

**Важни фази в  
консултацияния  
разговор**



Успешно уговаряне на среща

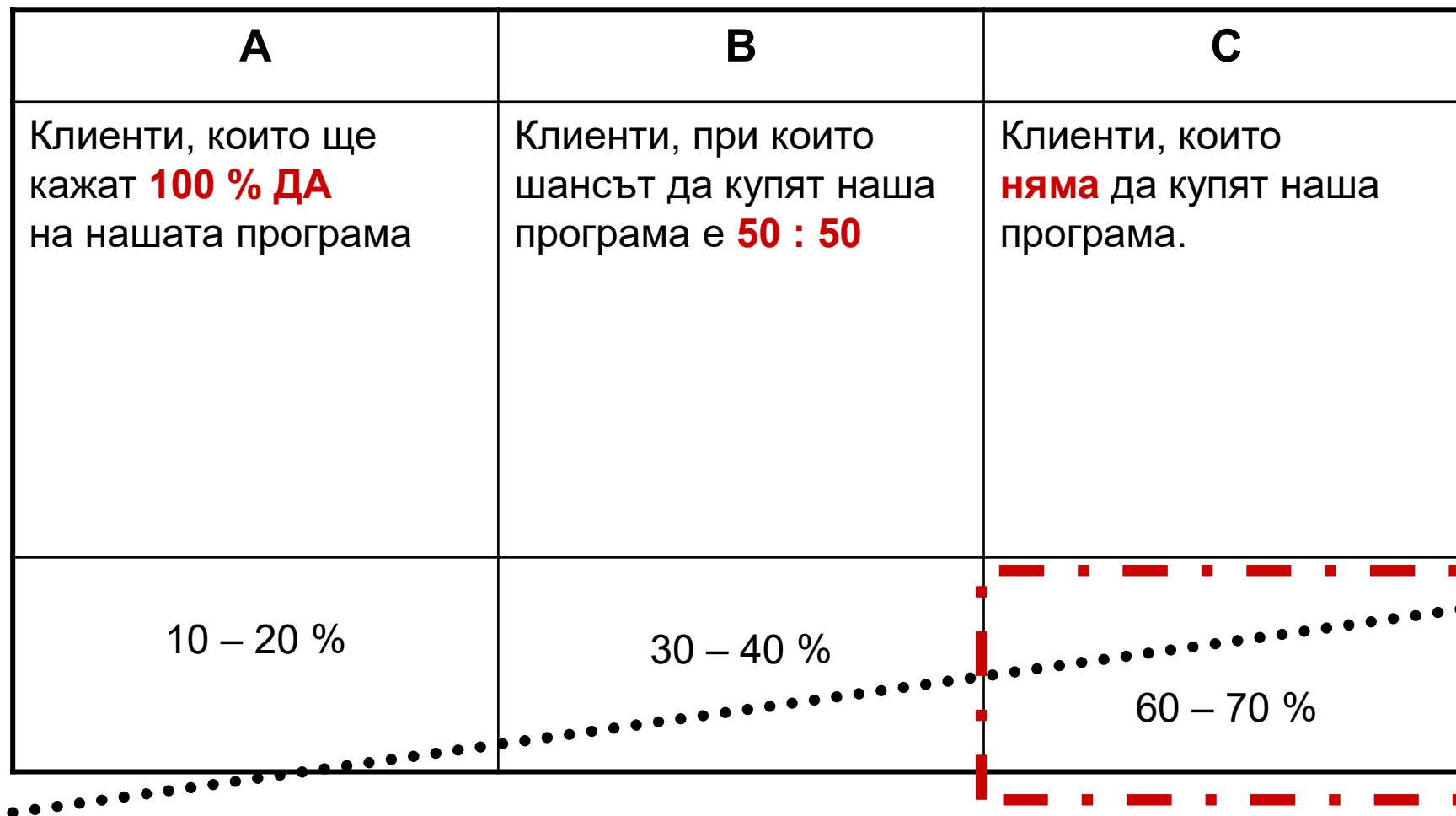




# Разпределение според личностната оценка

together on the top

4



## Срещите са капиталът на консултанта. Без срещи няма договори!



- Затова уговаряйте всяка седмица нови срещи с клиенти от вашия списък
- По вашия седмичен план ще прецените, колко срещи трябва да уговорите, за да си осигурите желания доход!



