

Пять причин почему холодный обзвон не работает

Анатолий Фролов, Founder «Скриптогенератор»

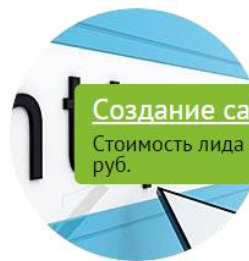
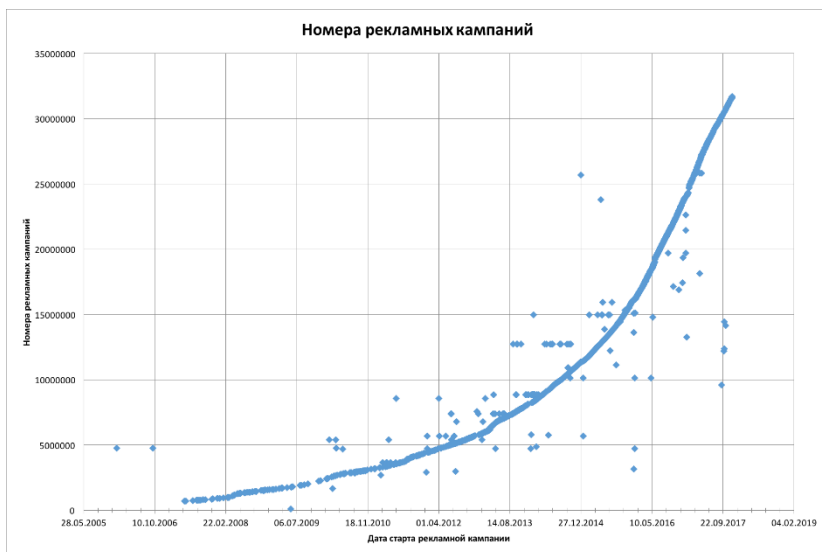
— Познакомимся



Анатолий Фролов

- ✓ Основатель сервиса для создания скриптов продаж [Scriptogenerator.ru](https://scriptogenerator.ru)
- ✓ Руководитель агентства по разработке скриптов продаж frolovsript.ru
- ✓ В продажах около 10 лет, продавал в холодную, в теплую и на встречах
- ✓ Лично разработал более 300 скриптов продаж
- ✓ Лично обучил более 1000 менеджеров по продажам
- ✓ Среди клиентов Банк Восточный, Freedom Finance, Фабрика Окон, Cargo Line, Завод Заря и др.

Маркетинг дорожает



Создание сайтов

Стоимость лида от: 1050 руб.

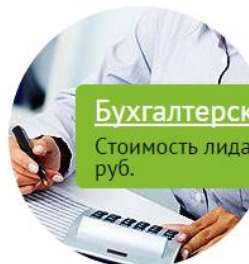
Сейчас: 1400 руб.



Пластиковые пакеты с логотипом

Стоимость лида от: 800 руб.

Сейчас: 1100 руб.



Бухгалтерские услуги

Стоимость лида от: 2200 руб.

Сейчас: 2900 руб.



Видеопродакш (клипы, проморолики)

Стоимость лида от: 1050 руб.

Сейчас: 1400 руб.

Холодные звонки:

Колл-менеджер (работает удаленно из регионов) + связь = 20.000 руб. + 5.000 руб. = 25.000 руб.

2.000 звонков в месяц

10% средняя конверсия из холодного звонка в интерес (лид)

200 лидов в месяц

$25.000 / 200 = 125$ рублей за 1 лид ($Cv_1 = 10\%$)

$25.000 / 100 = 250$ рублей за 1 лид ($Cv_1 = 5\%$)

Холодные звонки – миф или реальность?

Виктор Москалев Директор по маркетингу, Москва 23 мая 2018, 08:54
+1922
Холодные звонки не работают. Работали раньше, много лет назад, когда они были довольно редкими. Сейчас все устали от спама. Прибегая к холодному звонку, вы ухудшаете свои позиции по отношению к той компании, с которой собираетесь установить отношения.

