



ПРОДАЖИ В ПЕРЕПИСКЕ

или как продать клиенту за 30 минут

Александра Воробьева

Александра Воробьева

**Продажи в переписке, или Как
продать клиенту за 30 минут**

«Автор»

2023

Воробьева А.

Продажи в переписке, или Как продать клиенту за 30 минут /
А. Воробьева — «Автор», 2023

Тема продаж в переписке сейчас одна из самых актуальных на рынке. Все хотят узнать, как легко продавать свои услуги/продукты и затрачивать минимум времени на этот процесс. Если вы:- несколько дней переписываетесь с клиентом, а в итоге он уходит;- не знаете, как вывести клиента из молчания;- не понимаете, как ответить на вопрос «Сколько стоит?» в начале разговора и не слить клиента;- хотите получить пошаговый план переписки с клиентом, чтобы быстро продавать услуги через переписку То эта книга для вас! В РЕЗУЛЬТАТЕ прочтения вы получаете:- пошаговый алгоритм общения с клиентом в переписке; - уверенность в своих знаниях (понимание, что и когда написать клиенту, чтобы он купил); - увеличение дохода минимум в 2 раза, при использовании всех описанных в книге инструментов. Продажи очень быстро меняются. Поэтому впереди оказывается тот, кто быстро внедряет многоканальность и использует все виды продаж. Научитесь продавать в переписке и получайте новых клиентов!

© Воробьева А., 2023

© Автор, 2023

Содержание

О чем книга и для кого?	5
Обо мне	7
Почему продажи в переписке – это тренд, который продолжает набирать обороты	8
Топ – 10 ошибок продаж в переписке	10
Что такое продажа	13
Этапы продаж – это что и зачем	14
1 этап – Приветствие	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Александра Воробьева

Продажи в переписке, или Как продать клиенту за 30 минут

О чем книга и для кого?

Думаю, что тема продаж одна из самых актуальных на рынке. Все хотят узнать, как легко продавать свои услуги/продукты и затрачивать минимум времени на этот процесс. Скорее всего, вы уже проходили огромное количество курсов по продажам и читали много умных книг, но вопрос о том, как продавать легко и получать от процесса удовольствие, до сих пор остался открытым.

Самое главное, что каждый из нас обучается продажам для того, что вырасти в доходе. Когда я писала эту книгу, я задала себе самый главный вопрос: “А поможет ли это вам вырасти в доходе?” Поэтому эта книга с конкретными примерами и рекомендациями, которые вы можете применить уже во время прочтения и получить результат, тем самым увеличить свой доход!

Я искренне считаю, что навык продаж – один из самых важных в нашей жизни. Мы продаем себя, устраиваясь на работу, знакомясь с парнем или девушкой и конечно же продаем наши услуги и продукты. Я постоянно прокачиваю этот навык, изучая новую теоретическую информацию и применяя ее на практике. Без практики – ничего не получится. Мы можем прочитать все умные книги по продажам в этом мире, но не сделав ни одного действия, наш доход не увеличится. Настоятельно рекомендую читать эту книгу и делать пометки, что вы уже завтра можете попробовать на практике. Пусть не все сразу, но может это уже 2–3 простых действия, которые вы завтра используете в диалоге с клиентом, принесут вам результат.

Давайте разберемся сразу, дать примеры под каждую нишу в одной книге нереально, этим мы с учениками занимаемся на обучении, но есть общая схема, адаптировав, которую под себя, вы с легкостью сможете закрывать быстро клиентов в переписке. Именно эта схема будет описана в этой книге. Я очень постаралась объяснить так, чтобы для каждого было понятно, если возникнут вопросы, то вы всегда можете написать их лично мне в телеграм @vorobyeva_al или в моем канале “Продавай, как Воробьева”.

В этой книге собран мой личный опыт и опыт моих учеников из разных ниш. Для того, чтобы написать этот материал, я провела и проанализировала более 1 000 диалогов с продажами в разных нишах. Более 800 людей посмотрели мои уроки по продажам в переписке (в моих продуктах и программах, где я выступала спикером) и получили результат. Так вот... весь этот практический опыт, который помогает мне продавать в переписке в Телеграм, ВКонтакте, WhatsApp, Viber, Instagram (во всех соцсетях и мессенджерах где можно написать клиенту) и зарабатывать от 400 000 в месяц, описан тут. Некоторые данные для наглядности взяты из интернета, например, статистика пользователей социальных сетей, чтобы вы могли посмотреть актуальные цифры. Во время прочтения, вы поймете, для чего нужны эти цифры.

