



Скрипт обработки входящего звонка клиента

Об авторе:

Виталий Голицын – бизнес- тренер по продажам с географией более 60+ городов в 17 странах мира



<https://golitzyn.com/>

Скрипт обработки входящего звонка.

Целью обработки входящего звонка является снятие контактов клиента, квалификация клиента, выполнение целевого действия. Для примера, рассмотрим скрипт входящего звонка для продажи квартир в новостройке. Вводные:

1. Квалификация клиента проводится путем объявления стоимости «От».
2. Целевым действием является «Показ квартиры».
3. Выявление потребностей и презентация продукта проводятся на самом показе.

1. Приветствие.

- Компания « _____ », Имя. Добрый день (Добрый вечер).

2. Выяснение имени (Далее, в начале каждого этапа обращаемся к клиенту по имени).

- Да, конечно. Сейчас все расскажу. Скажите пожалуйста, как могу к вам обращаться?

3. Открытые вопросы (Задаем один из открытых вопросов исходя из ситуации).

- Что Вас интересует?
- Какие у Вас вопросы?
- Что хотели бы уточнить?

3.1 Конкретный вопрос. Если клиент задает конкретный вопрос, отвечаем на вопрос и сразу без паузы предлагаем целевое действие.

- (Клиент) Сколько стоит 2-х комнатная квартира?
- Да, конечно. Двухкомнатные квартиры стоят от 2-х млн. рублей. Записать Вас на просмотр?

Да	Нет
Переход на Пункт 5. «Запись на просмотр».	Переход на Пункт 4. «Работа с возражениями».

3.2 Не конкретный вопрос. Если клиент задает не конкретный вопрос, задаем уточняющие вопросы и предлагаем целевое действие.

- (Клиент) Интересуют квартиры.
- Да, конечно. Какие квартиры Вас интересуют?
- (Клиент) 2-х комнатные.
- Какие у Вас пожелания к квартире?

3.3.3 Антитупка. Если клиент запинаяется, то перечисляем ему ключевые критерии подбора:

- Какая этажность?
- Сторона солнечная или теневая?
- Есть какие-то предпочтения по площади или планировке?

3.3.4 Квалификация и целевое действие. Объявляем цену и без паузы предлагаем целевое действие.

- Двухкомнатные квартиры стоят от 2-х млн. рублей. Записать Вас на просмотр?

Да	Нет
Переход на Пункт 5. «Запись на просмотр».	Переход на Пункт 4. «Работа с возражениями».



4. Работа с возражениями.

1. Выявление причины. Если клиент не хочет приехать на показ, выявляем причину.

- *Если не секрет, почему не хотите посмотреть квартиру? Сами знаете лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.*

2. Обработка типовых возражений.

Дорого

- *Есть гибкая система скидок, рассрочки, кредиты, переуступка. Обо всем так не расскажешь. Приезжайте. Самое главное, чтобы квартира подошла, а по цене договоримся. Я не все предложения могу озвучить по телефону. Давайте запишу Вас на просмотр.*

У других дешевле

- *Возможно. Только кроме цены нужно учитывать качество строительства, инфраструктуру, отделку, планировку и тд. Вы же квартиру не на один-два года покупаете. Лучше сначала посмотреть, а уже потом сравнивать. Давайте запишу Вас на просмотр.*

Посоветоваться

- *Да, конечно. А лучше приезжайте вместе, я вам все расскажу и покажу. Давайте запишу Вас на просмотр.*

Подумать (Не знаю, когда смогу приехать).

- *Да, конечно. Куда Вам выслать дополнительную информацию? На вайбер, ватсап, телеграм, E-mail? (высылаем «продающую» презентацию).*
- *Скажите пожалуйста, этот телефон могу использовать для обратной связи? (помещаем в базу)*
- *Когда Вам перезвонить уточнить какое приняли решение? (ставим задачу в CRM).*

5. Запись на показ.

1. Приглашение на показ.

- *Когда хотели бы к нам подъехать?*
- *В первой или второй половине дня?*
- *Есть свободное время на 17 и 18 часов. Когда Вам было бы удобно?*
- *Хорошо. Записываю Вас на просмотр. Во вторник в 17:00 Вас встретит наш менеджер <Имя>.*
- *Сейчас я Вам направлю также дополнительную информацию о встрече. Куда Вам отправить информацию на ватсап, вайбер, телеграмм, смс (отправляем информацию о встрече).*
- *Всего Вам доброго. До встречи.*

2. Подтверждение на показ. (Звоним в день просмотра с 10:30 до 11:30 утра).

- *Добрый день, <Имя>. Меня зовут, <Имя>. Договаривались о встрече по поводу просмотра квартир. Звоню уточнить по поводу времени.*