Александр Воротовов Директор по развитию, Москва 23 мая 2018, 10:21
+490
Виктор Москалев пишет:
Сейчас все устали от спама.

Вот это действительно ответ на всю проблему.

Холодные звонки, e-mail рассылка, активные промоутеры... Сейчас это воспринимается большинством как негатив. И говорит о том, что Вам пытаются что-то впарить или у компании настолько плохи дела, что не брезгают уже ничем.

Понятно, что бывает, что звезды сошлись, такт биения сердца - и появился заинтересовавшийся. Но при этом для других масса неудобств и негатива.

Наталья Чехлатова Аналитик, Новосибирск 23 мая 2018, 13:08
+278
Присоединяюсь, холодный звонок в крупную компанию это уже не прилично, при таком обилии информации, при тренде на прозрачность бизнеса, холодный звонок говорит о не заинтересованности в сотрудничестве именно с этим клиентом, либо о пофигизме звонящего, что делает сотрудничество не привлекательным.

VS

Артём ASTM
был(-а) сегодня в 13:54

Артём, а какой % клиентов у тебя именно с холодных звонков? 12:21 ✓

прошлый год - почти все 12:22

90 процентов 12:22

А сколько всего клиентов с холодных звонков? 12:23 ✓

Примерно, число 12:24 ✓

за 2,5 года не знаю, 150 наверное 12:24

и это почти все с холодных продаж, я первые 2 года вообще не занимался ни партнеркой ни рекламой 12:25

только холодные продажи и рекомендации + личные связи но я это не считаю 12:25

Хорошо. Я могу твой кейс на вебинаре показать, что холодные звонки работают? 12:26 ✓

Илья Гродницкий
online

Анатолий 11:59
Илья, привет. Готовлю вебинар на тему холодных продаж и провожу исследование. Скажи, какой % клиентов у вас именно с холодных звонков? (ред.)

Илья 12:43
Привет
Не замерял
Около 95
Все привлечение с холодных звонков по сути

Анатолий 12:43
Круто! А сколько всего клиентов?

Илья 12:43
800+

Анатолий 12:44
Класс! Я могу твой кейс на вебинаре показать, что холодные звонки работают?)

только сообщения выше

Илья 12:44
Да, конечно.

Анатолий Чакаръ
был в сети 47 минут назад

Анатолий 11:41
Какой % клиентов у вас именно с холодных звонков?

Анатолий 11:42
До [] я, процентов 80. Мы еще входящий трафик даже не качали толком

Анатолий 11:43
а сколько у вас всего клиентов? (ред.)

Анатолий 11:44
800 примерно

— Холодные звонки – миф или реальность?

Холодные звонки работают!

...

Надо просто уметь ими пользоваться!

Трёхстадийный отдел продаж



Лиды



Клиенты



Оператор
«Call-менеджер»

Скрипт холодного звонка

Менеджер продаж
«Эксперт»

Скрипт работы по заявке

Ведение клиентов
«Аккаунт»

Скрипт допродажи

Составляющие холодного обзвона



- Колл-менеджер
- Гарнитура
- Компьютер



База организаций по России в формате Excel

CRM



Scriptogenerator

Скрипт

Составляющие холодного обзвона



- Колл-менеджер
- Гарнитура
- Компьютер



База организаций по России в формате Excel

CRM



Scriptogenerator

Скрипт

Составляющие холодного обзвона



- Колл-менеджер
- Гарнитура
- Компьютер



База организаций по России в формате Excel

CRM



Scriptogenerator

Скрипт

- Основной элемент холодных продаж

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта

2. ...

3. ...

4. ...

5. ...

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта

- Неумение работать по скрипту
- Выход из зоны комфорта
- Скрипт требует настойчивости

Что
делать?

- **Прослушивать аудиозаписей** – Контролировать соблюдение скрипта
- **Проведение планёрки** – Обучать сотрудников

5 причин отсутствия результата ХОЛОДНОГО ЗВОНКА

1. Несоблюдение скрипта

2. Малое количество звонков

- 200 звонков в месяц
- 10 звонков день

Как
надо?