Давайте подытожим, что вы получаете в результате прочтения этой книги:

пошаговый алгоритм общения с клиентом в переписке, уверенность в своих знаниях (понимание, что и когда написать клиенту, чтобы он купил) и увеличение дохода при использовании всех описанных тут инструментов.

Для кого эта книга?

1. Для специалистов твердых и мягких ниш, которые продают свои услуги в переписке;

2. Для beauty-мастеров, которые ведут запись клиентов через переписку в социальных сетях;
3. Для экспертов, которые продают свои услуги и инфопродукты;
4. Для владельцев салонов красоты или интернет-магазинов, которые обрабатывают заявки самостоятельно;
5. Для менеджеров по продажам, которые продают услуги и товары в социальных сетях.

Вообщем, для всех, кто получает заявки от клиентов в социальных сетях и хочет увеличить свою конверсию.

Книга не очень большая, но насыщенная информацией. Как я уже говорила, чтобы получить максимум результата, рекомендую делать пометки или конспект, сразу адаптируя материал под вашу нишу. А теперь давайте познакомимся поближе!

Обо мне

Я полюбила продажи благодаря часам с кукушкой...

Меня зовут Александра Воробьева. Я эксперт по продажам в переписке, спикер и наставник.

Ко мне обращаются:

- специалисты и эксперты, чтобы продавать свои услуги на высокий чек;
- бизнесы, которые хотят выйти на новый уровень благодаря внедрению системы продаж в свою компанию.

Мы работаем над структурой продажи, продуктом, техниками личных продаж и продаж в переписке, в результате чего мои клиенты увеличивают свой доход минимум в 2 раза и продают на 5,5 млн в одной сделке!

В основу моей работы заложен практический 6 летний опыт в продажах и умение быстро адаптироваться под новые реалии – всего за 3 месяца я выросла из простого менеджера по продажам в руководителя в крупной компании дистанционных продаж.

Я умею доносить сложную информацию простым языком и весь свой опыт работы с разными нишами я упаковала в авторскую программу обучения продажам – “СТРАТЕГИЯ РОСТА x2-x10”

Эту систему опробовали на себе более 250 человек и поняли, что продажи это легко и кайфово и не готовы с ними расставаться!

Мой телеграм-канал: «Продавай как Воробьева». Подписывайтесь, чтобы узнать больше о продажах и забирайте подарок: “4 простых шага, чтобы закрыть любое возражение клиента”. Саша, а причем тут часы с кукушкой? Расскажу об этом дальше в книге!

Что было выше? Это была самопрезентация, используя, которую я получаю новых подписчиков, заявки и клиентов из социальных сетей, выступлений и даже проходя обучения на курсах. Именно с этого мне хотелось начать ваше погружение в книгу и продажи. Потому что навык продавать – нужен нам абсолютно везде! Очень рекомендую вам задуматься над этим, как составить свою продающую самопрезентацию, которая будет работать на вас.

Что ж, когда мы с вами немного познакомились, предлагаю переходить к самому главному, ради чего вы все тут – к продажам в переписке!

Почему продажи в переписке – это тренд, который продолжает набирать обороты

Начнем с того, что продажи в переписке реально за последние несколько лет стали трендом. Самый пик популярности пришелся на пандемию в 2020 году, когда многие сидели дома и заказывали все подряд. Многие думают, что в этот момент покупательская способность упала, но нет! В то время я работала в крупной компании дистанционных продаж, которая осуществляла продажу по всей России и Казахстану, так вот, продажи компании за год выросли более чем в 3 раза. Тоже самое произошло и с продажами в переписках, на коне оказались те, кто мог продавать в мессенджерах и социальных сетях. Компании, специалисты и эксперты, которые быстро адаптировались, получили максимальный результат. За время пандемии такая аудитория выросла на 42 %.

Давайте посмотрим на цифры, чтобы понимать, какое количество людей сидит в социальных сетях и могут быть вашими потенциальными клиентами (если говорить обширно). Кстати, кто переживает за то, что ему не хватит клиентов на рынке? Посмотрите внимательно статистику)) В России сейчас мессенджерами пользуется более 100 млн человек. Как вы думаете, есть ли там ваши клиенты? Конечно ДА!

Первое место занимает Телеграм с ~700 млн человек (это цифра по всему миру).