# Защо понякога нямаме желание да се обаждаме по телефона?

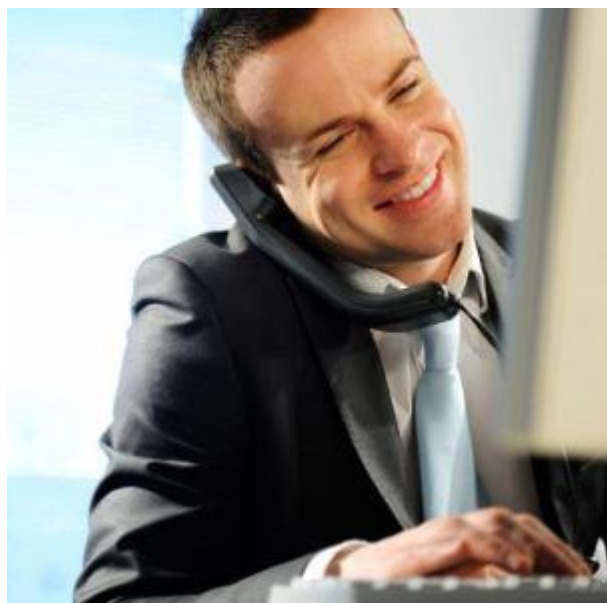


## Страхът от ОТКАЗ е необоснован!

Ако се обаждате по телефона последователно 1 час, то ще успеете да уговорите срещи, вероятно не при първия, втория или третия разговор, но ще успеете при петия, седмия или дванадесетия.

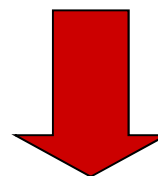


Телефонът е вашият най-важен инструмент за планиране.



**Единствената цел на телефонния контакт е:**

**Да си осигурите среща за разговор!  
(Време и място)**



**Без подробности по време на разговора по телефона!**





- Определете фиксирано време, в което да уговоряте срещи по телефона – използвайте преди всичко срещите на вашия екип за уговаряне на срещи
- Помислете колко срещи трябва да уговорите
- Вземете вашия списък с клиенти – той съдържа всички данни, които трябва да знаете в момента за клиента.
- Използвайте инструкциите за провеждане на разговор
- Вземете вашия календар за срещи при вас, така ще можете да виждате, кога имате свободно време
- Подредете си обажданията, като работите последователно







1. Оригинал за консултанта
2. Копие за ръководителя

together on the top План на срещите

Име  Конс.-N.  Дир.

Седмица от  до  Календ.седмица  Ръковод

Време	Понед.	Вторник	Сряда	Четвъртък	Петък	Събота	Неделя	Общо	
08:00	X	X							
09:00									
10:00									
11:00									
12:00									
13:00									
14:00									
15:00									
16:00									
17:00			▢	▢					
18:00									
19:00									
20:00									
21:00									
22:00									
Бележки/ Задачи									

1. Установете кога имате свободно време във вашия седмичен план, като съгласувате това също с вашия ръководител.
2. Вписвайте веднага всяка уговорена среща или във вашия календар или на подобен формуляр за планиране на срещите.

П= Планиране ЖСК=Уговор. на среща с клиент- РП= Разговор за продажба-Среща за привличане на консултант - РПК=Разговор за привличане на конс.  
 РК=Разговор с консултант-СЕ=Среща на екипа - О=Обучение - СЕ=Семинар- Л=Лични срещи (които не са свързани с ЕЛ)

Анализ с ръководителя  Дата  Подпис на ръковод





- Настройте се ментално към всеки клиент
- Усмихвайте се, когато започнете разговора – отсрещният човек разпознава това по гласа
- Никога не яжте, пиете или пушете по време на разговор
- Обръщайте се възможно по-често по име към партньора
- Бъдете учтиви, но решителни
- Говорете с кратки изречения, правете по-често малки паузи
- Концентрирайте се върху вашия клиент. Вслушвайте се в това, което казва той; опитайте се да усетите неговото настроение
- Концентрирайте се върху целта на обаждането – уговаряне на среща



- 1. Поздрав**
- 2. Представяне**
- 3. Събуждане на интерес**
- 4. Предложение за среща като алтернатива**
- 5. Потвърждаване на срещата**
- 6. Още веднъж повторно потвърждаване и приключване на разговора**





- При уговарянето на среща по телефона е важно да не дискутирате продуктите.
- Ваша цел е да продадете среща.
- Затова е необходимо да завършите изречението само до уговарянето на среща.
- Клиентът трябва да мисли за срещата, а не защо евентуално не се нуждае от този продукт.



Вашите познати са свикнали,  
да им се обаждате.  
Те са със сигурност готови  
да се срещнат с вас  
особено, ако събудите техния интерес.