- 2.000 звонков в месяц
- 100 звонков день – 12 звонков в час
- 1 звонок 1-1,5 минуты
- 15 минут в час звонит

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов
 - Несуществующие телефонные номера
 - Малое количество целевых в базе
 - Неправильный сегмент

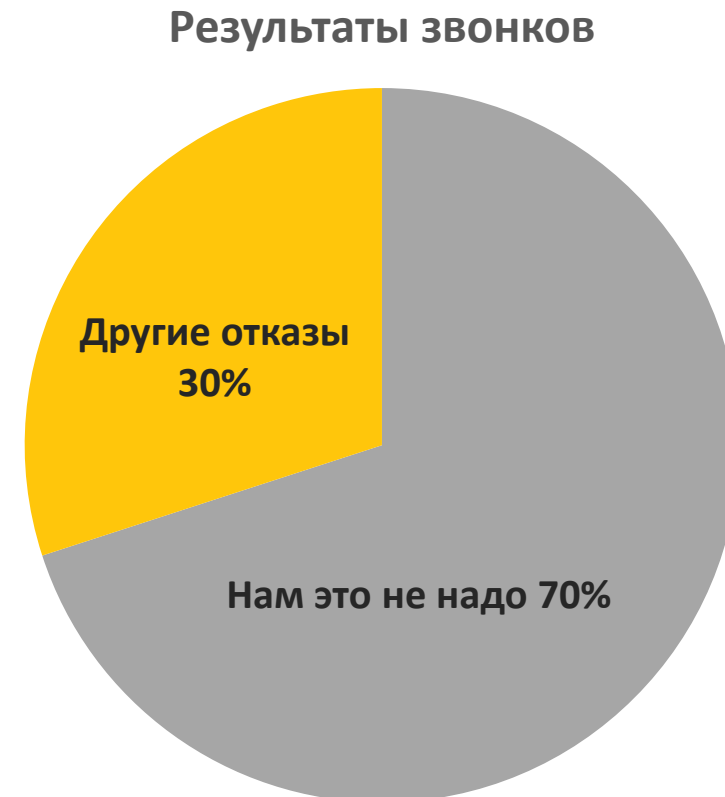
5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов
 - Несуществующие телефонные номера
 - Малое количество целевых в базе
 - Неправильный сегмент



5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов
 - Несуществующие телефонные номера
 - Малое количество целевых в базе
 - Неправильный сегмент



5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков

3. Плохая база потенциальный клиентов

- Несуществующие телефонные номера
- Малое количество целевых в базе
- **Неправильный сегмент**
 - Портрет клиента
 - Ограничения на целевой сегмент

IT-аутсорсинг, администрирование

1. Портрет клиента
 - Количество компьютеров
2. Ограничения на целевой сегмент
 - Количество компьютеров > 50 или < 10 и > 50

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков

3. Плохая база потенциальный клиентов

- Несуществующие телефонные номера
- Малое количество целевых в базе
- **Неправильный сегмент**
 - Портрет клиента
 - Ограничения на целевой сегмент

Страховая компания, продающий ДМС

1. Портрет клиента
 - Количество сотрудников
2. Ограничения на целевой сегмент
 - Количество сотрудников > 50

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов
4. Низкая настойчивость
 - Малое количество звонков на одного клиента
 - Сотрудник звонит избирательно
(в одни компании звонит, в другие не звонит)

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов

4. Низкая настойчивость

- Малое количество звонков на одного клиента
- Сотрудник звонит избирательно
(в одни компании звонит, в другие не звонит)

Поставили задачу менеджеру на обзвон 500 потенциальных клиентов

Смотрим через две недели:

Сделано 1000 звонков! По нормативу интенсивности - **ОТЛИЧНО!**

Два варианта обзвона:

1. 1000 звонков - по 2 звонка каждому клиенту из 500 - **ПЛОХО!!!**
2. Выбрал 100 клиентов - по 10 звонков каждому - **ХОРОШО!!!**

