

Mowa słowa. Sztuka przekonywania przez telefon.

Autor: Andrzej Stempa

- Hipnotyzujący głos
- Ekscytujący przekaz
- Sfinalizowana transakcja

Odrobina perswazji przez telefon

Odmawianie, rzucanie słuchawką, używanie wymówek i cały katalog obiekcji. Na pewno znasz to na pamięć. To klasyczne zachowania Twoich niedoszłych klientów. Tak bywało do niedawna. Pora zakończyć zabawę w gonienie króliczka i wreszcie go schwytać. Pogoń nie będzie długa i już się niemal zaczęła -- to lektura książki Mowa słowa, czyli kursu perswazji i wywierania wpływu na ludzi za pośrednictwem rozmowy telefonicznej. A satysfakcja ze złapania króliczka -- gwarantowana.

Jesteś optymistą i posiadasz sporo wyobraźni? Podchodzisz do pracy z entuzjazmem i uparcie dążysz do celu? Wszystko jasne -- osiągniesz sukces, to tylko kwestia czasu. Wystarczy, że udoskonalisz posiadane już umiejętności lub zdobędziesz kilka nowych, dzięki którym Twoja kariera nabierze odpowiedniego rozpędu. Przygotowaliśmy dla Ciebie sprawdzone w boju techniki prowadzenia rozmów telefonicznych. Od otwarcia robiącego wielkie wrażenie, przez prezentację zapierającą dech w piersiach, aż po spektakularne zamknięcie. Zaskoczy Cię, jak wielką moc mogą mieć pozornie bardzo proste rozwiązania.

- Jak powinien brzmieć doskonały telemarketer
- Sztuka zaprzyjaźniania się z klientem
- Wystrzeżenie się niepotrzebnych błędów
- Omijanie pułapek i pokonywanie przeszkód
- Rozwijanie swojego daru przekonywania

Spis treści:

Kilka słów wstępu (7)

Rozdział 1. Telemarketing (9)

Rozdział 2. Nie każdy może być telemarketerem (13)

- Dobrze brzmiący głos (14)
- Entuzjazm (15)
- Optymizm (16)
- Dar opowiadania (17)
- Wyobraźnia (18)
- Kreatywność (18)
- Determinacja w dążeniu do celu (19)

Rozdział 3. Etapy rozmowy telefonicznej - czyli sztuka w trzech aktach (21)

- Otwarcie (24)
- Prezentacja (26)
- Zamknięcie (27)

Rozdział 4. Techniki prowadzenia rozmów telefonicznych (29)

- Scenariusz rozmowy (29)
- Język cech i korzyści (31)
- Klient nie potrzebuje, klient chce (35)
- Zadawanie pytań (36)
- Znajomość produktu (38)
- Notatki są niezbędne (39)
- Częstotliwość rozmów (40)
- Kolejna rozmowa - najpóźniej pojutrze (41)
- Spotkanie z cerberem - czyli jak ominąć sekretarkę? (43)
- Sprzedaż z ręki (46)
- Baza telefoniczna (47)
- Telefony z polecenia (48)
- Praca zespołowa (50)

Rozdział 5. Obiekcje i wymówki (53)

- "Nie" klienta - czyli normalka (53)
- Najczęściej spotykane wymówki (56)
- Odpieranie obiekcji (60)

Rozdział 6. Rodzaje zamknięć (63)

- 3 x "tak" (63)
- Ostatnia okazja (65)
- Specjalne ustępstwo (67)
- Metoda tylnych drzwi (69)
- Metoda Colombo (75)

Rozdział 7. Pozytywne relacje - czyli jak zaprzyjaźnić się z klientem? (79)

- Pierwsze wrażenie (80)
- Aktywne słuchanie (81)
- Wyobrażenie sobie rozmówcy (83)
- Parafrazowanie (85)
- Komplementowanie (86)
- Zwracanie się po imieniu (88)
- Magiczne słowa, pozytywne skojarzenia (88)
- Odwoływanie się do podobieństw (94)
- Mówienie o własnych słabościach (94)
- Pogodne pożegnanie (95)
- Uczciwość (96)

Rozdział 8. Jak zostać gwiazdą telemarketingu? (99)

- Świadome używanie własnego głosu (99)
- Malowanie słowem (101)
- Intonacja (102)
- Aktorstwo (103)

Rozdział 9. Główne błędy telemarketerów (107)

- Rozmowa z niekompetentną osobą (108)
- Nieuważne słuchanie rozmówcy (109)
- Traktowanie odmowy jako osobistej porażki (109)
- Mylenie cech z korzyściami (110)
- Podawanie ceny na początku rozmowy (111)
- Uleganie wymówkom (112)
- Przekładanie kolejnej rozmowy na odległy termin (113)
- Okazywanie klientowi wyższości (114)
- Zdrabnianie słów (115)
- Używanie słów w trybie przypuszczającym (115)
- Powtarzanie złych opinii o konkurencji (117)

Zakończenie (119)

Skorowidz (121)