**Уговарянето на среща с познат е най-лесно, затова това е  
вашата първа стъпка !**



# Пример за провеждане на разговор с познат



*Здравей, .....(Име) , обажда се ..... (вашето име) Как си?  
Отдавна не сме се виждали.*

*Хубаво е, че се чувстваш добре .....(име), обаждам ти се, защото принадлежиш към хората, които лежат на сърцето ми. Трябва ми съвет от теб. Бихме ли могли да се видим?*

*..... (Име), това не е тема за телефонен разговор.  
Можем ли да се срещнем в нашето любимо кафене в четвъртък или в петък?*

*ОК, по-добре в 16.00ч. веднага след работа, или вечерта, в 18.00 ч.?*

- Отлично, значи ще се видим в четвъртък в 18.00 ч.  
Ще се радвам. Чао!*



**В бъдеще ще контактувате също с непознати хора - от препоръки.**

Тези хора имат доверие в този, който ви е дал препоръката, това ще въздейства позитивно на нагласата им спрямо вас



**Придържайте се към правилата за провеждане на телефонен разговор, така ще спечелите доверието на новия клиент!**





1. *Евролайф, добър ден! Търся г-н ... (Ако не: Може ли да разговарям с г-н...)*
2. *Добър ден г-н..., казвам се ... (име и фамилия). Ние все още не се познаваме, но имаме общ познат.*
3. *Вашият познат, г-н ..... беше много доволен от резултата на нашата среща и ми каза, че вие също сте човек, който цени тази информация и затова ме помоли да се свържа с вас.*
4. *Затова запазих 2 възможни дати за срещи. Удобно ли ви е следващия понеделник или в петък? Подходящо ли е в ...ч. или в ... ч.?*
5. *Добре г-н ....., ще се срещнем в петък, 7.3. в 15.00 ч. у вас, ул..... 3. Бихте ли си записали тази среща. Би било добре, ако вашата съпруга също присъства.*
6. *Желая ви хубава вечер и ще се радвам да се видим на 7.3. в 15.00 ч. Дочуване г-н ...*





**Как реагирате, когато клиентът има  
възражения?**

**За какви възражения се сещате и какво  
бихте отговорили на тях?**



## **Съжалявам, но наистина нямам време.**

Разбирам това. Моето време също е ограничено, затова се обаждам, за да уговорим среща, когато и двамата имаме време. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.

## **За какво става въпрос?**

Г-н...,точно това исках да ви кажа. Сигурно ще се съгласите с мен, че за тази много интересна тема се нуждаем от повече време и спокойствие. Затова ви предлагам срещата. Удобно ли ви е на...или на...?

## **Имам вече този продукт.**

Много добре г-н...,тогава вие само ще потвърдите моето посещение. Нека заедно да проверим, дали продуктът пасва точно за вас. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч.или четвъртък в 17.00ч.

## **Съжалявам, но нямам интерес.**

Разбирам това г-н..., че нямате интерес. Вие все още не знаете точно за какво става въпрос. Но един личен разговор ще събуди вашия интерес. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.



## **Моля, изпратете ми материали.**

При преглед на материалите възникват въпроси свързани с опита, на които веднага мога да ви отговоря в един личен разговор. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.

## **Вие искате само да ми продадете нещо!**

Разбира се, че искам да ви продам нещо, но нещо, което ще е точно подходящо за вас. В личен разговор ще се убедите. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.

## **В момента не е изгодно!**

Разбирам ви много добре. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.



## **Вече имам консултант от конкурентна компания.**

Много добре г-н..., тогава само ще потвърдите моето посещение. Нека заедно да проверим, дали обслужването от консултанта ви носи всички обичайни предимства. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.

## **Нямам пари за такова нещо.**

Разбирам това. Ще останете изненадани, колко малко ще трябва да похарчите за това. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.

## **Но борсите са в лошо положение!**

Тук имате право г-н..., затова бих искал да ви покажа, колко е важно точно сега да се включите. Удобно ли ви е вторник в 16.00ч. или четвъртък в 17.00ч.

**В края на всеки отговор на възраженията по телефона винаги трябва да има предложение за среща.**



## Проведете кратък напомнящ разговор около 1 час преди срещата:

- *Добър ден г-н ....*
- *Преди ... дни се чухме по телефона по повод срещата ни днес в... ч.*
- *Бихте ли могли още веднъж да потвърдите адреса. Дали е улица....., N.....?*
- *Благодаря, ще се видим след 1 час.*
- *Дочуване*



# Упражнение 1: Провеждане на разговор

together on the top

22

1. 1 участник провежда разговор с друг участник пред групата или с истински клиент (телефон - високоговорител)
  
2. След разговора следва общ анализ в групата, какво бихте могли да научите от това?
  - Как беше началото на разговора?
  - Как беше преходът към уговарянето на срещата?
  - Успя ли да бъде уговорена среща?  
Ако да - защо,  
Ако не, защо не?
  - Какъв беше климатът на разговора?
  - Как завърши той?



