

## Звонок, назначение встречи ЛПР-у

### ПОКАЗАТЬ ВАЖНОСТЬ РАЗГОВОРА

Для того чтобы он принял нужное нам решение, наверняка следует снабдить его той информацией, которую он хочет знать:

1. Кто из вашей компании собирается присутствовать на встрече?
2. Каково назначение встречи?
3. Сколько времени она займет? (10–15 минут—время, которым он готов рискнуть)

И «набить» в нее ценности.

При этом полезно:

- Говорить немного медленнее, чем обычно
- Улыбаться
- Использовать ударения, что бы обратить внимание на что-то конкретное
- Быть кратким
- Использовать жесты
- Быть естественным
- Добиваться вклада в разговор со стороны клиента
- Иногда молчать по телефону очень эффективно

### Вот так может выглядеть структура скрипта:

#### 1. Приветствие

А) Назвать имя собеседника (полная форма и на Вы)

— Здравствуйте, Анна!

Б) Представиться самому: полное имя, фамилия, статус, компания.

-Меня зовут Денис, директор по развитию нового направления

Важно сделать это правильно, используйте звучные должности: старший аналитик, эксперт корпоративных проектов, аналитик по продвижению бизнеса, директор по развитию нового направления, эксперт по развитию, специалист по информационному обслуживанию, эксперт маркетинговых коммуникаций и др.

В) «Горизонтальные» фразы (то есть, строить разговор не снизу вверх)

— Удобно вам говорить?

— Вам удобно говорить?

— Сейчас удобно?

А вот как нежелательно начинать! Это ставит вас в положение ниже собеседника:

— Есть ли минутка для разговора?

— Уделите мне немного своего времени и т.д.

— Я займу всего лишь минутку.

## **2. Вводная причина (информационный повод)**

## **3. Предложение + обоснование встречи**

Это может быть:

- Подарок
- Его желание заработать
- Его желание сэкономить
- Любопытство
- Тщеславие

А теперь конкретные речевки на каждый случай.

### **Подарок:**

— Приветствие. И.И., я почему звоню! Дело в том, что наше руководство решило вручать потенциальным клиентам отличные, креативные подарки, которые в дальнейшем помогут вам привлекать новых клиентов в компанию. Удобно будет, если я подъеду к вам завтра в 15:00, и вручу вам подарок?

### **Желание заработать/экономить:**

— Иван Иванович, меня зовут Денис, специалист по работе с VIP клиентами. Компания «ИНТЕК». Я почему звоню? Вчера мы получили новейшие исследования по рынку пластиковых окон. В частности в них говорится о том, по каким критериям клиенты выбирают ту или иную оконную компанию. Согласитесь, это важно для компании, занимающейся пластиковыми окнами. (Пауза)

— Мы с аналитиком нашей компании хотели бы провести для вас небольшую презентацию. «Как найти и удержать клиента на рынке пластиковых окон?» Иван Иванович, я уверена, что это будет полезно вашему бизнесу и займет не больше 15 минут.

— Вам будет удобнее завтра утром или после обеда?

ИЛИ

— Я планирую завтра подъехать к вам в офис и провести для вас презентацию «Как найти и удержать клиента на рынке ...», я абсолютно уверен это вам будет полезно и не займет более 15 минут. Завтра в 15 вам удобно будет? — Иван Иванович, меня зовут Мария Иванова, департамент по работе с VIP клиентами. Компания «АБВ».

— Отличная новость, И.И.! Есть простой и понятный способ, как сделать так, чтобы платить меньше, а получать при этом гораздо больше, проще говоря, вы сможете и сэкономить и заработать. Давайте так, я подъеду к вам завтра в 15 00 и за 15 минут четко и понятно объясню, как это сделать, договорились?

— {Приветствие.} Я почему звоню! ИИ, я так понимаю, вы занимаетесь (установкой пластиковых окон/мебелью, юрид.услугами и т.д. Вы знаете, мы с вами прекрасно понимаем, что клиентская база соль любого бизнеса, я знаю способ, как сделать так, чтобы клиентов в вашей клиентской базе стало больше, давайте так, удоюно будет если я завтра к Вам подъеду и за 15 мин все понятно объясню, договорились?

— {Приветствие.} ИИ, у меня отличные для вас новости! Дело в том, что я недавно узнал, как можно здорово сэкономить деньги на рекламе и при этом выиграть в эффективности. Давайте, я завтра подъеду в 17 часов и проведу короткую презентацию, которая так и будет называться: «как сэкономить деньги на рекламе и при этом получить значительно больший рекламный эффект». Завтра в 17 я у вас, договорились?

— {Приветствие.} Коротко о причине моего звонка.

По данным мониторинга, компании похожие на вашу (размером с вашу) тратят на рекламу ежемесячно 50000 0000 на рекламу. Позвольте мы проведем для вас небольшую презентацию: «как вам получить тот же эффект от рекламы за меньшие деньги или существенно больший эффект не увеличивая рекламные затраты».