

Miniguida Vendite Business

VENDITORI CHE TELEFONANO BENE

Per i Venditori Business

Dieci comportamenti e tecniche che incidono in modo diretto sui risultati di una attività di contatto della clientela attraverso mezzi «remoti» fra cui il telefono.

Per i Sales Manager

Dieci strategie per pianificare e monitorare l'effettiva conduzione di una efficace strategia di sviluppo delle vendite attraverso l'uso intensivo del telefono.

1

Il telefono per lo sviluppo di clienti «business» è un mezzo, non un fine. Non occorrere sceglierlo in modo esclusivo o definitivo: va integrato

Per i Venditori Business

Mantenete sempre visibile una chiara segmentazione fra i vari tipi di cliente che meritano o richiedono un contatto telefonico.

Per i Sales Manager

Analizzate il portafoglio clienti in base a risultati e potenziale di crescita, evidenziando i vari mezzi di contatto – incluso il telefono –, frequenza, occasioni.

2

L'unico modo per superare le
«segreterie-filtro» è diventare loro
alleati, rendendo più facile e gradevole
la loro vita

Per i Venditori Business

Investite tempo nella conoscenza delle persone che presso il cliente sono preposte a selezionare i contatti telefonici. Ricordate e usate il loro nome.

Per i Sales Manager

Un CRM utile al personale che sempre più lavora in remoto anche su clienti importanti deve proporre strumenti dedicati a gestire anche queste figure.

3

Integrare i vari mezzi a disposizione per ottenere i massimi risultati dal loro utilizzo. Telefono, ma anche email, carta, videochat, faccia a faccia

Per i Venditori Business

Ogni contatto telefonico di un qualche rilievo dovrebbe essere accompagnato o seguito da altri messaggi, scritti e non – spesso anche cartacei –: il mix emerge!

Per i Sales Manager

Definite degli standard di uso del tempo, e programmi formativi adeguati, per consentire alle persone di dare seguito alla loro azione telefonica.

4 Per ottimizzare le attività di comunicazione con i clienti si sfruttano al massimo tutte le occasioni di contatto, anche segreterie telefoniche

Per i Venditori Business

Quando arrivate ad un messaggio di assenza avete già investito gran parte del tempo/contatto: fate un «ultimo metro» con un buon messaggio in segreteria.

Per i Sales Manager

Preparate una serie di temi per i messaggi in segreteria, sia in termini di value proposition che stimoli alla richiamata del cliente. Su questo allenare le persone.

5

Il marketing e la vendita sono «scienze sperimentali»: vanno continuamente arricchite da tante esperienze pratiche e test

Per i Venditori Business

Condividete con colleghi e supervisor le esperienze differenti dal solito. Ad esempio l'osservazione particolare di un cliente, su un tema mai trattato.

Per i Sales Manager

Predisponete il sistematico arricchimento di argomenti e modalità di approccio, attraverso la raccolta di quanto emerge dai contatti, e organizzate test rigorosi.

6

Come in ogni attività di comunicazione, anche per la vendita in remoto l'aspetto relazionale, personale, psicologico è fondamentale

Per i Venditori Business

Cercate la persona dietro alla voce che parla e/o scrive. Scambiate espressioni di emozione, ascoltate le reazioni, scegliete temi che emozionino e coinvolgano.

Per i Sales Manager

Sensibilizzate i vostri inside sales all'aspetto relazionale e psicologico. Condividete con loro una serie di profili tipici di cliente e/o di temi di avvicinamento empatico.

7

Chi opera nel contatto con i clienti osserva cambiamenti nei ritmi giornalieri e settimanali, in funzione di tecnologia, clima economico, e altro

Per i Venditori Business

Se non già proposto dalla vostra organizzazione, definite un vostro calendario di attività giornaliere e settimanali piuttosto stabile. Testate vari orari e giorni.

Per i Sales Manager

Definite e monitorate regolarmente delle metriche per valutare in quali giorni ed ore della settimana i contatti siano abbondanti e proficui. Aggiornate spesso.

8

In una attività di promozione e vendita remota, le attività collaterali rispetto al telefono possono diventare predominanti. Vanno «efficientate»!

Per i Venditori Business

Predisponete una serie di moduli standard di comunicazione scritta per tipo di interlocutore, occasione di comunicazione, argomento.

Per i Sales Manager

Definite un processo di aggiornamento di «script» più efficienti (solo per messaggi scritti). Formate le persone a un editing intelligente degli stessi.

9

Gli output di una telefonata o la risposta ad una email sono vari: prosecuzione nel contatto, segnalazione di esigenze, referral

Per i Venditori Business

Preparatevi a ricercare output aggiuntivi ad ogni stadio del contatto telefonico. Ogni estensione è utile: se risponde bene, rilanciate un tema in più.

Per i Sales Manager

Proponete sequenze progressive di temi da trattare nei contatti. Osservate e misurate i venditori che le gestiscono. Date feed back individuale.

10

Il lavoro di contatto può condurre a vicoli ciechi. Alleniamoci a riconoscerli: interlocutori non rilevanti, consulenze gratuite,...

Per i Venditori Business

Mantenete sempre chiaro l'obiettivo dei vostri contatti, in termini misurabili e tempificati, e chiedete agli interlocutori risposte che rivelino intenzioni e vincoli.

Per i Sales Manager

Osservate i parametri del team e scoprite i venditori che investono tempo con pochi contatti non produttivi. Proponete un cambio di strategia-contatto.

Questa MiniGuida “Venditori che telefonano bene” è una delle occasioni che dedichiamo ai Manager commerciali-vendite-marketing per produrre insieme a loro un momento di confronto fra le esperienze delle Aziende di maggiore successo.

Queste attività ci consentono di rimanere fra le più efficaci Società attive nella formazione e sviluppo delle prestazioni delle persone che operano dell’area vendite, account management, servizio clienti.