# Провеждане на разговор в екипа

1. Изберете си партньор. Единият играе консултанта, другият клиента. Опитайте се да уговорите среща за провеждане на разговор, „клиентът“ трябва да изказва възражения.
2. Използвайте инструкциите за провеждане на разговор!
3. След разговора партньорът дава обратна връзка.
4. След това разменете ролите и проведете отново разговор по същия начин.
5. След всеки разговор следва анализ в групата



# Провеждане на разговор с истински клиент

together on the top

24

- Изберете някой от вашия списък с клиенти и уговорете среща за провеждане на разговор.
- Използвайте инструкциите за провеждане на разговор!
- Да анализираме заедно след разговора.
  - Кое беше добре, кое може да се подобри?
  - Как беше началото на разговора?
  - Как беше преходът към уговарянето на срещата?
  - Успя ли да бъде уговорена среща?  
Ако да - защо,  
Ако не, защо не?
  - Какъв беше климатът на разговора?
  - Как завърши той?





- Осведомете вашия ръководител за уговорената нова среща
- Подгответе се добре за разговора за продажба.





**Отговаряне на  
потребностите на  
клиента и  
презентация на  
офертата**



# Добрият консултант е винаги добър психолог

together on the top

27



- Предлагането означава да помагаме на хората да получат това, което желаят!
- Предлагането не означава увещаване, а убеждаване  
Убеждаване на клиента със собствени аргументи.



# Анализ на потребностите – част от сърцето на разговора

together on the top

28

- Преди да отговорите на дадена потребност на клиента, то трябва да я познавате.
- Затова трябва умело да **задавате въпроси**, за да получите цялата съществена информация.
- И да **слушате внимателно**, за да разберете наистина всичко правилно



## 10 добри причини, за да задавате въпроси на клиента

1. Даване на **информация**
2. **Вниманието** на клиента
3. **Размисъл** на клиента
4. **Който пита, той води**
5. Показване на **интерес** към клиента
6. Получаване на **симпатия**
7. **Време**, в което вие да размисляте
8. Да откриете **мотивите** на клиента
9. Да предлагате **спрямо нуждите**
10. Събиране на **аргументи**



- Преди да започнете да питате, искайте разрешението на клиента да задавате въпроси.
  - Ще бъде ли удобно, ако ви задам няколко въпроса, за да разбера, какво точно е важно за вас?
- Ако клиентът се съгласи, задайте му **открити въпроси** и го оставете да разказва възможно повече.





- Записвайте при подготовката за разговора с клиента ключови думи, от каква информация се нуждаете за клиента, за да може да удовлетворите неговите нужди.
- Формулирайте с помощта на тези ключови думи въпросите за разговора.
- Когато питате вашите клиенти, какво искат, от какво се нуждаят, ще забележите, че те имат неясна представа за техните потребности. Чрез вашите въпроси тази картина ще стане по-ясна и за двете страни.



## Открити въпроси



- Задавайте открити въпроси в първата част на разговора за продажба, за да научите нещо за нуждите на клиента
- Откритите въпроси започват винаги с въпросителна дума
  - „От колко пари смятате, че ще се нуждаете месечно, когато се пенсионирате?“
  - „Ако днес бихте помечтали, как ще си представите бъдещето, как точно би изглеждало то?“

## Алтернативни въпроси

- Давайте на клиента 2 алтернативи във вашия въпрос, по този начин той има възможност да избира и не мисли за трета възможност:
  - „Какво е най-важното за вас в живота, самият вие да сте добре осигурен, или децата ви да се чувстват добре?“





## Закрити въпроси



- На затворените въпроси може да се отговори с Да или Не, или чрез конкретно становище.
- Използвайте затворени въпроси в края на разговора и когато ви е необходимо конкретно решение.
  - „Харесва ли ви моето предложение?“
  - „2.000 \$ ли е сумата, която можете да инвестирате годишно?“



Участниците се разделят на малки групи, дискутират и записват:

### 1. Ключови думи

Всичко, което трябва да попитам моя клиент, за да мога да установя неговите нужди и да ги удовлетворя.

### 2. Формулиране

Как трябва да формулирам конкретно тези въпроси, за да могат те да бъдат възприети от клиента като съчувстващи, интересни, конкретни и той с удоволствие да отговори на тях.



