירה.

בואו נתחיל עם המשפט הראשון:

בוקר טוב / חג שמח, אני מדברת עם דורון?

** שימו לב שגם אם צהריים, אני אוהבת להגיד בוקר טוב כי לרוב זה מעורר תגובה של הצד השני כמו: איזה בוקר? וזה מה שמאפשר לנו לקיים שיחה קצרה באנרגיה טובה לפני שממשיכים. אותו כנ"ל לגבי חג שמח. תלוי למה אתם יותר מתחברים.

במידה ולא נוצרה דינמיקה עם הלקוח סביב ה"בוקר טוב" – נמשיך לשאלה הבאה:

שלום דורון, מה שלומך?

אני שמח/ה לשמוע. נעים מאוד, לי קוראים _____ (השם שלכם) _____ (שם החברה שלכם או העיסוק).

מיד אחרי ההצגה שלכם, תשאלו את הלקוח שאלה שקשורה בדרך מסוימת למה שאתם רוצים למכור. השלימו כן את השאלה הרלוונטית לעסק שלכם:

דוגמא להמחשה: נעים מאוד, לי קוראים דליה ואני מחברת התוכנה ה"כוורת", עם איזו תוכנה אתם עובדים היום לשימור לקוחות וניהול העסק?

הסיבה לכך שממשיכים מיד עם שאלה אחרי שהצגנו את עצמנו, היא שהאוטומט של רוב האנשים הוא לענות תשובה כששואלים אותם שאלה. אז אנחנו מנצלים את האוטומט הזה לטובתנו.

אחת הטעויות שעושים הרבה פעמים בשיחות מכירה יוצאות זה להציג את שם החברה, ובמה החברה עוסקת, ואז לשאול את הלקוח: האם אתה מעוניין לשמוע?

כמובן שברגע ששואלים את השאלה ונותנים ללקוח את האפשרות לענות "לא", אז זה בדיוק מה שהוא יעשה. ולכן במקום זה – מיד אחרי שנציג את עצמנו, נשאל אותו שאלה ספציפית, ואחרי שהוא יענה עליה, הסיכויים שהוא יחתוך את השיחה – יורדים בצורה משמעותית. בפסיכולוגיה קוראים לזה שיטת ה"רגל בדלת".

ברגע שהלקוח ענה לנו על השאלה הראשונה – אנחנו נמשיך ונשאל אותו עוד שתיים עד חמש שאלות – תלוי כמה הלקוח משתף פעולה, שיעזרו לנו להחליט אילו תועלות לציין בשלב המכון שבו נציג את המוצר.

כתבו כאן את השאלות שרלוונטיות למה שאתם מעוניינים למכור:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

שאלות לדוגמא יכולות להיות:

- כמה זמן אתם כבר עובדים עם התוכנה?
- האם התוכנה נותנת לכם מענה גם לצרכים נוספים, או רק לשימור לקוחות?
- היית מעוניין לשמוע על תוכנה שיכולה לשדרג לך את העסק ולהגדיל את הרווחים?

אחרי השאלות, נעבור להציג בקצרה את המוצר. ההצגה של המוצר יכולה להיות בדרך הבאה:

אתה בטח תשמח לשמוע ש _____

_____ (השלימו כאן איך

המוצר שלכם יכול לעזור לו).

במקרה של התוכנה שמיועדת לבעלי עסקים, אני יכולה להגיד:

אתה בטח תשמח לשמוע שיש תוכנה שיכולה לחסוך לך המון זמן וכאב ראש וגם להגדיל את ההכנסות שלך בעסק .

רק אחרי שאני מציגה את התועלות המרכזיות של המוצר – אני גם מספרת בכמה מילים על השיטה בה פועל המוצר (במידה ורלוונטי)

(מלאו כאן את ה "איך" השיטה שבה המוצר או השירות שלכם עובד)

אחרי שהצגתי את המוצר, אני עוברת לשלב האחרון - סגירה, שבמקרה הזה מדובר על פגישה של איש מכירות בבית העסק עצמו .

אז הסגירה שלי תהיה :

אשמח לתאם לך פגישה עם נציג בכיר בחברה שלנו, שיגיע אליך ויבחן האם התוכנה שלנו יכולה להתאים לעסק שלך, מאחר והתוכנה לא מתאימה לכל עסק. אתם יושבים בפתח תקווה, נכון? מצוין, אז אני רואה ביומן שביום חמישי הוא יהיה בפתח תקווה, ויש לו פגישות עד שעה 15:00 – נוכל לתאם ל15:30?

או לחילופין, אם אנחנו מעוניינים שהלקוח יגיע אלינו לפגישה:

כדי שנוכל לבחון יחד האם _____ (מה שאתם מציעים ללקוח: הטיפול / הקורס / המוצר שלכם) יכול להתאים לך, אני רוצה לתאם לך פגישה אצלנו. אני רואה שפנוי לי ביום חמישי – תעדיף להגיע ב10 בבוקר, או ב17:00 אחה"צ?

יופי, אז אני מכניסה ליומן את השם שלך, הטלפון והכתובת. רק בבקשה אם יש איזשהו שינוי, תתקשר לעדכן. תודה דורון, שמחתי מאוד לדבר איתך.

במידה והסגירה שלכם היא לא תיאום פגישה, אלא פרטי כרטיס אשראי לתשלום – כדאי לבקש ממנו את הפרטים הבאים לפני כן: שם מלא, מספר טלפון, כתובת מייל, מספר ת.ז ורק אז לבקש את פרטי האשראי. זה מבוסס על עקרון של שיטת ה- YES SET שלימדתי בטכניקות סגירה.

שימו לב, שתמיד הסיכויים לסגור עסקה פנים מול פנים, גדולים משמעותית מהסיכויים לסגור עסקה בשיחה טלפונית. ולכן- אם מדובר במוצר או שירות שעולים מעל לאלף שקל, כדאי להזמין את הלקוח לפגישה, ורק אז למכור לו.

בנוסף, כדאי גם לתת ללקוח להבין שאחת מהמטרות של הפגישה היא לבחון, האם בכלל השירות או המוצר שלכם מתאימים לו, מאחר ומה שאתם מציעים, לא מתאים לכולם. זה יגרום ללקוח להרגיש יותר בטוח, כי אתם לא מתכוונים "למכור" לו בכל מחיר, אלא בודקים קודם שהוא בכלל מתאים. בנוסף, זה גם יכול להגדיל את הרצון שלו לקנות מכם, בכך שבאופן אוטומטי הוא ירצה לעבור בהצלחה את "מבחן ההתאמה".

זהו. אם תשלימו את הקובץ הזה בהתאם למה שלכם יש להציע ללקוח שלכם, ותקפידו לעבוד לפיו, תראו איך זה מקפיץ לכם את אחוזי הסגירה.

אבל רגע – זה לא הכל. חשוב מאוד לזכור שכדי שתסריט השיחה יעבוד – יש לעבוד גם על הגישה שלכם. ובמילים אחרות, על הסיפור שאתם מספרים לעצמכם, רגע לפני שאתם מרימים את הטלפון לצורך שיחת מכירה. – אם עדיין לא צפיתם בהדרכה המוקלטת שנגשלחה אליכם, זה בדיוק הזמן לעשות את זה, כדי להבין עד כמה הגישה היא קריטית להצלחת שיחת המכירה. זה הקישור להדרכה <http://daliasroya.com.vp4.me/phone-script>

שיהיה בהצלחה!

נ.ב - אשמח לשמוע מכם האם ואיך זה עבד לכם.