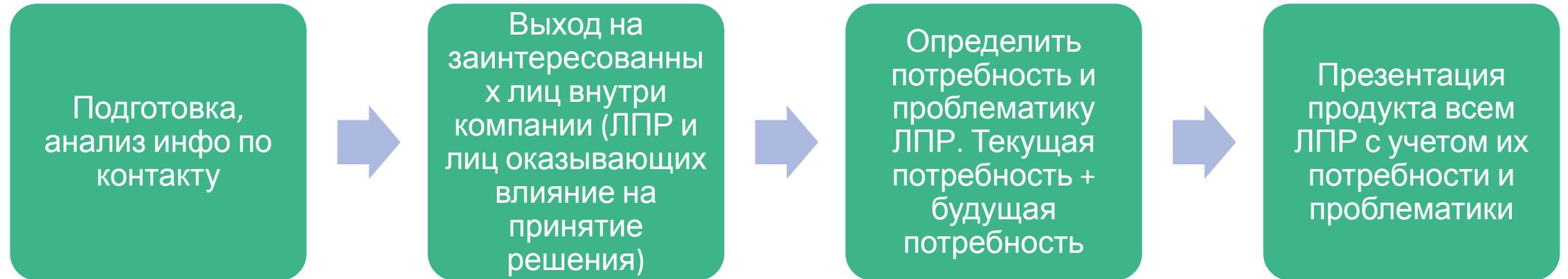


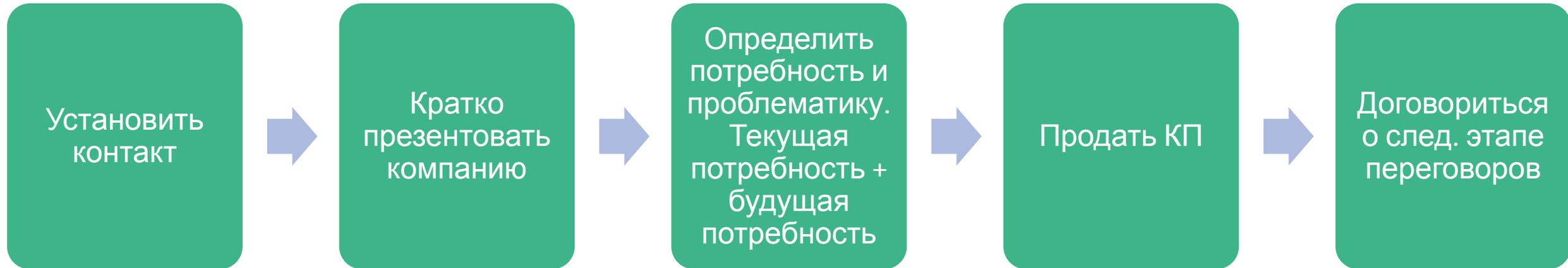
Холодные звонки



Холодные звонки: Цели и задачи



Холодные звонки: основные этапы



Краткая презентация компании

3-4 ключевых (подходящих большинству клиентов) преимущества нас и нашего продукта на рынке:

- Изменение поведения продавцов для более эффективной работы
- Экспресс-анализ сотрудников ОП
- При необходимости за вас обучим отдел (актуализируем навыки продавцов)
- Более эффективная обработка лидов (работа с лидами в кризис)

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ

Частые боли «клиентов»: *низкая конверсия (ниже 30%) из звонка в заявку, слив заявок, разовые продажи - мало постоянников, нет анализа цепочек сделок.*

1

- Мы в течение пяти лет занимаемся аналитикой отделов продаж в вашей отрасли, (и понимаем...) большинство компаний сталкиваются с тем, что *нет понимания на каком этапе происходит потеря клиента, а также с низкой конверсией (ниже 30%) из звонка в заявку, сливом заявок. А для вас сейчас это актуально? Или у вас встречается что-то другое? / А что у вас?*
- «Да» – переход на след. этап  2 . «Нет»: «Можете поделиться своими проблемами?»

2

- Статистика +/- . А Вы хотели бы:
- Иметь прозрачную систему контроля? (Понимать за счет чего именно клиенты отказываются от вашего продукта?)
- Увеличить конверсию за счет доступа к лучшим практикам?
- Улучшить эффективность продаж в переписках?
- Уменьшить стоимость лида?

3

- Краткая презентация компании: *«Мы как раз занимаемся... можем вам предложить...»*
- Квалификация клиента.
- Допрезентация и работа по заведению в сделку.

ЭТАПЫ КВАЛИФИКАЦИИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ

