

Návod ako ZVÝŠIŤ ÚSPEŠNOSŤ telefonovania o 100%



PREDAJNÉ
TECHNIKY

MARTIN MAŽÁR

VIETE PREČO MÁTE NÍZKU ÚSPEŠNOSŤ TELEFONOVANIA?
V E-BOOKU NÁJDETE ODPOVEĎ NA TÚTO OTÁZKU SPOLU
S NÁVODOM AKO ÚSPEŠNOSŤ ZVÝŠIŤ O 100% PERCENT

Je pondelok, nový týždeň a vy viete, že opäť musíte zdvihnúť telefón, začať telefonovať a dohodnúť si niekoľko stretnutí. Inak nezarobíte.

Telefonovanie nemáte radi. Odkladáte ho, lebo vždy sa nájde niečo dôležitejšie ako dvihnúť telefón a zavolať klientovi.

Presne viem, ako sa cítite. Sám som s telefonovaním bojoval. Vždy som našiel aspoň 1000 dôvodov, prečo telefonovanie posunúť na neskoršiu hodinu, ideálne na iný deň. *“Najprv musím odpísať na email”* alebo *“Aký mám bordel na stole, to si musím upratať”*, to boli moje klasické výhovorky. :)

Aké sú tie vaše?

Je paradoxné, že som odkladal telefonovanie, aj keď som vedel, že keď nezdvihnem telefón a nevytočím niekoľko klientov, tak jednoducho nezarobím a na druhý mesiac nebudem mať z čoho žiť.

Viem, že toto isté, čo trápilo mňa, trápi veľa obchodníkov a možno aj vás. Zistil som však kde je problém. Problém nebol v tom, že som mal strach z telefonovania (aj keď som ho skutočne mal). Problém bol v tom, že som nevedel telefonovať. Moje telefonáty boli väčšinou neúspešné a to bol dôvod, prečo mi telefonovanie robilo problémy.

Samozrejme, skúšal som rôzne techniky ako premôcť strach z telefonovania. O jednej píšem v tomto článku: [Ako prekonať strach z telefonovania](#), ale to, čo skutočne pomohlo bolo, že som sa naučil lepšie telefonovať a celkovo som zvýšil úspešnosť svojich telefonátov.

V tomto článku vám ukážem ako môžete zvýšiť úspešnosť telefonovania aj vy.

**PREDAJNÉ
TECHNIKY**

Copyright 2015 © Martin Mažár

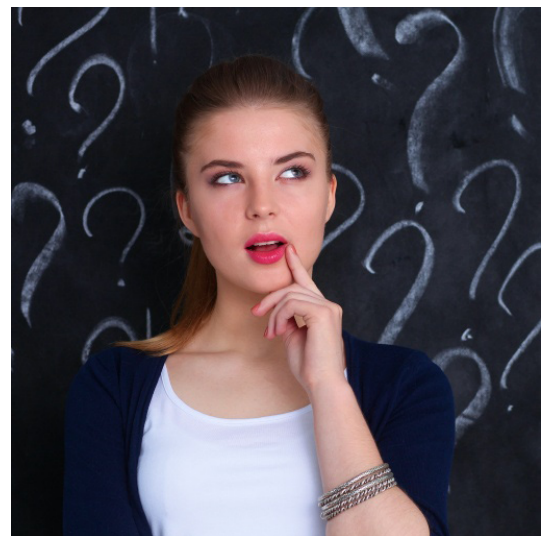


Prečo máte nízku úspešnosť telefonovania?

Dôvod, prečo väčšina obchodníkov má nízku úspešnosť telefonovania a následne aj strach zdvihnúť telefón, nie je v tom, že by ste boli nešikovní, nemali na to talent alebo mali jednoducho smolu, že vždy natrafíte na "klienta blbca". To nie je ten dôvod.

Častokrát je dôvodom to, že ste sa učili od človeka, ktorému telefonovanie nič nehovorí, sám nikdy netelefonoval a napriek tomu to učí. Čudovali by ste sa, koľko je takých trénerov teoretikov, ktorí nevedia, čo je telefonovanie v praxi. Ved' si stačí prečítať knižku a hneď je z laika expert...

Keď som pred 13 rokmi začal robiť poisťováka, v tom čase neexistovali školenia predajných zručností (teda aspoň vo firme pre ktorú som pracoval), ale dostal som príručku, kde bol návod ako telefonovať a predávať. Postupoval som podľa neho, ale úspešný som nebol :(Mal som veľmi nízku úspešnosť dohodnutia stretnutia. Pritom som dodržal postup z príručky.



Kde bol teda problém? Problém bol v tom, že pravdepodobne autor príručky bol buď teoretik, alebo to bol zahraničný tréner, ktorý školil techniky, ktoré fungujú v zahraničí, ale nie na Slovensku a v Čechách. Predsa len sme iná mentalita než Amíci :)



Čo zafungovalo?

Jednoducho som si sadol spolu s bratom (on bol tiež poisťovák, ale v inej firme než ja), dali sme hlavy dokopy a napísali svoj prvý skript telefonátu. Na druhý deň sme ho otestovali v praxi. Boli sme prekvapení z výsledkov. Jemu fungoval a mne NIE. On si dohodol dvakrát toľko stretnutí ako ja. V čom bol problém? Tipnite si!

V podstate sme hovorili klientom to isté. Jediné v čom sa naše telefonovanie líšilo bolo v našom mene a v názve spoločnosti, pre ktorú sme pracovali. Práve názov spoločnosti bola príčina, prečo sa jemu darilo a mne nie. Moja firma mala v názve spoločnosti slovo "poisťovňa", jeho nie. Ľudia zle reagovali práve na toto slovo, preto si on dohodol viac stretnutí ako ja. (Nechcem to toľko rozpitvávať, viac sa tomu venujem v článku [Ako som zdvojnásobil úspešnosť dohodnutia stretnutia](#))

Vďaka tomu, že som zmenil jedno slovo v telefóne moja úspešnosť telefonovania sa zvýšila o 100 %!

Na tejto skúsenosti, pri ktorej sme s bratom používali tie isté skripty telefonátu, ktoré boli v niečom odlišné, som si uvedomil dve veci:



1. Len malá zmena v skripte telefonátu dokáže urobiť obrovskú zmenu vo výsledku – v podstate sa naše telefonáty líšili len v jednom slove (v názve firmy) a vďaka tomu si brat dohodol o 100 % viac stretnutí

2. Pomocou dvoch alternatívnych skriptov dokážem zistiť, čo funguje a čo nie – v podstate môžem otestovať, aké slová zvyšujú úspešnosť telefonovania a naopak, ktoré ich znižujú a vďaka tomu zvýšiť úspešnosť telefonovania aj o 100%.

Od toho okamihu, ako som si toto uvedomil, som začal veci **testovať**. Testoval som ich nielen v čase, keď som robil poisťováka, ale aj keď som predával obleky, aj keď som mal na starosť vzdelávanie v najväčšej poisťovni (tréningy predajných zručností a životných produktov) a testujem aj teraz.

Napríklad tento týždeň testujem slová, ktoré presvedčia viac ľudí, aby sa zúčastnili súťaže. Zistil som, že fráza "Chcem vyhrať knihu!" presvedčí **o 50,21 % viac** ľudí, ako fráza "Chcem sa zapojiť do súťaže". Obrovský rozdiel, však?

Podobný rozdiel v úspešnosti dokáže urobiť zmena jednej vety v dôvode vášho telefonátu. **Preto nie je jedno, čo v telefóne poviete!**

Takéto a podobné testy robím pravidelne. Umožňujú mi zistiť, aké dôvody telefonátov na klienta fungujú a aké nie, aké slová klienta v telefóne presvedčia a aké nie, ako v maloobchodnej predajni vtaiahnuť klienta do rozhovoru atď.

Testovanie je to, čo odlišuje amatérov od profíkov a expertov od teoretikov.

PREDAJNÉ
TECHNIKY

Copyright 2015 © Martin Mažár



Podíme si teraz ukázať jednoduchý postup ako môžete začať testovať vy, aby ste zvýšili úspešnosť telefonovania o 30 %, 50% alebo 100 %, dohodli si viac stretnutí s klientmi a vďaka tomu možno aj prekonalí strach z telefonovania.

