

script первичного звонка

B1 ПОСТУПИЛО НОВОЕ ОБРАЩЕНИЕ: номер телефона + имя + #канал ([SMS] [Voice] [CRM]) **K**

B2 СКРИПТ ПРИСОЕДИНЕНИЯ **K**

СКРИПТ ПЕРВИЧНОГО ЗВОНКА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ | ПРОДАЖА ЭКСПЕРТНОСТИ **K**

MIN
Выявлены все глубинные потребности (необходимые для сужения выбора).
Можно подбирать и предлагать варианты!

MAX
Клиент хочет у тебя купить и выделяет тебя среди других менеджеров.

ПРОЯСНЕНИЕ НАМЕРЕНИЙ

MAX
Клиент готов обсудить альтернативные варианты.

ПОПЫТКА НАЗНАЧЕНИЯ ВСТРЕЧИ БЕЗ ПОДБОРКИ **K**

MIN
Клиент ждёт подборку и согласен обсудить её (сразу после получения).

MAX
Клиент согласен на встречу в офисе (без подборки).

MIN
Произведена попытка
X / Y

УДАЛЕННАЯ ПРОДАЖА

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ **Y**

MAX
ОФОРМЛЯЕМСЯ!

MIN
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ

НАЗНАЧАЕМ ВСТРЕЧУ ЧЕРЕЗ ПОДБОРКУ

MIN
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

MAX
Есть рабочий вариант

КОНТУР ДОЖИМА



3-4 контекстных звонка
если не берёт трубку - контекстные msg
звонок по скрипту "ПОСЛЕДНЕЙ НАДЕЖДЫ"

ОТВАЛ

Причина отказа внесена в CRM
напоминание: реактивация или blacklist

MIN

Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

MAX

ОФОРМЛЯЕМСЯ!

B3

СКРИПТ ВСТРЕЧИ

- Ⓢ о - выявление / довыявление потребностей
- Ⓢ о - прояснение намерений
- Ⓢ о - выбор турпродукта