# Внимателно слушане – и защо е толкова трудно правилно да разберем клиента?



- Има нещо, което в процеса на разговор е още по-важно от задаването на въпроси: **Внимателното слушане**
- Понякога трябва дори да слушате внимателно между думите, защо ?

Мислене – Кодиране – Говорене



Слушане – Разкодиране - Разбиране



- Водене на бележки
- Отстраняване на неяснотите
- Дефиниране на непознати понятия
- Обобщение на част от разговора
- Правене на мисловни паузи
- Наблюдаване на клиента
- Приемате клиента като личност – не го оценявайте
- Не прекъсвайте клиента
- Положително отговаряне на чувствата, които долавяте
- Активно внимателно слушане





5 основни мотива за покупка:

- Самосъхранение
- Сигурност
- Социални контакти
- Признание
- Лична реализация



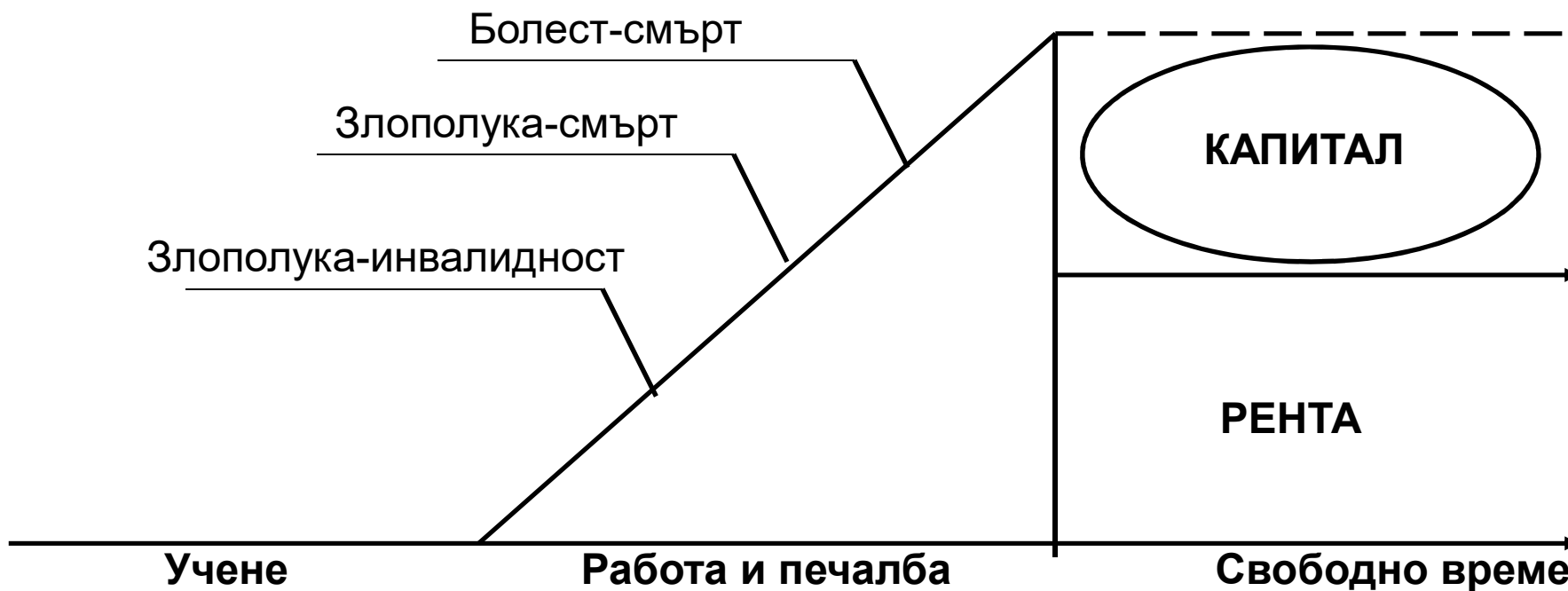
След фазата на анализ започнете с широки крачки към следващия основен момент в процеса на продажбата - презентацията.

