



COLD CALLING H2H

# Od czego zacząć sprzedażową rozmowę telefoniczną z potencjalnym klientem, który w ogóle nas nie zna?

Obawy czy wręcz lęki związane z tym, od czego zacząć rozmowę telefoniczną (cold calling), są na pierwszym miejscu we wszystkich ankietach, jakie prowadzę przed szkoleniami z ludźmi sprzedaży.

**L**ęki te są wręcz mitologiczne, a jednocześnie tak stare, że niestety wielu ludzi uznało, że nic mądrego nie da się z tym zrobić. I nadal stosują teksty z lat 90., żywią nadzieję, że statystyka ich obroni (O zgrozo!).

Takie podejście ma potężne wady, a trzy najcięższe z nich to:

1. Potencjalni klienci mają złe zdanie po kontakcie telefonicznym z agentami ubezpieczeniowymi, a tym samym niechęć do niego, obawy przed nim i w jego trakcie.

2. Przez to (patrz pkt 1) pracę w ubezpieczeniach potencjalni agenci postrzegają jako trudną, niemiłą i nie garną się do niej.

3. A jeśli już próbują, to na krótko i dlatego w szeregach sił sprzedaży towarzystw ubezpieczeniowych jest duża rotacja.

**Czy zmiana początku rozmowy może tak wiele zmienić w branży?**

A jeśli powiem, że TAK, to czy wyłączysz ocenianie i z otwartym umysłem i ciekawością poczytasz dalej?

Czy jednak wolisz mieć rację, że się nie da, i pozostaniesz przy „świętej statystyce”?

Jednak ciekawość? Świetnie! Dziękuję.

A teraz do sedna, aby ową ciekawość podtrzymać.

W 97% przypadków (prowadzę dokładne zapiski podczas szkoleń) na początku rozmowy telefonicznej z potencjalnym klientem agenci/handlowcy zaczynają od szybkiego (błyskawicznego wręcz) wypowiedzenia swojego imienia i nazwiska, po czym wolniej i wyraźniej mówią nazwę firmy, a następnie (i tu zalatuje latami 90. lub bezdusznym telemarketingiem) mówią, co mają lub z czym dzwonią, licząc, że łaskawie kapryśna statystyka będzie tym razem po ich stronie.

Natomiast klient zniesmaczony kolejnym telefonem w tym samym stylu mówi: Nie, dziękuję!

