



академия
телемаркетинга

Пришёл ли конец «ХОЛОДНЫМ» звонкам?

**VI Международный Саммит руководителей и ключевых
менеджеров контактных центров
29 — 30 октября 2015 г.**

Radisson Slavyanskaya, Москва, Россия

Повод отказаться от «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКОВ?

Подумайте о воздействии следующих утверждений:

- Я найду вас в системе Google
- Я найду вас в сети Facebook
- Я разыщу вас в LinkedIn
- Я найду вас в Twitter
- Я буду разыскивать вас на сайте YouTube

Как часто вы ищете услуги через соцсети?

Что вы сами купили в соцсетях?

А как ваши клиенты ищут вас?

Что заменит «холодный» звонок?

Door knocking?

Поток входящих звонков по рекламе?

Email – рассылка?



Почему это не работает?

~~Door knocking?~~

~~Поток входящих звонков по рекламе?~~

~~Email — рассылка?~~



нельзя повлиять на результат

непредсказуемо

неуправляемо

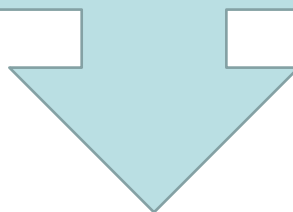
неэффективно

За что не любят «холодные» звонки?

- Отсутствие системного обучения
- Недооценка работы телемаркетинга
- Кто руководит («требуется» результата) – сам не умеет продавать, отсутствует успешный пример
- Отношение к профессии как к самой низшей в процессе продаж
- Компания не отвечает за персональную ответственность телемаркетологов перед клиентами: несоблюдение корпоративной культуры, регламентов стандартов качества. Признание телемаркетолога в одной компании: *«Я устала обманывать своих клиентов. Компания не несёт ответственности за качество работы...»*
- Сознательная ориентация менеджмента на текучесть кадров
- Непрофессиональный стереотип роли руководителя: «счетовод», «аналитик», «технар»

Вопрос

А Вы бы пошли
работать в
телемаркетинг?



Поднимите руки, кто хочет!

Спасибо!

Кто сейчас соглашается работать в телемаркетинге?

- 20% из кандидатов, заявивших о себе на сайтах по поиску работы как «менеджеры по продажам», соглашаются прийти на собеседования
- 40% из них приступают к обучению
- 40% из них остаются после первой недели работы

Сегодня телемаркетинг работает против себя

➤ Текучность кадров: неудовлетворённые и неуспешные сотрудники несут «дурную» славу в массы трудового резерва

➤ Тренеры, которые сами не умеют звонить, учат других

Мастер, который не умеет работать на станке, никогда не научит рабочего.

А вы себе такое позволяете?



академия
телемаркетинга

Фокусы менеджмента

- **Издержки /низкий уровень зарплаты**
- **Продажи**
- **Внутренний Клиент**

Фокус на внутреннего клиента

Преимущества:

- **Высокая лояльность сотрудников**
- **Уменьшение издержек на привлечение**
- **Позволяет осуществлять долгосрочное планирование и дает долгосрочный потенциал**
- **Лояльность => прибыль**

Какие возможности дает вам «ХОЛОДНЫЙ» звонок?

- Начать общение
- Получить нового клиента
- Удержать клиента
- Получить моментальную обратную связь от клиента
- Почувствовать настроение клиента
- Повлиять на лояльность клиента
- Создать настроение
- Понять возможные возражения
- Информировать клиента
- Решить проблему клиента

Почему «холодные» звонки выгодны бизнесу?



PUSH



PULL

Что делать, чтобы вернуть веру кандидатов в «холодные» продажи?

- Правильные вопросы к сотруднику
- Руководитель – партнер и тренер личности телемаркетолога
- Индивидуальный подход в мотивации
- Телемаркетологи не должны заново изобретать колесо, но они могут постоянно «изобретать» себя.
- Вместе с телемаркетологом растить из «small wings» вдохновенного продавца

Управление «холодными» звонками: методы реабилитации

- ✪ **Результат как образ мышления**
- ✪ **«Культ личности» телемаркетолога: от управления разговором к управлению своей жизнью**
- ✪ **Грамотный сценарий**
- ✪ **Точка отсчета: управление продажами в сценарии (в какие моменты нужно брать инициативу в свои руки?)**
- ✪ **«Правильные» сотрудники**
- ✪ **Мотивация, которая мотивирует продавать**
- ✪ **Реалистичные планы по продажам**
- ✪ **Обучение и наставничество продавцов**
- ✪ **Постоянный мониторинг настроения и показателей телемаркетологов**





Когда же придёт «золотой» век «холодного звонка»?

➤ Работа для «геологов»?



Ресурсы не изучены

➤ Время упущено

➤ Искусство всё время удивлять потенциальных клиентов

➤ Абсолютно иной подход к поиску кандидатов

➤ **Пришёл конец** непрофессиональному телемаркетингу – «верхи не могут, низы не хотят».

➤ Выиграет тот, кто СМОЖЕТ ИЗМЕНИТЬСЯ

➤ Особый индивидуальный подход – будущее продаж

➤ Нестандартная материальная и нематериальная мотивация партнёрской пары «Телемаркетолог – Клиент»



Спасибо!

**Галина Хаустова
Академия телемаркетинга**



Тел: +7 985 929 63 07

Моб: +7 916 432 98 74

ghaustova@gmail.com

<http://www.telemarket-gala.ru>