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов

4. Низкая настойчивость

- Малое количество звонков на одного клиента
 - Сотрудник звонит избирательно
(в одни компании звонит, в другие не звонит)
1. Не звонит в крупные компании - боится
 2. Не звонит в мелкие - считает бесперспективными
 3. Не настойчив - если говорят «Не интересно» - кладёт трубку

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов
4. Низкая настойчивость
5. Скрипт не работает

5 причин отсутствия результата холодного звонка

1. Несоблюдение скрипта
2. Малое количество звонков
3. Плохая база потенциальный клиентов
4. Низкая настойчивость
5. Скрипт не работает
 - Неправильно оформлен
 - Нет обхода секретаря
 - Нет уникального торгового предложения (УТП) и внеконкурентного преимущества (ВКП) для ЛПР
 - Нет работы с возражениями секретаря и ЛПР

5 причин отсутствия результата холодного звонка

Что делать, чтобы скрипт «работал»?

1. Оформляем скрипт правильно

The screenshot displays the Scriptgenerator interface for editing a script. The top navigation bar includes options like 'Скрипты', 'Заказать скрипт', 'Тариф и оплата', 'Обучение', and 'Сценарии'. The main content area is divided into three sections: 'Начало разговора', 'Завершение разговора', and a central script editor. The script editor contains a client's question and a manager's response. A list of client questions and objections is shown on the right. Annotations in yellow callouts highlight specific parts of the script and the list.

Фраза клиента

Начало разговора

- Начало разговора с секретарём
- Соединяю
- Я слушаю / Со мной

Завершение разговора

- Встреча / Звонок специалиста

Работаем с другими

Скажите, а с кем Вы сотрудничаете сейчас? (*записать*)

Вариант 1: «Имя ЛПР», опыт показывает, что 70 % компаний вашего уровня работают с двумя-тремя поставщиками. Это дает возможность большего выбора, снижает риски и позволяет играть условиями — это выгодно. Я предлагаю встретиться/пообщаться с нашим специалистом, и обсудить условия сотрудничества. Скажите, в понедельник в 10 утра Вас устроит? (*или называет другое время, записать*)

Ответная фраза менеджера

Блок следующих фраз и возражений клиента

Вопросы ЛПР

- Что вы предлагаете / Подробнее
- Не слышали о вас / Подробнее о компании
- Ваши преимущества / Чем вы лучше других
- Зачем мне это надо / Выгоды
- Сколько стоит?
- Тендер / Аукцион / Торги
- Решает головная организация
- Уже работаем с вами

