

Telefonsalg

– de gode råd

Telefonsalg skal sælge et møde med kunden, skaffe nye kunder, nye opgaver og skabe mersalg.

Forberedelse og en systematisk tilgang til opgaven gør det muligt at gennemføre samtalerne professionelt og effektivt.

Gode råd:

- Formuler det primære mål med telefonsalget.
- Formuler et retrætemål (hvis kunden ikke siger ja med det samme).
- Udvælg de kunder, du vil ringe til.
- Find så mange oplysninger om kunden som muligt.
- Lav et manuskript du kan tale ud fra.
- Gennemfør nedenstående seks punkter på 90 sekunder, inden kunden kommer til orde:
 - Kontakt – præsentation af dig selv.
 - Årsag – ”jeg ringer fordi”.
 - EFU (egenskaber – fordele – udbytte).
 - Bevis ved at referere til et forløb med resultater.
 - For at kunne vurdere jeres udbytte (SPIN-model).
 - Aktion – aftale om køb.
- Lav en bank med de hyppigste indvendinger, du møder, og forslag til, hvordan de imødegås.
- Sæt tid af til efterbehandling af samtalerne.

Tidsforbrug

Regn med ca. 15 minutter pr. kunde til forberedelse, flere opkald inden kontakt, efterbehandling og ny aktivitet ved retræte.

Forvent mange afslag – der skal ca. 100 opkald til en køvende kunde.

Efterbehandling

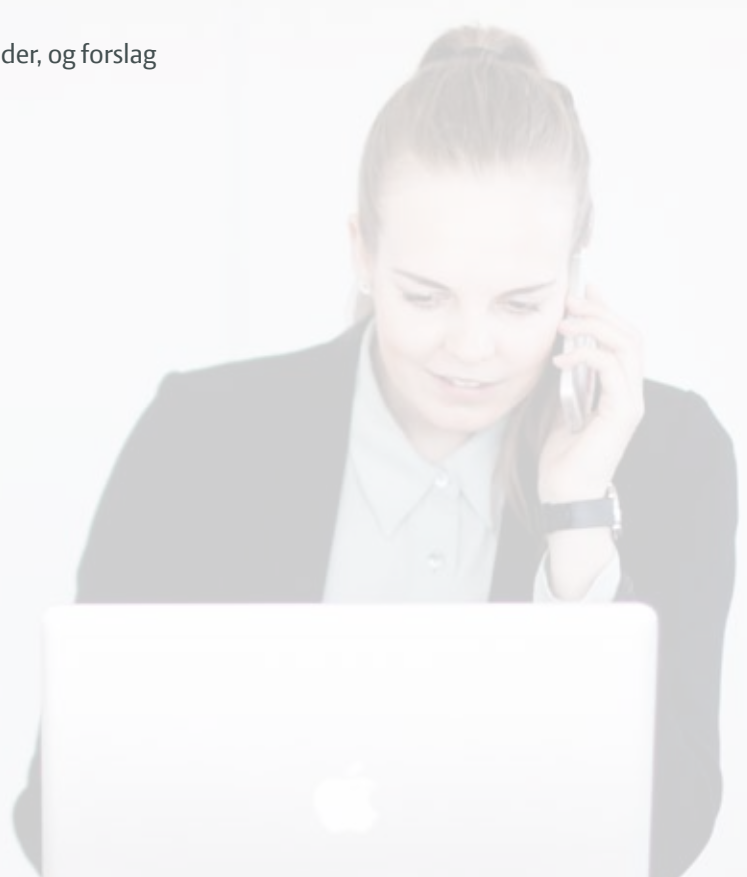
Renskriv dine notater, og ajourfør dine aftaler med det samme.

Det er en god ide at oprette en kundedatabase/-kartotek.

Vurder udfaldet af samtalen – var det negativt, positivt eller hverken/eller?



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)



Uddybning

Når du taler med kunden, skal du være opmærksom på:

- Tal med kunderne - ikke til dem
- Smil i telefonen - det kan høres, selvom det ikke kan ses
- Gestikuler - personlige signaler kan høres
- Vær begejstret - det smitter
- Vær høflig
- Lyt mere og tal mindre
- Få kunden til at føle sig i centrum
- Afslut altid samtalen i en positiv stemning - også selvom samtalen ikke gav en ny kunde.

Der findes også dårlige manerer i telefonen:

- At ryge og spise, mens du taler
- At udtale navnet forkert
- At bede kunden vente, fordi du skal finde noget
- Det er taktløst at rette en kunde
- Det er taktløst at være for familiær – sig ikke: 'Hej Erik, nu skal du bare høre...'
- Lad være med at fuldføre kundens sætning for ham
- Tal ikke i munden på kunden
- Det er tidsspilde at tale om dig selv.

Indvendinger og modargumenter:

Kunden kan komme med indvendinger til det, du fortæller under hele samtalen, men du må ikke opfatte dette personligt. Betragt det hellere som en spændende udfordring. Der er altid en årsag til disse indvendinger. Det er vigtigt for at kunne tale ordentligt med kunden, at du forstår den reelle årsag til indvendingen. Kender du den ikke, er det svært at komme med gode modargumenter. Hvad kan årsagerne til indvendinger være?:

- Kunden har ikke forstået dit budskab
- Kunden er usikker
- Du har informeret dårligt/for lidt
- Taktiske årsager
- Manglende kompetence til at træffe beslutning om køb.

Det er yderst vigtigt at turde imødegå disse indvendinger, som altid vil forekomme. Det kan ligefrem blive en sport at finde gode modargumenter. Indvendinger kan med succes imødegås ved at bruge denne effektive tretrins-fase:

- **Fase 1:** Gå med kunden (ja, du har ret i, at den er lidt dyrere, men...)
- **Fase 2:** Kom med en alternativ løsning til den indvending, kunden er kommet med (... men til gengæld er det...)
- **Fase 3:** Få accept for din løsning på indvendingen.

Hjemmeside og links

Hent inspiration i værktøjerne EFU-modellen og elevatortale.

Tips og tricks

Sørg for, at du ikke bliver forstyrret under samtalen.

Support

Virksomhedskonsulent
Jørgen Kroer
jko@vfl.dk / 8740 5108

DEC 13