Активная платёжеспособная аудитория мессенджеров – люди 25–45 лет. Они предпочитают покупать и общаться онлайн, а в телефоне используют минимум четыре мессенджера.

Почему аудитория все чаще выбирает переписки, а не звонки по телефону и видеозвонки? Все просто.

- Клиенты хотят быстрых консультаций и ответов. Увидели, что есть интересная процедура или услуга, сразу пишут, чтобы узнать подробности. Люди привыкли, что в мессенджерах отвечают быстро, поэтому предпочитают написать, чтобы получить ответ. Про оптимальную скорость ответа клиенту поговорим с вами дальше.

- Клиенты устали от надоедливых продаж по телефону. Они боятся, что сейчас позвонят и им начнут продавать. Прекратить коммуникацию в переписке намного проще и комфортнее. Не захотел отвечать, просто закрыл диалог и все.

- Клиенты сидят дома в халате и не хотят, чтобы их кто-то видел. Им удобнее написать, чем звонить по видео. Мало кто хочет выделять время для звонка, собираться, краситься. Проще написать и потом ответить в удобное для себя время.

- Выросло количество точек касаний в онлайн, оставляют заявки сразу на месте. Сидела ВК, листала ленту... оп, реклама студии лазерной эпиляции или курса по копирайтингу. Посмотрела, а тут еще и заявку оставить можно, даже звонить никуда не надо. Сразу зарегистрировалась, остается только правильно обработать эту заявку.

Почему людям нравится покупать через переписку:

- ценят скорость ответа;
- экономят время;
- хотят сохранить историю переписки;
- это бесплатно;
- просто не любят звонить.

Поэтому, игнорируя переписки как инструмент продаж, вы теряете своих теплых клиентов.

Какие плюсы продаж в переписке?

1. Есть время обдумать ответ клиенту

Например, клиент задал вопрос, на который вы сразу не можете ответить. У вас есть время уточнить необходимую информацию и только потом написать клиенту.

2. Если продажа “сложная”, то есть больше точек с касанием и времени на обдумывание

Например, вы продаете настройку таргетированной рекламы компании. Вам нужно подготовить коммерческое предложение, а компании проанализировать бюджет и посоветоваться с директором. Вы уже пообщались в переписке, установили контакт, хорошо себя зарекомендовали, остается только выйти на созвон и презентовать услугу. Поэтому в отдельных случаях связка переписка+созвон очень здорово работает.

3. Еще один огромный плюс продаж в переписке – это то, что вы одновременно можете продавать услуги 3–5–10 клиентам, а на созвон вы можете выйти только с одним в это время.

За один час вы можете продать одному клиенту в созвоне на 50 000 рублей или в переписке 3-м клиентам услугу за 50 000 рублей и заработать 150 000р, что больше нравится вам? Думаю, что второй вариант, поэтому продолжаем знакомиться с этим видом продаж и дальше поговорим с вами про ошибки, которые совершают 90 % людей продавая свои продукты и услуги, чтобы вы знали их и никогда не делали.

Топ – 10 ошибок продаж в переписке

1. Переводите клиентов на другие площадки

Если человек вам пишет в одном мессенджере, то не мудрите!

Не переводите в другой, не отправляйте его звонить, посмотреть сайт или актуальные. Дайте ему информацию здесь и сейчас не выходя из чата! Человек уже выбрал удобный для него формат общения. Все лишние действия будут расцениваться так, будто его пытаются “слить”.

Например, учитывая текущую ситуацию с Инстаграмом, у меня очень часто не видны актуальные и когда меня отправляют их посмотреть, то это вызывает больше негатива. Если бы я могла их посмотреть, то уже посмотрела.

Чтобы не совершать таких банальных ошибок, всегда ставьте себя на место клиента: “А какой ответ я хотел(а) бы получить?”, “Как я хотела бы, чтобы со мной общались?” и тогда в вашей голове сложится пазл, как общаться с клиентами.

Даже если вас очень раздражает, что клиент “тупит”, то постарайтесь выдохнуть и спокойно и с улыбкой отвечать ему дальше. Человеку искренне может быть непонятно и он пытается узнать, но не может сформулировать. Поэтому негативом и односложными ответами, вы ситуацию не решите.

2. Сразу называете цену

Конечно, если вы хотите сразу избавиться от клиента, то так можно делать...