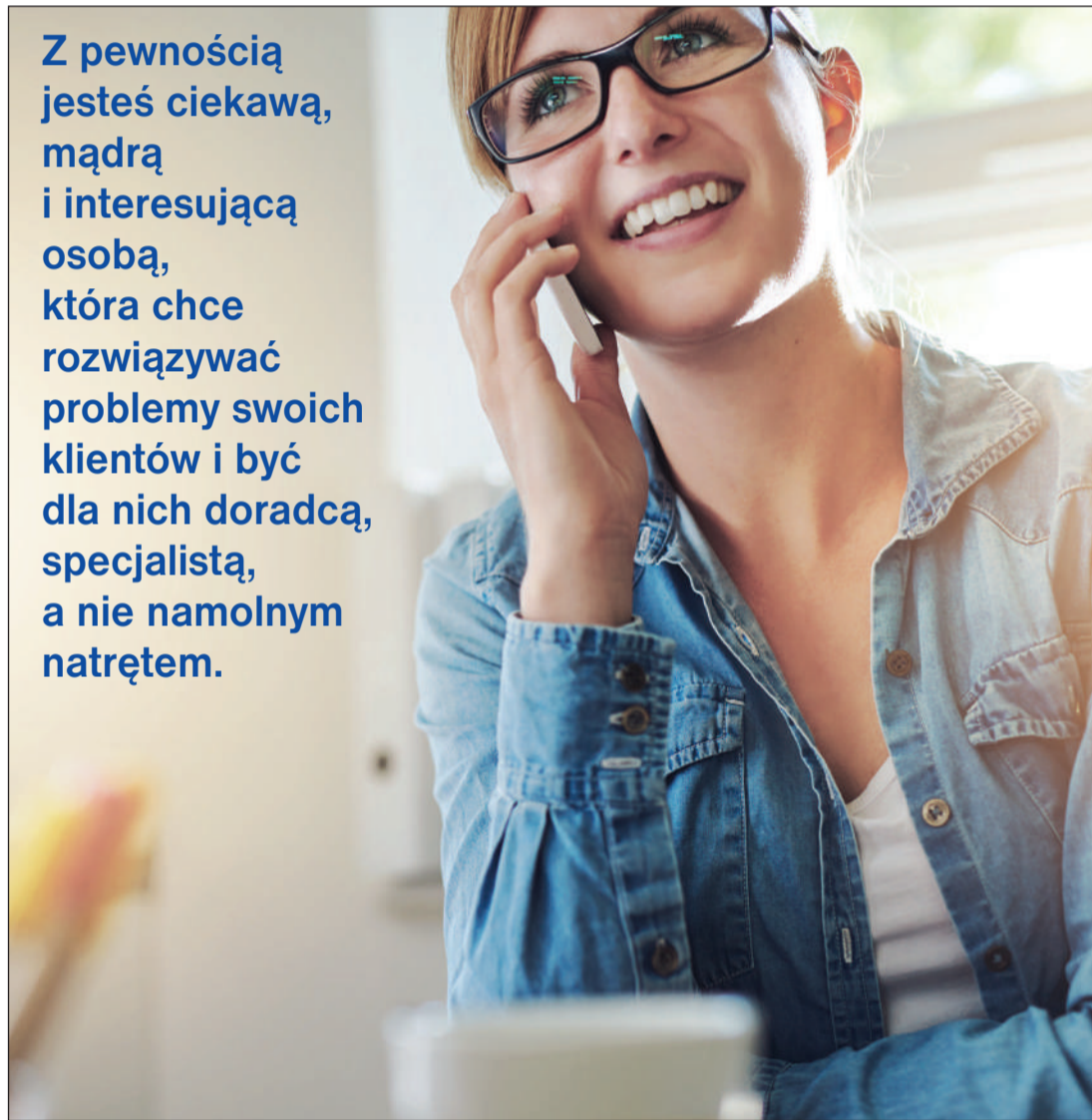
Ale za co? – chciałoby się zapytać, lecz to nie jest wina klienta, że dzwoniący do niego agent wyzwała u niego mechanizmy obronne.

Jak to zmienić?

Jak zacząć, aby chcieli słuchać i nie wrzucali cię do worka „telemarketer – Nie odbierać!”?

Od wielu lat w sprzedaży uparcie trwa sztuczny podział na sektor B2C (klienci indywidualni) i B2B (klienci biznesowi), ale na szczęście nie brakuje głosów rozsądku, które zamiast dzielić –

**Z pewnością jesteś ciekawą, mądrą i interesującą osobą, która chce rozwiązywać problemy swoich klientów i być dla nich doradcą, specjalistą, a nie namolnym natrętem.**



**łącza, określając jeden sektor H2H (człowiek z człowiekiem).**

Co oznacza, że zamiast skupiać się na firmie, w której pracujesz, skup się najpierw na sobie (przygotuj się przed rozmową i przedstaw się, celowo nie wymieniając nazwy firmy, z której dzwonicz), a następnie skup się na kliencie (o tym szczegółowo napiszę w następnym artykule).

**Zatem jak się dobrze przygotować do rozmowy, a następnie ciekawie przedstawić?**

Po pierwsze, odpowiedz sobie sumiennie na kilka pytań:

1. Komu i w czym pomogłaś/eś przez całe swoje życie? – napisz wszystko, co tylko przyjdzie ci do głowy. Możesz używać pełnych opisów całych historii lub skrótowych haseł.