## Фазата на презентацията започва с въпрос относно ползата:



- „Имате ли интерес да можете да харчите точно толкова пари, колкото и днес, когато се пенсионирате?“
- С „Да“ на клиента още на въвеждащия въпрос започва вашата презентация





- „Ясно ли се изразих?“
- „Стана ли ви ясна взаимовръзката?“
- „Разбираемо ли се изказах ?“ (или: Разбрахте ли ме?)
- Не разчитайте на това, че клиентът ще ви пита, ако нищо не разбира.
- Той не би искал да изглежда „глупав“ и се надява, че неяснотата ще му се изясни с течение на презентацията





- **Въпрос относно информация:**
  - „Вие получавате..... Виждате ли в това предимство?“
- **Въпрос за потвърждаване:**
  - „Вие, като по- опитен ..... също намирате определено, .....“
- Отговаряне на закритите информационни въпроси на клиента с **насрещни въпроси:**
  - Клиент:**
    - „Тази инвестиция на пари сигурна ли е?“
  - Консултант:**
    - „Да, какво конкретно разбирате под сигурност?“





- Предлагате решение за проблемите на клиентите, а не продукти
- Съгласувайте вашата оферта индивидуално с нуждите на съответния клиент
- Използвайте всички аргументи, които преди това клиента е изказал:
  - „Вие ми казахте, че бихте с удоволствие..., разберете, с този продукт мога да изпълня много лесно вашето желание.“
- Отговорете на всяко възражение, дори изисквайте такова. Успешното отговаряне на възраженията води до договор!



- Във фазата на презентацията се говори твърде много за качествата и предимствата на продукта, но съвсем малко за ползите, които се получават от него.



**При това ползата е сърцевината на посланието – месото в „сандвичът на продажбата“**

Фактите и качествата са долната част от хлебчето на сандвича, а приведените доказателства горната.



## Успешно приключване на разговора



# Как да разпознаем, кога клиентът е готов да купи?

together on the top

45



**Когато клиентът е готов да купи изпраща  
сигнали за покупка!**



- ➔ **Въпроси, които се появяват след сключването**  
„Ако искам да увелича застраховката, трябва ли още веднъж да бъде прегледан?“
- ➔ **Случайни забележки**  
Застраховането от злополука е доста интересно, впрочем по пътищата има много опасно улично движение.
- ➔ **Въпроси по съдържанието на договора**  
Ще получа ли в брой парите при инвалидност в случай на злополука или ще бъдат платени като рента?
- ➔ **Прикрити сигнали за покупка**  
„Всъщност се реших, нищо повече да не правя.“
- ➔ **Негласни сигнали за покупка (език на тялото)**  
Клиентът се навежда внезапно към продавача или кимва



- Преди да се стигне до успешно приключване на разговора, продавачът трябва да придружи клиента от желанието до действителността.
- Това вие ще постигнете, като обобщите още веднъж най-важните точки на досегашния разговор.
  - „Вие се съгласихте с мен в това, което обсъдихме:  
1. + 2. + 3. + 4. + 5. ....“
  - Предизвикайте при всичките 5 – 6 точки кимане с глава или друга форма на съгласие от клиента. Този метод действа позитивно на клиента, тъй като той се чувства включен в разговора и вие знаете къде се намира той.
- Изрисувайте на клиента с най-хубавите цветове, колко щастлив ще бъде той след покупката. Стимулирайте неговата фантазия и го подкрепете при сключването.



**Пътят на ключването предизвиква в клиента винаги емоции. Заложете най-късно сега на картата на чувствата.**

*Примери:*

*„Нека да приемем, че утре би бил денят на вашето пенсиониране, как бихте се чувствали с такъв финансов резерв зад гърба...?“*

*„Представете си, вашето дете завършва училище и би искало да създаде собствен дом, колко благодарно би ви било, ако сте финансово подсигурени за това?...“*



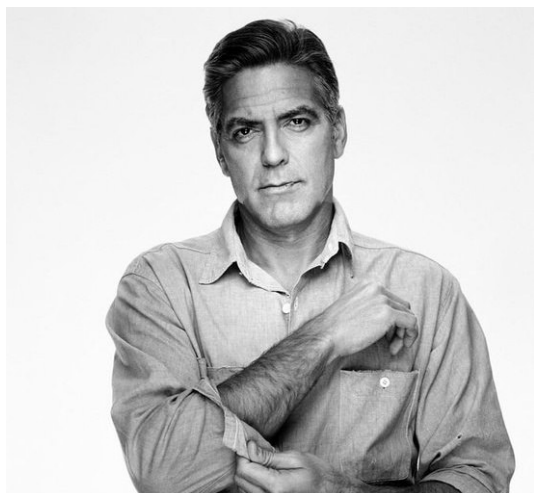


- За да разберете, дали клиентът е готов да купи, му задавайте въпроси като:
  - „Какво е вашето мнение за продукта?“
  - „Харесва ли ви това решение/ предложение?“
- Професионалният консултант поема инициативата преди да използва дадена техника за сключване на договор и пита клиента, дали има още останали неизяснени неща.
- След това обяснете тези открити въпроси
  - „Скъпи клиент, ако сме изяснили вече този момент достатъчно – както аз съм ви разбрал – вече нищо не пречи на сключването на договора – нали така?“