Сначала мы выявляем потребности и доносим ценность, а только потом называем цену! Как только клиент услышал цену, он сразу начинает делать выводы, подходит ему это или нет. Продукт/услуга может быть очень крутой и дать результат, но клиент этого не знает и принимает решение уйти туда, где подешевле.

Чтобы сразу отсеять неплатежеспособных клиентов, вы можете называть вилку цен ОТ, а уже потом говорить более точную стоимость. Это отлично подойдет для мастеров, например, оказывающих услугу ботокса или кератина, которые могут точную стоимость сказать только после оказания услуги. Или сервиса по ремонту техники. Или специалиста, который еще не понимает объем задач и должен узнать больше вводных данных.

3. Излишне серьезны с клиентами

Переписка – это не письма из госорганов. Вы можете позволить себе неформальный стиль общения. Не путать с панибратством и неуважением клиента. Мы общаемся вежливо и тепло, как с хорошим знакомым. Используем смайлы и фото, чтобы разбавить диалог. Даже крупные организации добавляют в переписку смайлы, чтобы сделать диалог более живым и неформальным.

4. Используете шаблонные сообщения

Согласитесь, гораздо приятнее ощущать позитив от общения с человеком в переписке! Особенно, учитывая, что мы не видим собеседника и нам хочется понимать, что он дружелюбно к нам настроен. А тут еще и прилетает сообщение с текстом типа: “Здравствуйте, что вам нужно?”, “Добрый день. Меня зовут Мария, я менеджер по работе с клиентами. Мы работаем с цветочными магазинами. Можем привести клиентов в ваш бизнес.” Выглядит, как авто-рассылка или будто вам не рады.

Думаю, что если вы окажетесь на месте клиента, то вам не очень захочется получить такое сообщение. Поэтому и нашим клиентам мы так не пишем.

5. Отправляете аудиосообщения без предупреждения

Вы любите слушать голосовые? Я нет, только если это не моя подруга. Но даже от нее голосовые без предупреждения, еще и на несколько минут, меня часто напрягают. Представьте ситуацию: клиент нашел вашу страничку в соцсетях и написал вам: “Сколько стоит?”. Он еще не знает вас и не доверяет, а тут вместо ответа ему прилетает голосовое. Выглядит, как какое-то неуважение. Как много клиентов будет такое слушать? 0,0001 %. Остальные просто пройдут мимо. Поэтому, никогда не отвечайте клиенту аудиосообщением на текст, если заранее не спросили, удобно ли ему прослушать.

6. Вывалили на клиента все и сразу

Клиент только спросил цену... а вы, как типичная девушка, которая мечтает выйти замуж, уже представили свадьбу, детей, домик у озера и как вы состарились вместе, написав об этом целый роман. Человек открывает диалог, видит простыню из текста, бегло пробегаются глазами и закрывает чат. Уважайте ваших клиентов, дробите информацию на части. Будьте краткими и не шлите клиентам простыни текста!

7. Забыли о клиенте

Если вы думаете, что раз клиент уже написал вам, то он готов ждать ваш ответ неделями, то вы ошибаетесь. В начале книги мы уже говорили о том, что продажи в переписке очень динамичные и если вы долго отвечаете, то клиент просто уходит к конкурентам. Клиенту нужен призыв к действию и напоминание о том, что он важен для вас! Не забываете об этом.

8. Делаете орфографические ошибки в сообщениях

Опечатки в тексте имеют место быть, все мы люди и ошибаемся, но если вы систематически пишете вашим клиентам с ошибками, то людей это начинает смущать. Перед тем, как отправить клиенту текст, обязательно перечитайте его.

Если специалисту или эксперту еще может быть не так много вопросов, то магазину или компании нужно обязательно следить за этим. Кажется, что это мелочь, но нет. Многие клиенты обращают внимание на то, как вы пишете, делаете ошибки или нет.

9. Упрекаете клиента в низких доходах

Если человек не может купить дорогой товар и говорит об этом – предложите что-то на его кошелек! У вас в продуктовой линейке обязательно должна быть продумана система дополнительных продаж. Если клиент не купил дорогое наставничество, ничего страшного, предложите курс или тренинг в записи, ниже по стоимости.

Молчание – тоже упрек или игнор.

Наша с вами цель оставить хорошее впечатление, чтобы клиент к вам вернулся. Один довольный клиент приведет нам одного – двух новых, а один недовольный клиент уведет 10 потенциальных.