\$ ДОГОВОР → ОПЛАТА → БРОНИРОВАНИЕ → ДОПЛАТА → ДОКУМЕНТЫ

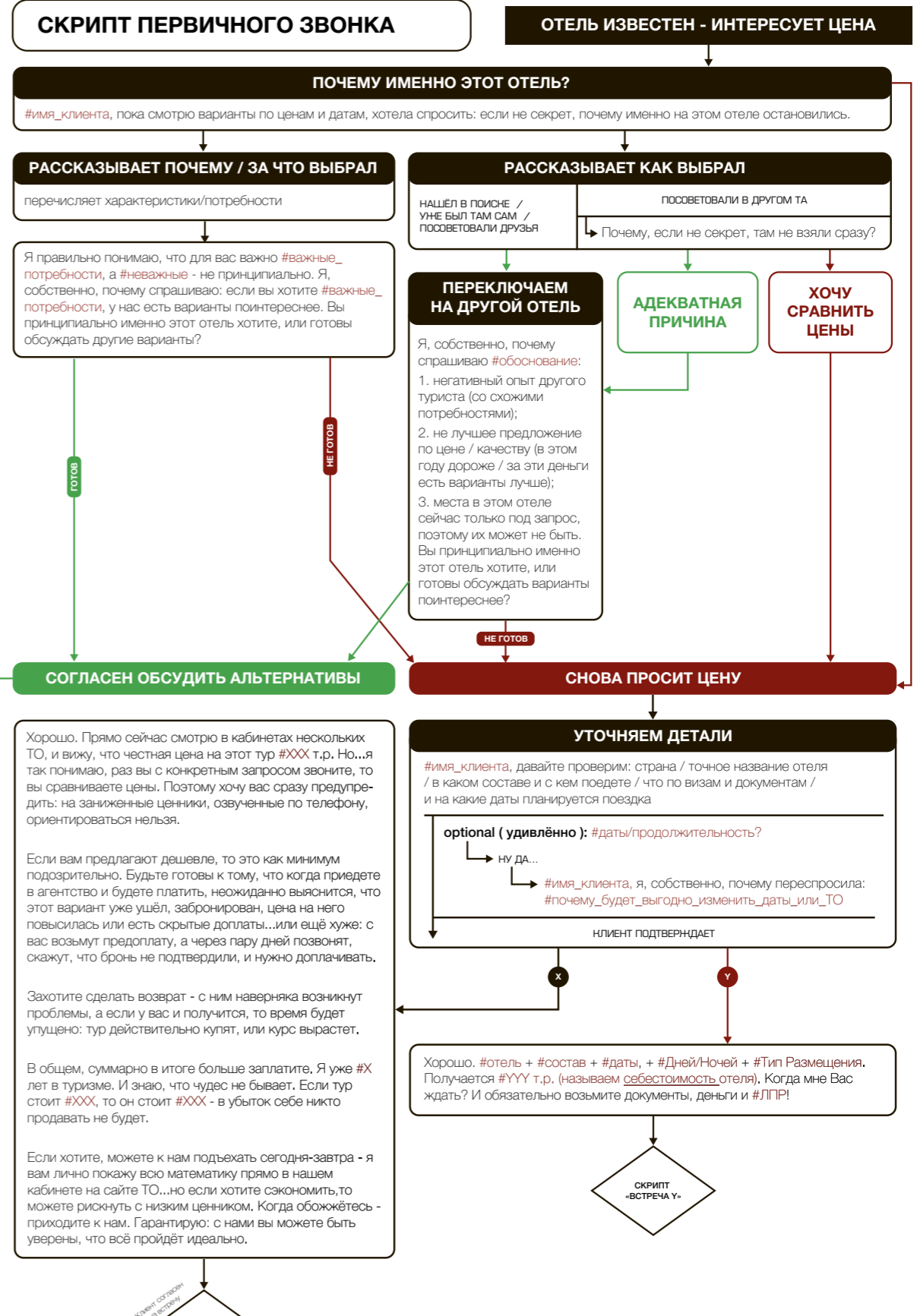
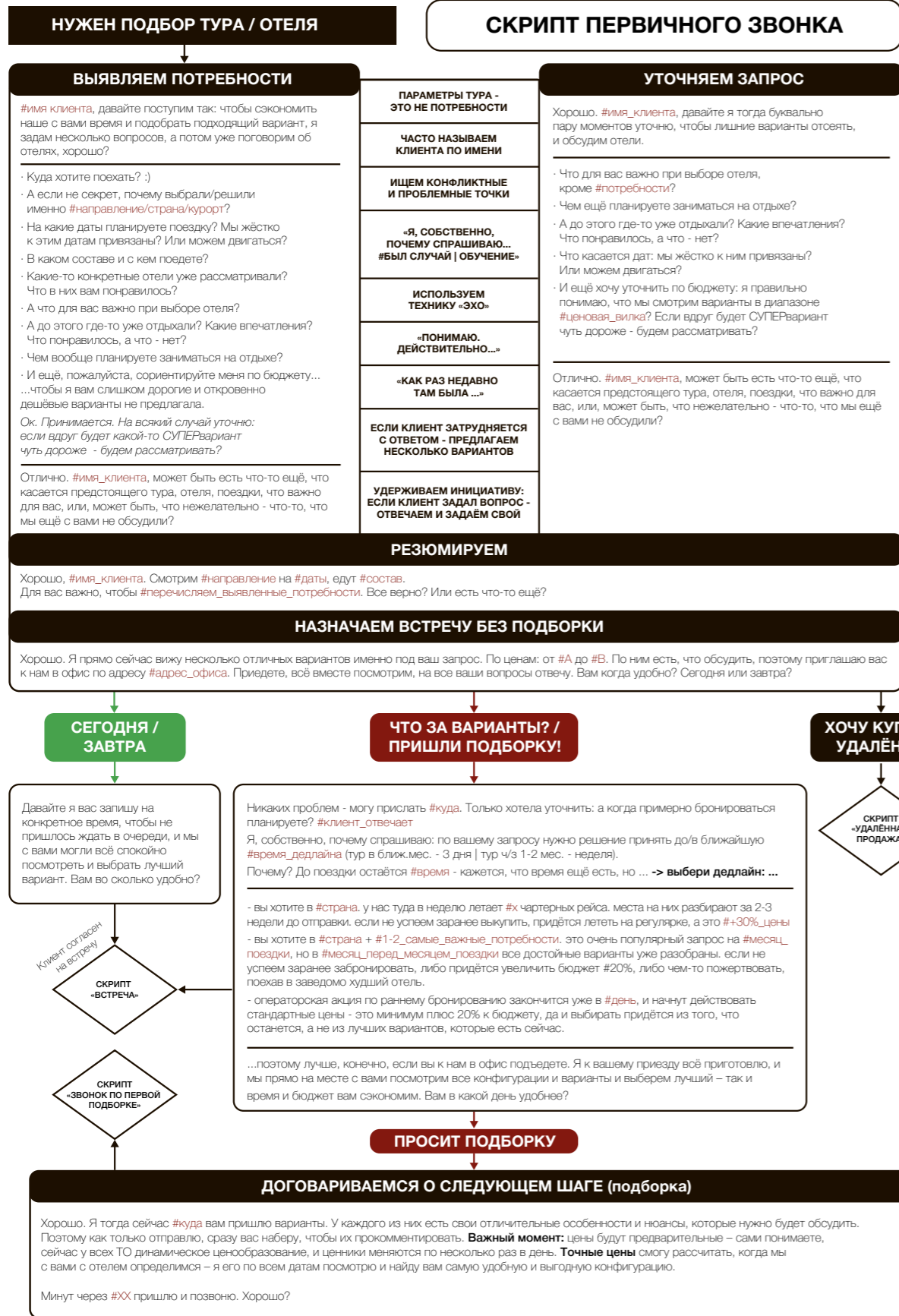
ПОСТПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