- Често възраженията са знак за сключването на договора
- На възраженията трябва да се отговори, не да бъдат пропуснати
- Чрез отговарянето на възраженията клиентът е готов да си промени мнението, без да има чувството, че мнението му няма да бъде зачетено.
- Зад всяко възражение стои несигурност съотв. страх в клиента.
- Отговорете на тези емоции, така клиентът ще се чувства разбран





**Ако клиентът не изкаже възражения, това не означава, че той няма такива!**

- Изисквайте от клиента да се изказва
- Поставете контролни въпроси:
  - Какво мислите за това?
  - Какво ще кажете за това?
  - Какво мнение имате за това?...
- Непредставените възражения водят често до отказ



# Не се оставяйте възраженията да ви правят несигурни

together on the top

52



- Реагирайте на всяко възражение позитивно
- Не се оставяйте да ви извадят от равновесие, а показвайте във всяка ситуация сигурност
- Запомнете важното изречение:
  - „Правилно ли съм разбрал, смятате...?“
- Отговорете на чувството зад страха
  - „Чувствате се несигурен, дали....
  - зад това стои страха, че...
- Дайте на клиента право и не се впускайте в игри на власт с клиента.
  - „Вие имате напълно право, затова ви разбирам добре...“
- Без оправдания
- Вие не сте лично обиден, имате цел!

**Възраженията винаги са тест на клиента,  
ако издържите теста сте спечелили!**



### **Ще помисля още**

Г-н..., виждам, че все още не сте напълно убедени. Нека заедно да помислим. Кои въпроси са още открити за вас.

### **Вашето предложение звучи убеждаващо, но в момента не мога да си позволя тази сума.**

Благодаря г-н..., че ми казвате това толкова открито. Ако ми кажете колко висока е сумата, която можете да си позволите, тогава ще намерим за вас определено подходящата оферта.

### **Бих искал да разговарям първо с моя финансов съветник, адвокат, приятел, роднина**

Виждам г-н..., че имате още въпроси. Какви въпроси бихте задали на вашия финансов съветник?

### **Искам да разговарям първо с жена си.**

Разбирам това г-н..., убеден съм в това, че жена ви проявява голям интерес към темата

### **След разговора вероятно няма да ви видя пак.**

Виждам г-н..., че сте имали лош опит. Не искам да преценявам колегите си в бранша. Аз обаче мога да ви гарантирам, че ще ви обслужвам оптимално.

**Или:** Г-н..., колко често искате да ме виждате?

### **Ще си набавя първо още една оферта.**

Виждам г-н..., че все още не можете да бъдете напълно убеден. Можете ли да ми кажете, какво още не е ясно за Вас?



### **Но днес няма да подпиша**

Добре е, че ми казвате това, г-н...При мен не трябва да подписвате нищо, преди да сте напълно убеден. Кои точки са ви още неясни?

### **Това ми е твърде скъпо.**

Разбирам г-н...че сумата ви се струва висока. Сравнете обаче предимствата, които ви дава продукта. Цената не съответства ли на това?

### **Вие сте само една пирамида**

Ако имате предвид, че нагоре по структурата работят по-малко консултанти, то тогава сте прав. Така е във всяка компания. Само най-добрите стават ръководители и естествено има повече консултанти отколкото ръководители. Ако имате предвид игра на пирамида, тогава помислете, че там се плащат пари без да получите продукт за това. При нас купувате точно продукта, от който се нуждаете.

### **Застрахователите и без друго никога не плащат.**

Виждам г-н..., че сте видяли лош опит. Какво точно ви се е случило?



**Възраженията са нашият шанс, защото ни показват, че нашият клиент е заинтересован от офертата. Добрата реакция на възраженията е най-сигурният път към сключване на договор!**



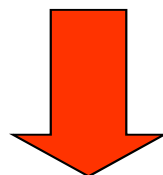
- Вярвайте в успешното приключване на разговора, вие излъчвате тази увереност.
- Не се отказвайте още на първото „Не“.
- Кажете на клиента, че той е важен за вас
- Ако клиентите са двама или повече, то обръщайте еднакво внимание на всички.
- Създайте накрая чрез някакво допълнително или незначително признание – досега неспоменато предимство – импулс за окончателно сключване на сделката
- Ако не получите още на първата среща договор, то постигнете поне частичен успех





Едва е подписал клиентът,  
и започва да се съмнява  
започва да изживява  
**разкаianie от покупката.**