Почему так? Как часто вы рассказываете о том, что вам оказали услугу качественно? Очень редко. Мы привыкли к сервису и если нам сделали все хорошо, то мы воспринимаем это, как должное (и это нормально). Но расскажем мы об этом только если подруга будет искать мастера по маникюру и попросит посоветовать.

А вот если вам плохо окажут услугу, то уже через 30 минут об этом будут знать все ваши подруги, парень, подписчики блога и на сайте компании появится негативный отзыв, который увидят все.

Бывают редкие исключения, но чаще всего на практике это именно так)

10. Решаете за клиента

Вообще, это не только ошибка продаж в переписках, но и всех продаж в целом. Клиент вам не ответил, а вы уже решили, что ему “дорого”. Он спрашивает цену, я сейчас отвечу и он сольется. Если я предложу эту услугу, то ему не понравится... и т. д. Клиент еще ничего не озвучил, а вы уже решили и повесили ярлык.

И вот сейчас самое время рассказать историю про часы с кукушкой))

Эта ситуация произошла когда я только устроилась работать менеджером по продажам. Во второй день стажировки в компании, мне позвонил дедушка 86 лет и сразу в начале разговора попросил дополнительно ему НИЧЕГО НЕ ПРОДАВАТЬ, т. к. у него есть всего 1 000 рублей и ему нужны ТОЛЬКО очки. Я, конечно, сразу же расстроилась. Потому что во всех крупных компаниях есть скрипты диалогов. Наша не была исключением. По скрипту обязательным условием было – предложить клиенту карту и дополнительный товар. Если я этого не сделаю, то не получаю премию за качество обслуживания.

Как вы думаете, что я сделала?

Я решила для галочки предложить первый товар из выпадающего списка, который обновлялся каждый день. В этот день первыми в списке появились часы с кукушкой за 2 500#. «Предложу быстренько часы, дедушке они точно не нужны, а по скрипту все выполняю» – подумала я. И начала презентовать дедуле часы с кукушкой. Каково было мое удивление, когда дедушка завизжал от радости и сказал, что мечтал об этих часах! Он оказался коллекционером и собирал часы разных времён. Давно присматривался именно к этим часам, но забыл в каком магазине он их видел.

Как вы понимаете... часы полетели в корзину заказа, а вместе с ними и клубная карта. ЗАКАЗ оказался не на 1 000#, а на 5 000#. В тот день я выбежала с работы довольная даже не задумываясь о том, что через несколько дней этот звонок перевернёт мое отношение к продажам!

Как часто мы решаем за других людей и пытаемся предсказать их действия?

История часов с кукушкой научила меня не пытаться угадать желания клиента. А спрашивать. С этого дня я полюбила продажи. Ведь только в продажах можно помочь другому человеку реализовать его мечты. А я как проводник, который помогает людям получить то, что они хотят!

Никогда не решайте за других людей, просто спросите напрямую, чего они хотят и вы удивитесь, как много вам расскажут.

Ну что, основные ошибки мы с вами разобрали. Надеюсь, что вы из тех, кто учится на чужих ошибках! Самое время перейти на следующую ступень и узнать больше о продажах.

Что такое продажа

Продажа – целенаправленный процесс помощи клиенту в принятии правильного, взаимовыгодного решения.

Клиент обращается к вам, как к доктору со своей проблемой и хочет, чтобы вы дали лекарство (не волшебную таблетку, а именно лекарство), которое поможет. Если вы отказываетесь продавать, стесняетесь или неосознанно сливаете клиента, то он остается без решения своей проблемы и просто идет к другому специалисту.

Я думаю, что многие из вас хотят научиться выстраивать со своими клиентами долгосрочные отношения, чтобы клиент возвращался и рекомендовал вас из раза в раз своим друзьям и знакомым.

Как сделать так, чтобы клиент к вам возвращался? Есть очень крутая фишка, которую всегда использую я и мои ученики, клиенты – это обмен с превышениями. Мои ученики и клиенты всегда получают больше, чем было заявлено и это вызывает ВАУ-эффект.

У наставника на курсе было заявлено два урока, а дали три и прислали дополнительные файлы или добавили неделю обратной связи. Таргетолог провел мини-консультацию по упаковке профиля, которая не была заявлена, но помогает перед запуском рекламы. Сделали массаж рук с кремом после маникюра. В посылку к заказу платья положили красивый платочек или резинку для волос. Казалось бы мелочь, но клиент этого не ждал. А когда не было ожиданий, то эмоции намного сильнее и приятнее. Берите на заметку и используйте с вашими клиентами.