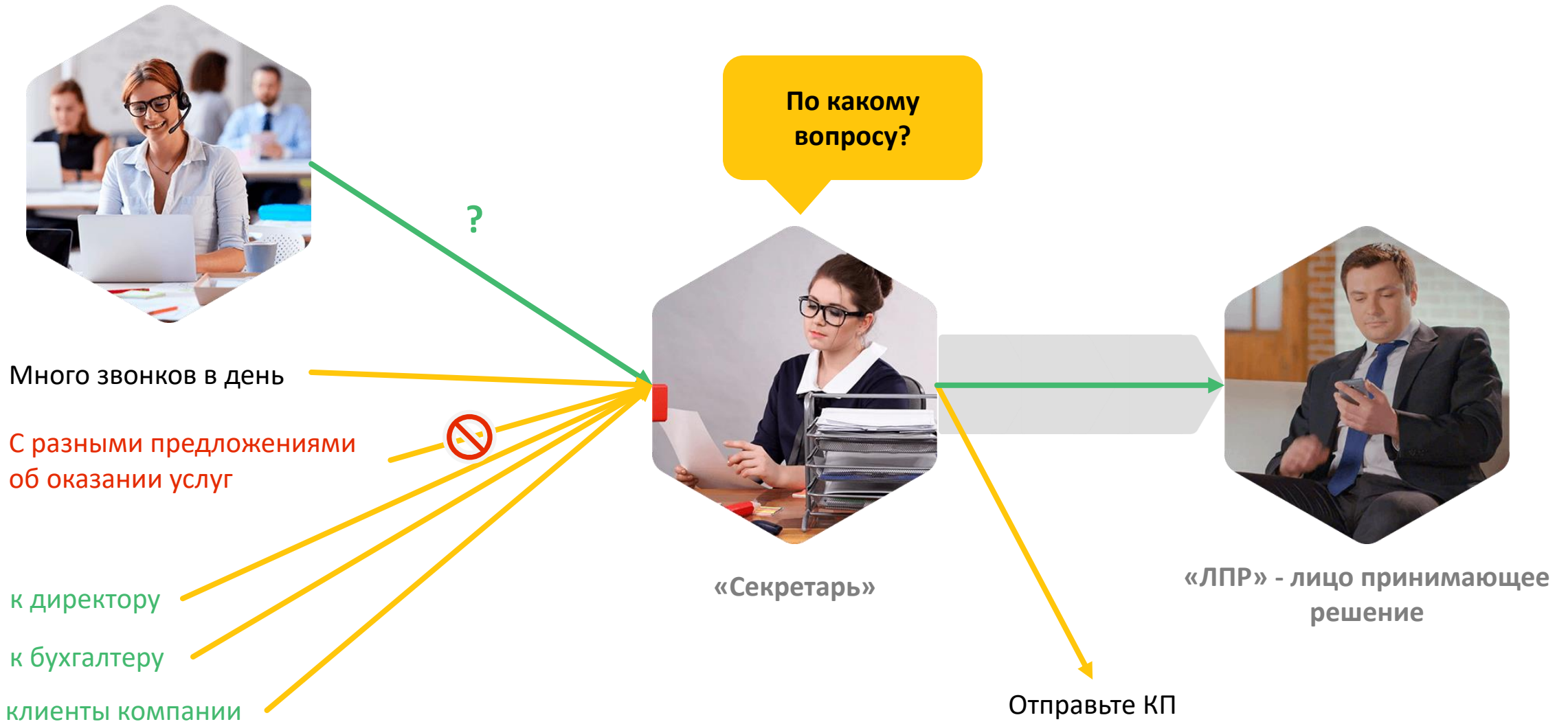
Возражения ЛПР

- Нам ничего не надо / Отказ
- Пришлите КП, факс, e-mail
- Работаем с другими
- Делаем сами / Свой специалист
- У нас нет денег / Нет бюджета
- Дорого / Предложили дешевле
- Мы вам не интересны / Маленькая компания
- Ваш товар (услуга) не подходит
- Ошибочный ЛПР / ЛПР нет на месте

— Бонус

1.000 рублей баланс сервиса
промокод: inside

2. Прописываем обход секретаря

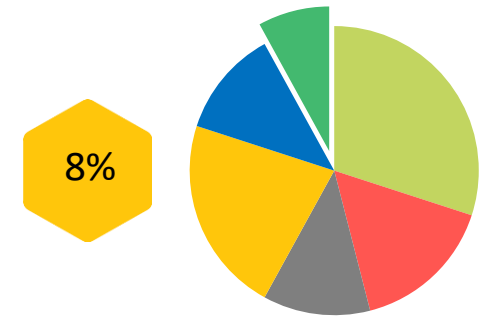


3. Придумываем УТП и ВКП

Сравните 2 подхода: оптовик косметики звонит в салоны красоты.

Вариант 1: Добрый день, мы предлагаем вам приобрести наш бренд косметики, пробная партия всего 15 000 рублей, предоплата 100%. Косметика очень качественная и недорогая. Вам это интересно?

- Спасибо, у нас уже есть, до свидания... (пи-пи-пи)



3. Придумываем УТП и ВКП

Сравните 2 подхода: оптовик косметики звонит в салоны красоты.

Вариант 2: Добрый день! У нас есть клиенты для вашего салона красоты.

