

TECHNIKI SKUTECZNEJ SPRZEDAŻY PRZEZ TELEFON I INTERNET

Autor: [JOSIANE CHRIQUI FEIGON](#)

Przedmowa

Wstęp: Ale przecież mam tylko cztery minuty!

Rozdział 1

JAK ZARZĄDZAĆ CZASEM: Kontrola rozpędu

W telesprzedaży liczy się czas

Mniej czasu na sprzedaż

Mniej kontroli nad możliwością dysponowania własnym czasem

Witajcie w świecie przeciążenia spod znaku

Sprzedaży 2.0

Mniejsza ilość czasu prowadzi do większego paraliżu

Paraliż w zakresie działań telefonicznych

Paraliż w zakresie korespondencji elektronicznej

Paraliż w zakresie wartościowego przekazu

Paraliż w zakresie zarządzania leadami

Paraliż w zakresie kwalifikowania

Paraliż w zakresie stosowanych narzędzi

Paraliż w zakresie priorytetów

Paraliż w zakresie władzy

Paraliż w zakresie systemu dopływu kontaktów i ich postępu

Paraliż w zakresie planowania

Bądź proaktywny w reaktywnym świecie

Dwa rodzaje rozpędu: proaktywny i reaktywny

Jesteś osobą reaktywną czy proaktywną?

Nabierz rozpędu

Odzyskaj umiejętność nadawania priorytetów:

naucz się odmawiać

Odzyskaj umiejętność planowania

Odzyskaj kontrolę nad telefonem: ustal nieodwoływalne godziny intensywnego telefonowania

Odzyskaj kontrolę nad pocztą elektroniczną:

przygotuj bibliotekę szablonów wiadomości

Odzyskaj kontrolę nad przekazywaniem wiadomości:

Wyznacz cel rozmowy i uzyskaj zaangażowanie

Odzyskaj kontrolę nad narzędziami

Odzyskaj kontrolę nad pipeline'm

Odzyskaj kontrolę nad kwalifikowaniem leadów: niech szybciej przesuwać się przez komin sprzedaży

Techniki telefonowania a zarządzanie czasem

Strategie zarządzania czasem

Rozdział 2

JAK SIĘ PRZEDSTAWIAĆ: Sprzedaż w zajawkach

Przedstawianie się jest twój ą chwilą prawdy

Wycofany klient spod znaku Sprzedaży 2.0: Sprzedaż na rynku stroniącym od ryzyka

Dzwonienie "na zimno": jeszcze żywe czy już martwe?

Dzwonienie "na zimno" działa - jeśli robisz to dobrze

Żadnych wykrętów od pracy domowej

Nowe podejście do przedstawiania się w realiach

Sprzedaży 2.0

Rozmowa telefoniczna na żywo

Zasada wielokrotnego kontaktu

Duet Dynamiczny: poczta głosowa + poczta elektroniczna

Przejmij kontrolę nad pocztą elektroniczną

Dobry temat wiadomości generuje odpowiedź

Dobre wiadomości poczty elektronicznej trafiają w sedno i dostarczają tego, czego potencjalny klient potrzebuje

Strategie związane z przedstawianiem się

Rozdział 3

JAK NAWIGOWAĆ: Unikanie Bezów

Nawigowanie w drodze do prawdziwego interesu

Podstawy nawigowania

Zasadnicze elementy nawigowania

Jak działa władza w środowisku Sprzedaży 2.0

Władza jest niewidoczna

Władza się przemieszcza

Władza się ukrywa

Trzymaj się z dala od Strefy Bezów!

