работа с возражениями по телефону

КЛИЕНТ КУПИТ, КОГДА ПОЛУЧИТ ОТВЕТЫ:

ПРОМЕДЛЕНИЕ

- ok...приеду, но потом
- будем ждать горящие
- подождём падения курса

(чаще всего - в форме П&П)

DEADLINE

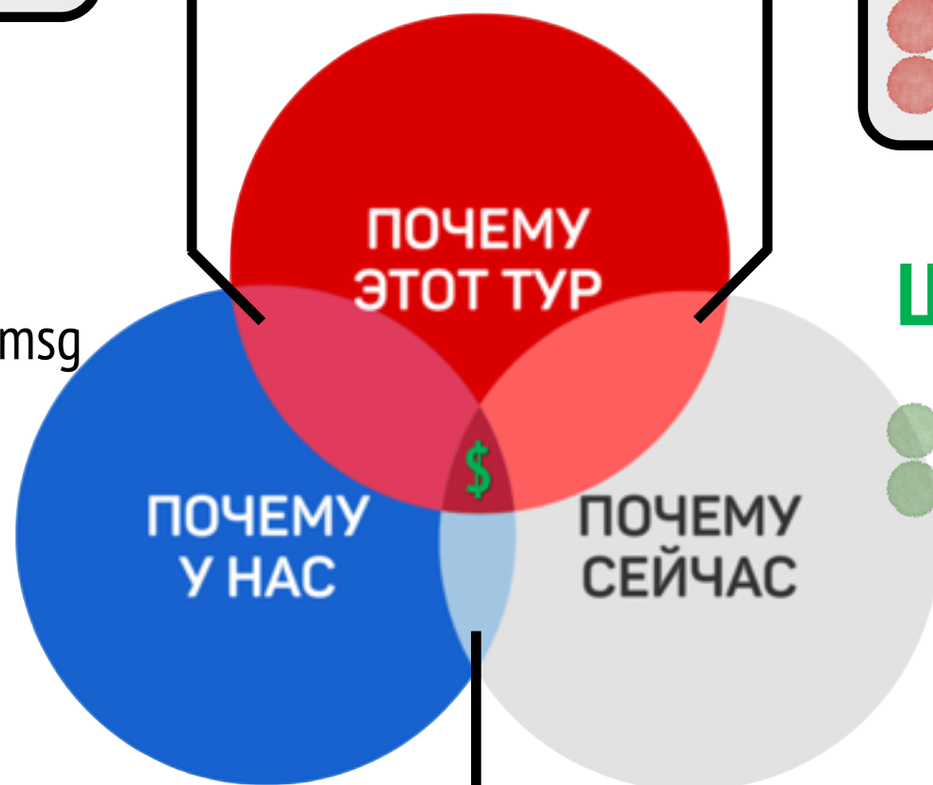
- в первичном звонке
- в звонке по подборке
- в контекстных звонках и msg

ЦЕНА -> ТОРГ / СКИДКА

- а какую скидку дадите?
- мы ещё пойдём-посмотрим...
- но в другом агентстве дешевле...
- я уже выбрал отель...сколько стоит?
- хочу узнать цену в другом агентстве!
- почему я должен купить именно у вас?

ДЕМОНСТРАЦИЯ ЦЕННОСТИ и ЭКСПЕРТНОСТИ

- ищем конфликтные точки в запросе
- показываем разницу между нами и др. ТА



ВСЁ ‘НЕ ТО’

- а давайте ещё посмотрим...
- хочу почитать отзывы в инете!
- можете ещё прислать варианты?

ПОМОЩЬ В ВЫБОРЕ

- глубоко выявляем потребности
- презентуем отели через ‘хотелки’
- сужаем выбор и помогаем решиться

последовательность изучения ответов на возражения:

самые часто встречающиеся / самые простые:

0 - «Мне в это время / день неудобно | я не смогу...»
1 - «Надо подумать...»
2 - «Я вам сам перезвоню»
3 - «Надо посоветоваться...» + скрипт «Звонок ЛПР»
4 - «А давайте ещё посмотрим / пришлите ещё варианты!»
5 - «Что за предварительные цены? Хочу итоговые!»
6 - «Я всё понял. Скажите цену 'на сейчас'!»
7 - «Не ориентируюсь в ценах. Просто скажите, что есть?! a.k.a. «почём Турция?!»

всё, что связано с ценой / торгом / скидками:

>> скрипт X (фрагмент скрипта ПЗ)
>> скрипт Обоснования (tel)

8 - «Дорого...»
9 - «А какую скидку дадите?»
10 - «В другом агентстве дешевле...»
11 - «Я выбрал отель...сколько стоит?!»
12 - «Хочу узнать цену в другом агентстве...»

всё, что связано с откладыванием и сомнениями:

13 - «Ок. Приеду, но потом...»
14 - «А чего ехать? Денег еще нет...»
15 - «Хочу почитать отзывы в интернете...»
16 - «Будем ждать горящие / супервариант»
17 - «Почему я должен купить именно у вас?..»
18 - «А вы сами были в этом направлении/отеле..?»

19 - Предпоследний «дожим» на встречу [после 3'х неудачных попыток]

«я вам сам перезвоню...»

хорошо. звоните. только на всякий случай уточню: если вдруг появится какой-то супервариант, или цена сильно изменится, или места в самолётах начнут заканчиваться - могу вас набрать ?

МЕНЕДЖЕР ВАЛЯ	МЕНЕДЖЕР ЕВА

ПОКАЗАТЕЛИ:

длинный цикл сделки	короткий цикл сделки
конверсия по новым: **1-3/10**	конверсия по новым: **4+/10**
конверсия по постоянным: **5-7/10**	конверсия по постоянным: **8+/10**
купят/не купят - зависит от туристов	купят/не купят - зависит от менеджера

КАК РАБОТАЕТ С СОМНЕНИЯМИ И ВОЗРАЖЕНИЯМИ:

боится возражений, поэтому старается их избегать, а когда встречает - игнорирует, оставляя туриста с ними наедине (или неуверенно 'креативит на ходу')	**знает, что сомнения и возражения - это ok, имеет 'заранее отработанный' ответ на все типовые и помогает туристу их преодолеть**

К ЧЕМУ ЭТО В ИТОГЕ ПРИВОДИТ:

Валя откровенно боится возражений, поэтому она всячески старается их избегать - во всех точках коммуникации, где они могут возникнуть, она обычно самоустраняется	для Евы турист, высказывающий сомнения / возражения - это одновременно 'сигнал' (что-то я до этого момента в коммуникации сделала не так) и 'вызов' (хорошо, что он мне это сказал - сейчас мы вместе это преодолеем)
а когда возражение всё же 'настигает' Валю, она либо предлагает туристу 'самому всё решить', либо несёт в ответ откровенную чушь	если турист ведёт себя нагло и 'заходит на территорию Евы', она уверенно (и элегантно) 'ставит его на место', потому что ценит себя и знает себе цену
в итоге, туристы Вали часто остаются наедине со своими страхами / сомнениями/ возражениями, не чувствует поддержки...и реже бронируются	Ева никогда не оставляет сомнения и возражения своих туристов без ответа, поэтому они чаще у неё покупают и ценят её поддержку