Если у вас бывает ощущение, что вы навязываетесь или впариваете, когда продаете, то надеюсь, что после изучения информации выше, оно прошло. Если нет, то подумайте о том, что грамотная продажа – это просто презентация вашего продукта, услуги или товара через выгоду для клиента.

Хотите увеличить доход в 2 раза? Отлично! Вот вам курс, который поможет вырасти в доходе в 2 раза и дальше просто презентуете с добавлением выгод.

Хотите быстро укладывать волосы по утрам и чтобы они не пушились? Здорово! Вот кератин, который напитает ваши волосы, после процедуры вы быстро укладываете волосы и они не пушатся.

Хотите дизайн, который будет привлекать клиентов? Прекрасно! Вот тренды дизайна, который сейчас больше всего привлекают внимание и увеличивают продажи.

Еще один лайфхак, когда продаете, представьте, что ваш потенциальный клиент, это ваш хороший знакомый и он спрашивает, где в вашем городе можно вкусно покушать. Вы начинаете рассказывать ему про ваш любимый ресторан или кафе и презентовать любимые блюда. Когда вы это делаете, то это происходит неосознанно, вы искренне советуете знакомому сходить в этот ресторан. Именно так должна проходить продажа вашего продукта, легко и от души.

Давайте зафиксируем и запомним, продажа – это не впаривание и не втюхивание. Продажа – это помощь клиентам.

Этапы продаж – это что и зачем

Многие из вас точно слышали про этапы продаж, но до сих пор их не использовали или использовали по отдельности. Этапы продаж построены на психологии клиента и если вы проводите переговоры шаг за шагом поэтапно, то клиенту проще принять решение и купить у вас.

Так как эта книга про продажи в переписке, то сразу перейдем к этапам продаж в переписке. Они немного отличаются от классических, вернее, некоторые из них можно исключить или объединить, чтобы не растягивать сделку.

Некоторые говорят, что этапы продаж их пугают и если они будут работать по ним, то клиент поймет, что ему продают и сольется. Клиент в любом случае поймет, что вы пытаетесь ему продать! Лучше делать это грамотно, чем скакать с темы на тему и в итоге слить вовсе. В этапах продаж нет ничего сложного. Я покажу вам примеры продаж в переписках, чтобы вы убедились, что это не страшно и клиенты даже не замечают, что вы плавно ведете их к своему продукту/услуге.

Этапы продаж в переписке

Перед тем, как вступить в диалог, вы можете подготовиться и узнать необходимую информацию о клиенте, чтобы уже понимать с кем вам предстоит общаться. Если вам написали в социальных сетях, то посмотрите страницу, блог, сообщество. Какая ниша, из какого города, есть ли дети и т. д. Это поможет вам быстрее установить контакт с клиентом и вызвать доверие. каждая мелочь может вам в дальнейшем пригодиться. Да и в целом, вы будете чувствовать себя увереннее, понимая, кто на том конце провода. Если клиент написал в мессенджерах, то посмотрите описание профиля, часто там написана ниша или есть ссылка на канал, изучите вводные данные, а дальше переходите к диалогу. Можете воспользоваться GetContact, если знаете номер и посмотреть, как там записан этот человек у других. Поверьте, вы можете получить много вводных интересных данных!

Давайте переходить к самим этапам. Сначала разберем их кратко, чтобы у вас сложился пазл, а потом на конкретных примерах пройдем по структуре и как их применять.

1 этап – Приветствие

Цель этого этапа: установить контакт с клиентом. Выше я писала вам про доверие. Пока клиент вам не доверяет, он ничего не купит! Поэтому с самого начала общения мы начинаем находить общие точки соприкосновения с клиентом и делаем так, чтобы человек начал нам доверять.

Что важно помнить на этапе приветствия:

- Не используйте длинные тексты;
- Пишите конкретно и по делу;
- Задайте настроение (с помощью смайлов);
- Не используйте голосовые сообщения.

Важно, если вы не знаете имя, то не растягивайте сделку выяснением! Это можно сделать позже.

Таким образом, этот этап очень быстрый. В среднем он занимает минут 10 и буквально сообщения 2–5, чтобы познакомиться, но он закладывает фундамент, который нам необходим дальше, чтобы построить наш дом. Вспомните себя, когда вы что-то покупаете (продукты/услуги) у людей, вы тоже сначала узнаете о человеке, чтобы понимать, готовы ли вы у него купить.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.