- пподо поездки ([SMS] [Voice] [CRM])
- ппово время ([SMS])
- ппопсле ([SMS] [Voice] [CRM])

Дата звонка по реактивации - в CRM

B - ТОЧКИ ВХОДА
K - КВАЛИФИКАЦИЯ КЛИЕНТА

script первичного звонка



script первичного звонка

**выявление потребностей
и продажа экспертизы**

**квалификация туриста с запросом,
в котором есть конкретный отель**

**договариваемся о
следующем шаге**

отработка со скидочниками

script первичного звонка:

выявление потребностей
и продажа экспертизы

B1 ПОСТУПИЛО НОВОЕ ОБРАЩЕНИЕ: номер телефона + имя + #канал (☒ ☑ CRM) **К**

B2 СКРИПТ ПРИСОЕДИНЕНИЯ **К**

СКРИПТ ПЕРВИЧНОГО ЗВОНКА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ | ПРОДАЖА ЭКСПЕРТНОСТИ **К**

MIN

Выявлены все глубинные потребности (необходимые для сужения выбора).
Можно подбирать и предлагать варианты!

MAX

Клиент хочет у тебя купить и выделяет тебя среди других менеджеров.

ПРОЯСНЕНИЕ НАМЕРЕНИЙ

MAX

Клиент готов обсудить альтернативные варианты.

ПОПЫТКА НАЗНАЧЕНИЯ ВСТРЕЧИ БЕЗ ПОДБОРКИ **К**

MIN

Клиент ждёт подборку и согласен обсудить её (сразу после получения).

MAX

Клиент согласен на встречу в офисе (без подборки).

MIN

Произведена попытка
X / Y

УДАЛЕННАЯ ПРОДАЖА

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ **Y**

MAX

ОФОРМЛЯЕМСЯ!