С кем могу поговорить по поводу передачи этих клиентов? *(дать ответить)*

- Со мной, я директор

Отлично! Как вас зовут? *(дать ответить)*

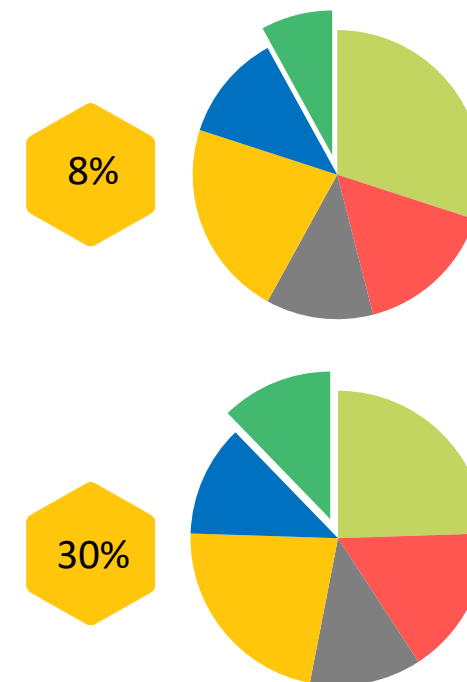
«Имя ЛПР», я представляю бренд косметики, на который подписаны более 300.000 человек в Москве, в «*таких то*» районах. Если он появится в вашем салоне, то наши клиенты на него к вам придут, а если это будет не так, то мы готовы сделать обратный выкуп товара.

Вы же продаете косметику? *(дать ответить)*

- Да, продаем!

Отлично! Завтра в 10 утра вы будете в салоне, чтобы мы подъехали и привезли образцы? *(дать ответить)*

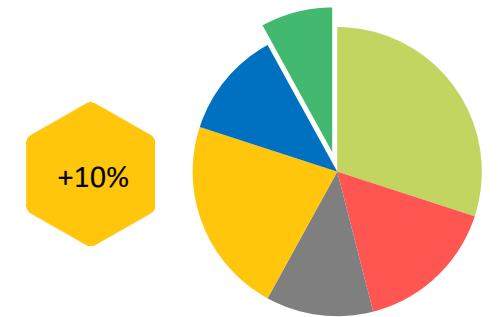
- Конечно, приезжайте!



4. Прописываем ответы на возражения

Пришлите коммерческое предложение

«Имя ЛПР», я обязательно вышлю коммерческое, но, Вы, как человек опытный, понимаете, что там содержится только общая информация, если мы назначим встречу, то предложение будет более выгодным.



4. Прописываем ответы на возражения

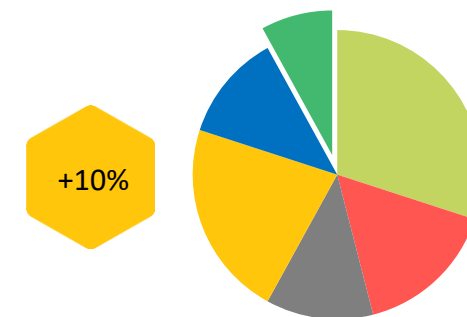
Пришлите коммерческое предложение

«Имя ЛПР», я обязательно вышлю коммерческое, но, Вы, как человек опытный, понимаете, что там содержится только общая информация, если мы назначим встречу, то предложение будет более выгодным.