Ako testovať
vaše
telefonovanie
(skript telefonátu)

1 # Napíšte si dva skripty pre telefonovanie

Na začiatok testovania je dôležité mať telefonát napísaný na papieri (hovorí sa tomu skript). Najskôr si napíšte jeden a potom druhý.

V druhom skripte **zmeňte iba jednu vec**, napr. ak chcete testovať dôvody telefonátu, tak zmeňte len dôvod telefonátu. Všetky ostatné časti ako úvod, oslovenie, predstavenie sa, zvládanie námietok, ukončenie rozhovoru, musia zostať rovnaké. Ak by ste niečo z tohoto zmenili, mohli by ste mať skreslené výsledky.

Pamätajte si, vždy testujeme len jednu vec.

2 # Spravte 40 telefonátov

Keď máte napísané oba skripty môžete začať telefonovať. Najprv urobte 20 telefonátov s prvým skriptom, potom 20 telefonátov s druhým skriptom. Hneď po skončení každého telefonátu si zapíšte do tabuľky výsledky a to, či bol

PREDAJNÉ
TECHNIKY

Copyright 2015 © Martin Mažár



telefonát úspešný, neúspešný, aké námietky padli, koľko ich bolo a aký ste mali pocit z človeka na druhej strane. Okrem toho si poznačte aj čas telefonovania a dĺžku telefonátu. Všetky tieto údaje vám poslúžia pri analýze testovania.

Pamätajte si, kľúč je zapisovať si výsledky po každom telefonáte.

3# Zanalyzujte výsledky testu telefonovania

Po ukončení telefonovania si na 10 minút sadnite nad výsledky testu a vyvodte z toho závery:

Fungoval nejaký dôvod telefonátu lepšie?

Pri ktorom telefonáte bolo viac námietok?

Aké námietky sa opakovali? Koľko ich bolo?

Čo ľuďom vadilo, že dávali námietky?

Prečo pri druhom dôvode neboli námietky?

Jednoducho si kladte otázky a hľadajte odpovede medzi výsledkami testu telefonovania. Ak vám vyjde niektorý z dôvodov napr. o 50 % lepší ako druhý, tak ďalej používajte ten a pri nasledujúcom testovaní už nemusíte testovať dôvod telefonátu, ale zvládanie námietok alebo úvod telefonátu. Ak vám vyjdú zhruba rovnaké výsledky jednotlivých dôvodov telefonátu, tak testujte iné.



V čom je rozdiel?

Viem, že na prvý pohľad sa to môže zdať komplikované, ale verte, že nie je. Ak ste obchodník, ktorý sa obchodom živí, tak ročne spravíte stovky telefonátov a jediné, čo musíte spraviť navyše, je vždy si zapísať výsledok telefonovania, vedieť,

aký dôvod telefonátu ste použili a raz za čas si sadnúť a zanalyzovať výsledky, aby ste sa z toho poučili do budúcnosti.

Je to skutočne malá časová investícia, keď to porovnáte s trápením a stresom, ktoré vám dnes prináša telefonovanie klientom. Vďaka tomu, že budete testovať vaše telefonáty, budete pracovať efektívnejšie, dohodnete si viac stretnutí (možno aj o 100 %) a hlavne sa zbavíte stresu z telefonovania. Telefonovanie pre vás bude bežnou rutinou, takou ako je dnes napríklad odosielanie emailov.

Takže v čom je rozdiel? Rozdiel je v pohode s akou vykonávate prácu obchodníka.

Na záver...Vždy keď váham, či robiť alebo nerobiť niečo navyše, si spomeniem na jeden výrok:

“Rozdiel medzi úspešnými a neúspešnými je v tom, že úspešní robia veci, ktoré neúspešní nevedia alebo sa im robiť nechce.”



Tak ako? Chcete byť úspešní alebo nie?

Veľmi by ma zaujímalo... Robíte si štatistiky svojich telefonátov alebo ste niekedy testovali nejaké postupy? Aké výsledky vám to prinieslo? Presvedčil som vás, aby ste sa pustili do testovania?

Budem rád, ak mi o tom dáte vedieť :)



Martin Mažár