Jak dostrzec Beza

Jak zidentyfikować Beza - dziesięć czerwonych flag ostrzegawczych

Jak nawigować wokół Bezów za pomocą reguły 2X2 i schematu organizacyjnego

Jak wywąchać Beza

Dlaczego kochamy naszych Bezów

Kiedy zbyt długo tkwisz w kontaktach z Beżem

Kiedy Beza musi chronić swoje podwórko

Strzeż się świty Beza

Pożegnanie z Beżem

Obejdź Beza i zwróć się do osoby z kompetencjami

zakupu

Strategie nawigowania

Rozdział 4

JAK ZADAWAĆ PYTANIA: Budowanie zaufania,

jedno pytanie na raz

Pytania odkrywają potrzeby, kwalifikują leady

i kontrolują przebieg rozmowy

W Sprzedaży 2.0 chodzi o istotę i treść

Jakość a ilość: Na czym polega różnica?

Nie stać cię już dłużej na marnowanie telefonów

Cztery komponenty zadawania pytań

Strategia i planowanie: Inteligentne i skuteczne kryteria

kwalifikowania sprzedaży

Bieżące środowisko

Potrzeby biznesowe

Proces decyzyjny

Kryteria podejmowania decyzji

Konkurencja

Ramy czasowe

Budżet

Kolejne kroki

Formułowanie pytań

Styl: To sposób, w jaki zadajesz pytania

Złe style zadawania pytań

Dobre style zadawania pytań

Porządek zadawania pytań: taniec z pytaniami

Strategie zadawania pytań

Rozdział 5

JAK SŁUCHAĆ: Pożegnanie z założeniami

W słuchaniu chodzi o prawdę

Słuchanie w realiach Sprzedaży 2.0: Teraz cię nie słyszę

Dlaczego klienci czasem cię nie słyszą

Dlaczego sprzedawcy przestali słuchać

Model słuchania uległ zmianie

Zapomnij o utopii autosprzedaży

Ograniczenia związane ze słuchaniem

Jak odkrywać to, co boli

Jak słuchać aktywnie

Parafrazowanie

Pytania precyzujące

Jak stosować audiowskazówki

Jak słuchać bez założeń

Intuicja sprzedawcy

Jak oswoić się z pauzą i milczeniem

Notowanie to uchwycenie informacji
Jesteś tylko tak dobry, jak twoje notatki
Jak integrować informacje
Strategie słuchania

Rozdział 6

JAK OSIĄGAĆ POWIĄZANIA: Sprzedawanie tym,
którzy naprawdę mogą kupić

Osiągnięcie powiązań łączy cię z decydentami
na najwyższym poziomie

Dlaczego przedstawiciele handlowi nie dzwonią
do "góry"

Poznaj umiejętności osiągnięcia powiązań, które przynoszą sukces w rozmowach telefonicznych
na wysokim szczeblu

Sprzedaż 2.0 spowodowała redefinicję władzy

Kompetencje kontra wpływy

Sprzymierz się z wpływami

Jak dostrzec osoby z kompetencjami zakupu

Wykorzystaj schemat organizacyjny, by znaleźć
ukrytą władzę

Rozpoznawanie osób z kompetencjami zakupu
w trakcie rozmowy telefonicznej

Nawiązywanie kontaktów z wpływowymi asystentami
zarządu

Jak rozmawiać

Zaproszony czy pożegnany?

Jak dostrzegać osoby z kompetencjami zakupu w trakcie
całego procesu sprzedaży

Początek cyklu sprzedaży: są szybcy i podejmują
działanie

Środkowa część cyklu sprzedaży: przekażą cię w ręce
swojego zespołu

Koniec cyklu sprzedaży: dotrzymują zobowiązań

Dostęp przyznany! I co teraz?

Zyj i oddychaj ich światem

Schemat organizacyjny - twoja lista przebojów

Wnieś swój wkład do rozliczenia najwyższych władz

Naucz się rozmawiać, uwzględniając poziom "ból". Przyznaj sobie prawo dostępu: zasługujesz na
to,

by rozmawiać z głównymi graczami!

Gra o władzę

Odzyskaj swoją moc - teraz!

Strategie osiągnięcia powiązań

Rozdział 7

JAK PREZENTOWAĆ: Kurtyna w górę!