MIN

Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ

НАЗНАЧАЕМ ВСТРЕЧУ ЧЕРЕЗ ПОДБОРКУ

MIN

Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

MAX

Есть рабочий вариант

КОНТУР ДОЖИМА



3-4 контекстных звонка
если не берёт трубку - контекстные msg
звонок по скрипту "ПОСЛЕДНЕЙ НАДЕЖДЫ"

ОТВАЛ

Причина отказа внесена в CRM
напоминание: реактивация или blacklist

MIN

Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

MAX

ОФОРМЛЯЕМСЯ!

B3

СКРИПТ ВСТРЕЧИ

- Ⓢ о - выявление / довыявление потребностей
- Ⓢ о - прояснение намерений
- Ⓢ о - выбор турпродукта

\$ ДОГОВОР → ОПЛАТА → БРОНИРОВАНИЕ → ДОПЛАТА → ДОКУМЕНТЫ

ПОСТПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

- Ⓢ ппо до поездки (☒ ☑)
- Ⓢ ппо во время (☑)
- Ⓢ ппо после (☒ ☑)

Дата звонка по реактивации - в CRM

B - ТОЧКИ ВХОДА
К - КВАЛИФИКАЦИЯ КЛИЕНТА

**ПАРАМЕТРЫ тура — это не то,
из-за чего клиенты покупают**

НУЖЕН ПОДБОР ТУРА / ОТЕЛЯ

СКРИПТ ПЕРВИЧНОГО ЗВОНКА

ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ

#имя клиента, давайте поступим так: чтобы сэкономить наше с вами время и подобрать подходящий вариант, я задам несколько вопросов, а потом уже поговорим об отелях, хорошо?

- Куда хотите поехать? :)
- А если не секрет, почему выбрали/решили именно *#направление/страна/курорт*?
- На какие даты планируете поездку? Мы жёстко к этим датам привязаны? Или можем двигаться?
- В каком составе и с кем поедете?
- Какие-то конкретные отели уже рассматривали? Что в них вам понравилось?
- А что для вас важно при выборе отеля?
- А до этого где-то уже отдыхали? Какие впечатления? Что понравилось, а что - нет?
- Чем вообще планируете заниматься на отдыхе?
- И ещё, пожалуйста, сориентируйте меня по бюджету... ..чтобы я вам слишком дорогие и откровенно дешёвые варианты не предлагала.

Ок. Принимается. На всякий случай уточню: если вдруг будет какой-то СУПЕРвариант чуть дороже - будем рассматривать?

Отлично. *#имя клиента*, может быть есть что-то ещё, что касается предстоящего тура, отеля, поездки, что важно для вас, или, может быть, что нежелательно - что-то, что мы ещё с вами не обсудили?

ПАРАМЕТРЫ ТУРА -
ЭТО НЕ ПОТРЕБНОСТИ

ЧАСТО НАЗЫВАЕМ
КЛИЕНТА ПО ИМЕНИ

ИЩЕМ КОНФЛИКТНЫЕ
И ПРОБЛЕМНЫЕ ТОЧКИ

«Я, СОБСТВЕННО,
ПОЧЕМУ СПРАШИВАЮ...
#БЫЛ СЛУЧАЙ | ОБУЧЕНИЕ»

ИСПОЛЬЗУЕМ
ТЕХНИКУ «ЭХО»

«ПОНИМАЮ.
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО...»

«КАК РАЗ НЕДАВНО
ТАМ БЫЛА ...»

ЕСЛИ КЛИЕНТ ЗАТРУДНЯЕТСЯ
С ОТВЕТОМ - ПРЕДЛАГАЕМ
НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ

УДЕРЖИВАЕМ ИНИЦИАТИВУ:
ЕСЛИ КЛИЕНТ ЗАДАЛ ВОПРОС -
ОТВЕЧАЕМ И ЗАДАЁМ СВОЙ

УТОЧНЯЕМ ЗАПРОС

Хорошо. *#имя клиента*, давайте я тогда буквально пару моментов уточню, чтобы лишние варианты отсеять, и обсудим отели.