Не оставяйте клиента сам в тази фаза,  
иначе



**Опасност от отказ!**

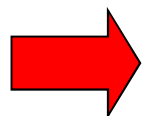




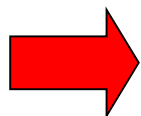
- Най-добре чрез алтернативна техника:
  - „Скъпи клиент, вие сигурно забелязахте, колко е важно за мен да се чувствате добре консултиран и всичко да е изяснено (изчакайте съгласие)
  - При това още един важен въпрос от моя страна:
  - Искате ли да ми дадете първата премия – и аз ще я платя за вас, или да се срещнем утре, аз ще ви придружа до банката и ще ви бъда в помощ за правилното превеждане на сумата. (изчакайте решение)
  - Добре, удобно ли ви е на..... или по-добре .... дата?“



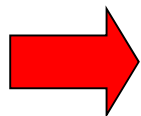
**Поздравете клиента за покупката!  
Той се нуждае от подкрепа,  
че е взел правилно решение.**



„След подписването и поздравленията останете още малко (създава доверие) и попитайте, какво още клиента иска да знае и къде може да му се помогне



Дайте му материали с аргументи за неговото решение за покупка



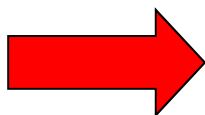
На тръгване оповестете за доставянето на полицата  
(реалистично около 2 –3 месеца)



**Използвайте позитивния край или позитивното консултиране, за да получите адреси с препоръка от клиента!**



- Направете с това клиента съюзник
- Подкрепете клиента в това – той има нещо, което сега може да предложи на своите приятели
- Направете клиента победител – най-напред той получава това



**2-3 качествени препоръки от клиент- с това Вие разширявате с това вашия клиентски списък**



## Алтернативи за въпроси за препоръки

- Г-н..., вие сигурно сте установили, че нашата компания не инвестира в скъпи рекламни обяви и разточителни кампании. Поради тази причина се обръщаме към вашата подкрепа. Затова бих искал да ви помоля, да ми кажете имената и телефонните номера на ваши познати, за които евентуално продукта би бил предимство.
- За кого от вашия приятелски кръг разговора по тази тема също би бил интересен?
- Кой се намира в сравнима на вашата ситуация, така че от този разговор евентуално да извлече съответните ползи?
- Така, както днес извлякохте полза от този разговор е възможно един или друг познат, колега, който също незнае за това, може би още не предполага, че такова нещо съществува. Ако сега става въпрос за това, някого да информирате, с това да му направите услуга, за кого се сецате спонтанно, за някой от вашия кръг от познати или по-скоро някой от професионалното обкръжение?
- (Ако клиента каже едно или две имена): За кого още освен тях се сецате?



## Най-честите възражения и решения

**„За никого не се сещам“ или „Няма да го направя подробно“.**

Хм, има 2 възможности. Първо, вие не искате вашите познати или колеги да се запознаят с интересните възможности на осигуряването. Това е напълно изключено, непредставимо. И така има нещо, което в момента ви спира да назовете имената на познатите и колегите. Кажете ми открито, какво точно е това.

## Имам лош опит с предаването на адреси

Разбирам ви добре, че въз основа на този опит сте предпазливи с даването на имена и телефонни номера на ваши познати. Затова най-добре би било, ако използвам дискретно вашите препоръки и познатите ви не научат, кой иска да им направи услуга с най-добро намерение. Помислете в тази връзка за някой от личния ви кръг или колегите на работата, който би бил готов да изслуша информация по темата?

## Бих искал по-добре първо да говоря с моите познати

Това е превъзходна идея, какво смятате за това, ако веднага им се обадите и накратко им обясните, че сме заедно сега, и след това да ми дадете да ги чуя. Знаете ли телефонният номер или трябва да го проверите в списъка с адреси.

**Учтивата упоритост помага!**



Фаза	Цел
Разширяване на списъка с клиенти	Капиталът на компанията на всеки консултант
Уговаряне на срещи	Основа за сключване на договор
Подготовка за разговор	Събиране на информация за клиентите, лична нагласа към клиента
Фаза на контакт	Създаване на атмосфера, контакт, изграждане на доверие
Фаза за анализ	Откриване на нуждите на клиента
Фаза за оферта	Задоволяване на нуждите на клиента, предлагане на оферта с полза за клиента
Заклучителна фаза	Сключване на договор
Отговор	Даване на потвърждение на клиента
Препоръки	Разширяване на собствения клиентски списък
Анализ след края	Постоянно самоусъвършенстване, бъдете пример
Грижа за клиента след продажбата	Осигуряване на следващи сделки