Potraktuj prezentacje poważnie
To Sprzedaż 2.0: Mam tylko cztery minuty!
Trzymaj tę pozę
Dlaczego twoi potencjalni klienci się wycofują
Zrozum proces
Wybierz odpowiedni rodzaj prezentacji
Webinarium
Pokaz techniczny i ewaluacja
Prezentacja biznesowa
Prezentacja biznesowa dotycząca weryfikacji
koncepcji/zwrotu z inwestycji
Wiedz, kto trzyma ster
Poznaj bliżej członków komisji
Zarządzaj logistyką
Nie pozwól, by technologia podłożyła ci nogę
Prowadząc prezentację, bądź obecny w 100 procentach.
Zasady
Przemyśl treść
Przedstaw propozycję wartości
Co to jest zysk z inwestycji?
Jaką macie przewagę konkurencyjną?
Strategie prezentowania

Rozdział 8

JAK SOBIE RADZIĆ Z ZASTRZEŻENIAMI: Dawać
mi je tu!
Brutalna prawda o zastrzeżeniach
Popłynij na fali przyboju zastrzeżeń w środowisku
Sprzedaży 2.0
W jaki sposób sprzedawcy tworzą zastrzeżenia
Brak umiejętności sprzedażowych
Niekorzystne postrzeganie samego siebie
Negatywny monolog wewnętrzny
Strach przed odmową
Wpadanie w pułapki motywacyjne
Dlaczego klienci stawiają zastrzeżenia
Rodzaje zastrzeżeń
Kiedy klient nie daje znaku życia
Pięć kategorii zastrzeżeń
Potrzeba
Relacje
Władza
Produkt/Usługa
Cena
Zastrzeżenia w poczcie elektronicznej
Złap za słuchawkę

Strategie radzenia sobie z zastrzeżeniami

Rozdział 9

JAK FINALIZOWAĆ: Złożona droga do uzyskania wiążącego zaangażowania

Finalizowanie oznacza mistrzowskie opanowanie procesu sprzedaży

Sprzedaż 2.0: złożony finał

Opanuj umiejętności sprzedażowe

Zarządzanie czasem

Przedstawianie się

Nawigowanie

Zadawanie pytań

Słuchanie

Osiąganie powiązań

Prezentowanie

Radzenie sobie z zastrzeżeniami

Partnerstwo

Zbuduj porządną komin sprzedaży

Jak działa komin

Komin sprzedaży 101

Dobre nawyki związane z kominem sprzedaży

wprawiają w ruch twój pipeline

Opanuj proces sprzedaży: klucz do dokładnego prognozowania

Sześć etapów procesu sprzedaży

Zrozum porządek zakupów swój ego klienta

Uzgodnij swój proces sprzedaży z procesem zakupu potencjalnego klienta

Porzuć "zadowolone ucho" i słuchaj prawdy

Poszukaj wydarzenia, które przymusza do działania

Odsuń na bok cenę i mów o wartości

Pamiętaj, że klienci nie zawsze kierują się ceną

Wyćwicz mięśnie odpowiadające za pewność siebie

Strategie związane z finalizowaniem transakcji

Rozdział 10

JAK TWORZYĆ PARTNERSTWO: Świadoma współpraca

Sprzedaż 2.0: Technologia umożliwia współpracę

Sekrety zbudowania dobrego partnerstwa telesprzedaży i sprzedaży terenowej

W jaki sposób można skazać wewnętrzne działy sprzedaży na porażkę

Najlepsza struktura efektywnych zespołów złożonych z przedstawicieli terenowych i wewnętrznych

Zacznijcie pełną parą
Komunikujcie się
Sporządźcie spis inwentaryzacyjny stylu pracy
Podzielcie się planem terytorialnym
Ustalcie porozumienie
Strategiczne sojusze i partnerstwa
Charakterystyka dobrego sojuszu lub partnerstwa
Znajdowanie partnerów sojuszu o wielkim potencjale
Przyłącz się do rozmowy
Strategie tworzenia partnerstwa

Epilog