- Что для вас важно при выборе отеля, кроме *#потребности*?
- Чем ещё планируете заниматься на отдыхе?
- А до этого где-то уже отдыхали? Какие впечатления? Что понравилось, а что - нет?
- Что касается дат: мы жёстко к ним привязаны? Или можем двигаться?
- И ещё хочу уточнить по бюджету: я правильно понимаю, что мы смотрим варианты в диапазоне *#ценовая_вилка*? Если вдруг будет СУПЕРвариант чуть дороже - будем рассматривать?

Отлично. *#имя клиента*, может быть есть что-то ещё, что касается предстоящего тура, отеля, поездки, что важно для вас, или, может быть, что нежелательно - что-то, что мы ещё с вами не обсудили?

РЕЗЮМИРУЕМ

Хорошо, *#имя клиента*. Смотрим *#направление* на *#даты*, едут *#состав*.

Для вас важно, чтобы *#перечисляем_выявленные_потребности*. Все верно? Или есть что-то ещё?

карта клиента (временный вспомогательный документ)

ЛПР1:			⊗		@		
ЛПР2:			⊗		@		
Параметры тура							
Кто:	взрослые		Паспорта	Куда:			уже были
	Дети	лет	визы				
Даты:			точные	Бюджет:	от	до	
	альтернатив		возможные				
Ключевые зацепки							
Перелет:	прямой	стыков.	НВ	Располож.:	центр	пригород	НВ
	регуляр.	чартер	НВ	Море	I-я линия	в ___ метрах	НВ
	эконом	бизнес	НВ	Территория	маленькая	средняя	большая
трансфер	групп.	индив.	НВ				
Пляж:	собственный	общест.	НВ	Размещение:	*		
Песок	галечка	Пирс	НВ	Тип	бунгало	Коттедж	Апарта.
Заход	палогий	крутой	НВ	Номер	станд.	family	studio
Развлечения:		молодежный	спокойный	Питание и алкоголь:			
анимация	активная	спокойная	НВ	BB	НВ	F&B	All
дети	детский клуб	водные горки	дет. бассейн	Ua/I	детское меню	высокая кухня	вегетариан.
Сравнение отелей							
Все эти отели							
+				+			+
+				+			+
-				+			+
-				+			+
-				-			+
	нодмс		нодмс		нодмс		преимущество
Презентация отеля							
Зацепка	Характеристика тура		Для туриста это означает, что... (выгода)				



ПРАКТИКУМ: разбор 12 диалогов с туристами, в которых менеджер смог продать за счёт правильно заданных вопросов

зачем мы задаём туристу все эти вопросы ?

вопрос	цель
А если не секрет, почему выбрали / решили именно #направление / страна / курорт ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сделать так, чтобы турист начал «сам себе продавать» эту поездку / идею; 2. Понять истинную мотивацию туриста при выборе варианта отдыха / конфигурации тура.
На какие даты планируете поездку? Мы жёстко к этим датам привязаны? Или можем двигаться?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Получить козырь для смены отеля (если турист пришел с конкретным отелем / запросом); 2. Получить свободу для подбора наиболее выгодной и подходящей конфигурации тура; 3. Отстроиться от менеджеров других турагентств (которые подбирают 'в лоб'), показав клиенту иной (более профессиональный) подход и продемонстрировав экспертность.
Какие-то конкретные отели уже рассматривали? Что в них понравилось?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выяснить, обращался ли турист в другие агентства с этим запросом (до вас); 2. Найти «конфликтные точки», указать на них туристу, продемонстрировав таким образом экспертность (получить контроль над коммуникацией и влияние на то, как он принимает решение); 3. Понять истинную мотивацию туриста при выборе варианта отдыха / конфигурации тура.
А до этого уже где-то отдыхали? Какие впечатления? Что понравилось, а что - нет?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предварительная калибровка: оценка предполагаемого бюджета и 'категории' туриста; 2. Понять истинную мотивацию туриста при выборе варианта отдыха / конфигурации тура.
Чем вообще планируете заниматься на отдыхе / в путешествии ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Найти «конфликтные точки», указать на них туристу, продемонстрировав таким образом экспертность (получить контроль над коммуникацией и влияние на то, как он принимает решение); 2. Понять истинную мотивацию туриста при выборе варианта отдыха / конфигурации тура.
Вы принципиально именно это направление / отель / даты рассматриваете, или в случае, если мы найдём вариант получше, будете готовы его рассмотреть?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Получить свободу для подбора наиболее выгодной и подходящей конфигурации тура; 2. Понять истинную мотивацию туриста при выборе варианта отдыха / конфигурации тура.