Пришлите коммерческое предложение

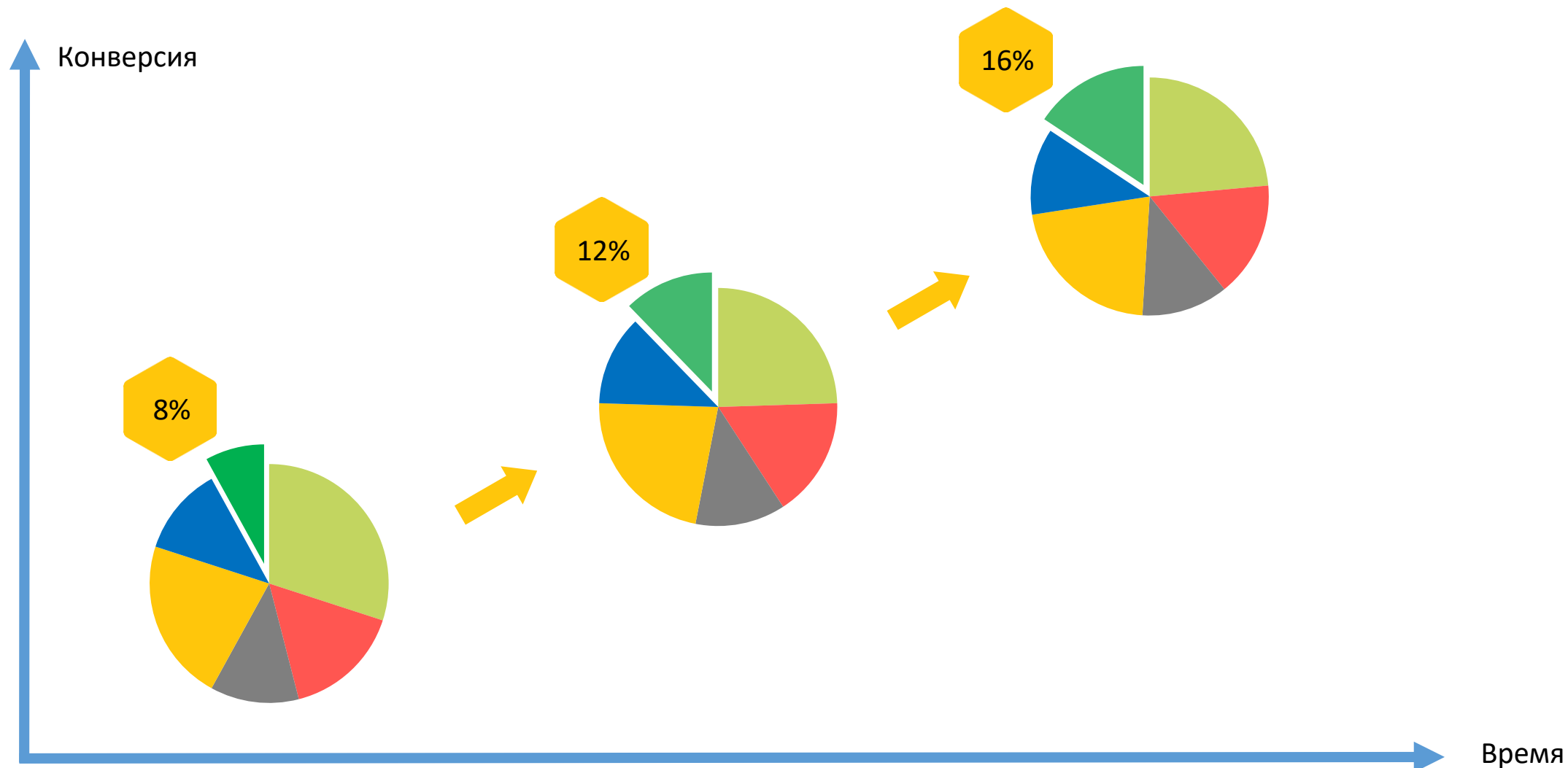
«Имя ЛПР», Вам наверняка каждый день присылают массу предложений. Я очень ценю Ваше время, поэтому сориентируйте, что для Вас сейчас актуальнее всего будет, чтобы не отправлять Вам всё подряд?



Результат



Идеальный скрипт за 6-8 недель



— В результате

1. Менеджер соблюдает скрипт
2. Делает не меньше 100 звонков в день
3. Работает только с целевой и актуальной базой
4. Настойчив и гибок с клиентом
5. Скрипт правильно оформлен и показывает высокую конверсию

— Спасибо за внимание



Анатолий Фролов

Scriptogenerator.ru

frolovscript.ru

WhatsApp: 8-913-597-73-54