2. Z kim ci się najlepiej rozmawia? – profesja, wiek, płeć, zainteresowania, miejsce zamieszkania etc.

3. Jakie problemy rozwiązujesz? – proszę cię, nie myl tego

z pytaniem: Co umiesz? Np. dobry dentysta NIE rozwiązuje problemu żółtych zębów. Dobry dentysta rozwiązuje problem braku akceptacji siebie i kompleksów związanych z żółtymi zębami.

Szkoląc zespoły sprzedażowe, NIE rozwiązuje problemów z cold callingiem. Szkoląc zespoły sprzedażowe, rozwiązuję problem niedotrzymanych obietnic (rodzinie – np. kasa na wakacje, czy szefowi – realizacja planów).

Masz to?

4. Jakie problemy rozwiązują twój produkt/usługa? – moje szkolenia rozwiązują problem lęku przed odrzuceniem. A twoje ubezpieczenie, jaki problem rozwiązuje?

Dzięki odpowiedziom na powyższe pytania czy zadania będziesz mieć szansę jeszcze lepiej poznać siebie i zrozumieć, że z pewnością jesteś ciekawą, mądrą i interesującą osobą, która chce rozwiązywać problemy swoich klientów i być dla nich doradcą, specjalistą, a nie namolnym natrętem.

**Kolejna korzyść z sumiennego przygotowania się do rozmowy pokazuje, że jeśli masz tyle ciekawych doświadczeń i możliwości, to z pewnością twoi potencjalni klienci także je mają. Bądź ich ciekaw.**

**Baw się procesem.** Zadzwoń do jakiegoś „straszego” klienta i powiedz:

Dzień dobry, nazywam się... i jestem pomocnym i ciekawskim agentem ubezpieczeniowym...

lub

Dzień dobry, nazywam się... i jedyne, co robię, to sprawiam, że moi klienci są dumnymi facekami...

lub

Dzień dobry, nazywam się... i jedyne, co robię, to sprawiam, że moje klientki czują się w pełni niezależne i bezpieczne...

**Zachęcam cię do testowania tyle razy, ile tylko chcesz.** Odrzuć zgrzybiałe, sztywne i wyświechtane teksty z lat 90. i „posmakuj” nietypowych, ciekawych i nietuzinkowych rozwiązań.

Zapewniam cię, że takie podejście, zamiast strachu przed dzwonieniem, będzie wyzwalać w tobie ciekawość: Kogo tym razem poznam? Jak mój rozmówca zareaguje na nowe przedstawienie się?

Oczywiście wiem, że ty też czujesz, że to ledwie ułamek pełnej strategii, dlatego serdecznie zapraszam cię na [www.AkademiaSkutecznegoSprzedawania.pl](http://www.AkademiaSkutecznegoSprzedawania.pl), gdzie płacąc 100 zł miesięcznie, będziesz mieć dostęp do 12 różnych szkoleń rocznie oraz do ekskluzywnych webinarów tylko dla uczestników, a także sesji cold callingu na żywo, które będą regularnie prowadzić.

Sprawdzisz?

**Karol Bartkowski** to praktyk cold callingu i sprzedaży. Mówi o sobie, że ociepla zimne telefony. Pomysłodawca i twórca koncepcji social callingu, czyli social selling + cold calling. Przedsiębiorca i trener – praktyk z kilkunastoletnim doświadczeniem, który nadal sprzedaje. Sprzedawca ze 100 000 000 zł sprzedaży własnej. Uznany ekspert na 43. miejscu na liście 100 najbardziej wpływowych social sellerów w Europie.

[www.KarolBartkowski.pl](http://www.KarolBartkowski.pl)

**LinkedIn**

[www.linkedin.com/in/karolbartkowski/](http://www.linkedin.com/in/karolbartkowski/)

**facebook**

[www.facebook.com/BartkowskiKarol/](http://www.facebook.com/BartkowskiKarol/)

**Karol Bartkowski**