«примеры использования полученной информации - см. в файле examples-neg»

думали, это все вопросы ? на самом деле, есть ещё... 😊

узнали, что понравилось в прошлых путешествиях:

а в этот раз хотите отдых подобного формата? или попробовать что-то новенькое ?

туристы с детьми: есть ли особые пожелания по питанию для детей? на всякий случай хочу уточнить: аллергии ни у кого нет? + отношение к анимации и детским клубам + выездные экскурсии в парки развлечений + аквапарк ...

туристы без детей: отели спокойные или тусовочные смотреть будем? 18+ или непринципально?

что, если **потребности - огого, а бюджет - пффф** ? 🙄

● неадекватно низкий бюджет

-> турист формулирует запрос

К сожалению, в таком бюджете того, что вы хотите, в данный момент просто нет. Вот как обстоят дела: **#раскадровка по бюджету и вариантам**...поэтому либо надо бюджет увеличить, либо можем посмотреть альтернативы.

-> **ok -> работаем ;)**

-> **да вы чё?! о_0**

Поняла. Давайте я тогда буду для вас цены мониторить – если произойдёт чудо, и появится какой-то горящий, отказной или супервыгодный тур – сразу вас наберу. Хорошо?

-> **ставим в CRM напоминание - позвонить ближе к датам поездки:**

либо: контекстный звонок «появился альтернативный отель / тур»

либо: #имя клиента, звоню сказать, что цены для вас мониторю, но, к сожалению, они только вверх идут. :(поэтому у нас с вами три варианта действий: либо надо даты поездки менять, либо бюджет увеличивать, либо можем посмотреть самое выгодное, что сейчас есть под ваш запрос – я для вас свежую подборку уже подготовила...



МЕНЕДЖЕР ВАЛЯ



МЕНЕДЖЕР ЕВА

ПОКАЗАТЕЛИ:

- длинный цикл сделки
- конверсия по новым: **1-3/10**
- конверсия по постоянным: **5-7/10**
- купят/не купят - зависит от туристов

- короткий цикл сделки
- конверсия по новым: **4+/10**
- конверсия по постоянным: **8+/10**
- купят/не купят - зависит от менеджера

КАК ВЫЯВЛЯЕТ ПРОТРЕБНОСТИ:

**ограничивается базовыми вопросами:
«кто? когда? куда? бюджет?»**

**выявляет глубинные потребности, досконально
разбираясь в запросе и демонстрируя экспертность**

К ЧЕМУ ЭТО В ИТОГЕ ПРИВОДИТ:

- турист не видит разницы между Валей и другими МППТ
- и воспринимает её, как прокладку между ним и ТО
- в подборку могут попасть неподходящие отели
- Валя не может презентовать варианты через призму потребностей туриста и не может нормально отработать с возражениями

- турист видит, что Ева - не такая, как другие турменеджеры
- он доверяет ей и прислушивается к её мнению, потому что она продемонстрировала ему свою экспертность
- отели в подборках - на 100% подходящие (всегда)
- Ева знает, какими словами следует презентовать отели и отрабатывать с возражениями

script первичного звонка

**выявление потребностей
и продажа экспертизы**



**квалификация туриста с запросом,
в котором есть конкретный отель**

**договариваемся о
следующем шаге**

отработка со скидочниками