



Nowoczesny ColdCalling w Praktyce

Tworzenie skryptu rozmowy telefonicznej
pod umawianie spotkań

Zeszyt ćwiczeń pod **drugie spotkanie**

Kilka słów od prowadzącego

Hej. Karol Froń z tej strony.

Masz przed sobą zeszyt ćwiczeń pod praktyczny warsztat, który odbędzie się drugiego dnia naszej konferencji.

Głównym celem tego spotkania będzie to, abyś wyszedł z niego z gotowym skryptyem rozmowy telefonicznej, który już następnego dnia będziesz mógł wykorzystać w swojej pracy.

Dostaniesz ode mnie **porcję tej samej wiedzy, dzięki której uczestnicy moich płatnych programów mają m.in. takie wyniki:**

Daniel Chmielowicz - branża Oze

"(...) Kiedyś na 100 wykonanych telefonów umawiałem 1-2 spotkania. Po mastermindzie skuteczność była zdecydowanie lepsza. Na 40 telefonów umówiłem 12 spotkań. **Poprawiłem swoją skuteczność umawianych spotkań 15-krotnie.**"



Daniel Chmielowicz
Podzielić się z Wami moją historią 🙌
Wiem, że od początku pracy z Karolem zmieniło i poprawiło się dużo. Nawet bardzo. Kiedyś na 100 wykonanych telefonów (dodzwonionych ok. 70-80%) umawiałem 1-2 spotkania. Po MasterMindzie ta skuteczność była zdecydowanie lepsza. Na 40 telefonów 32 dodzwonione umówiłem 12 spotkań! Czyli skuteczność była na poziomie 34% !! Wcześniej było to jakieś 1-2 % więc poprawiłem swoją skuteczność umawianych spotkań 15 - krotnie ... 🙌
Widzę dużo lepsze wyniki w pracy i sprzedaży. Co oczywiście przekłada się na lepszą wypłatę. Jestem teraz lepszym człowiekiem, po 30 latach życia uczyć się słuchać innych ze zrozumieniem (nie zagadywać ich 🙌). Wiem, że jeszcze dużo pracy przede mną ale jestem gotowy na nią i na poświęcenie, które muszę zrobić żeby być lepszym sprzedawcą i słuchaczem.



Anna Kierzkowska - Sprzedaż sprzętu do rehabilitacji

Już mam efekty, a minęło niewiele czasu od ukończenia szkolenia. **3-krotnie większa sprzedaż, dużo więcej efektywnych spotkań, zdecydowanie łatwiejszy kontakt z klientami.**

Zrozumiałam, że dużo ograniczeń siedzi w naszej głowie i to one nas ograniczają. Nie obawiajcie się, zainwestowane pieniądze zwrócą się szybko i wielokrotnie.



Zbigniew Olech - Sprzedaż prądu

Dzięki temu szkoleniu zacząłem inaczej umawiać spotkania. **Mój wynik to: 28 przeprowadzonych rozmów, 18 umówionych spotkań, 12 spotkań odbytych, z czego 8 zamkniętych, a 3 jeszcze do domknięcia.**

Na koniec pochwalę się wynikiem sprzedażowym. **Prowizja 180.000 zł od odbytych spotkań w jednym miesiącu. Można zatem powiedzieć, że 4-krotnie pobiłem swój rekord sprzedażowy,** bo wcześniej moja największa prowizja w miesiącu wynosiła 40.000 zł.

Zeszyt ćwiczeń pomoże Ci w robieniu notatek oraz tworzeniu skryptu.
Warto zatem wydrukować go sobie przed konferencją.

Pamiętaj jednak o tym, aby nie próbować samodzielnie tworzyć skryptu przed konferencją.

W zeszycie znajdziesz wyłącznie podstawowe informacje, które bez mojego komentarza nie będą wystarczające do tego, abyś mógł stworzyć wyjątkowo skuteczny skrypt oraz umiejętnie się nim posługiwać.

Dlatego uzbrój się w cierpliwość i koniecznie pojaw się na mojej konferencji.

A jeżeli jeszcze tego nie zrobiłeś, to dodaj wszystkie 3 spotkania do swojego kalendarza online, aby ich nie przegapić.

[Wystarczy, że klikniesz tutaj, a następnie w niebieski przycisk „Add to Calendar” >>](#)

Nowoczesny ColdCalling - Konferencja Online

 Tuesday, 12 December, 20:00 - 22:00 (CET)
Occurs daily, starting from Dec 12, 2023, 3 times (CET)



Time shown in CET +01:00

Link do pokoju webinarowego:
https://biurokarol.clickmeeting.com/konferencja_coldcalling

...
[Read more](#)

Add to Calendar

Do zobaczenia już wkrótce :)
Karol Froń



— CZĘŚĆ PIERWSZA —

Trzy główne powody przez które
nie umawiasz więcej spotkań

Powód I: _____ **jak** _____

Oto czym zazwyczaj się to objawia:

Symptom 1: Mówisz za dużo o _____

Symptom 2: Mówisz _____ tak _____

Symptom 3: Masz _____ w głosie

Symptom 4: Widzisz _____ klienta, a nie _____

Symptom 5: Skupiasz się na _____ zamiast _____

Symptom 6: Jesteś _____ zamiast być _____

Miejsce na dodatkowe notatki:

Powód II: Nie potrafisz od _____
_____ i _____

Przykładowe, błędne otwarcia rozmowy:

- **Kredyty:** „Dzwonię, bo przygotowaliśmy nowe instrumenty finansowe... czy jest Pan zainteresowany?”
- **Ubezpieczenia:** „Dzwonię z firmy XYZ, jesteśmy największą firmą w PL, oferujemy ubezpieczenia na dom, życie... Mamy 100.000 klientów”
- **Nieruchomości:** „...mamy w ofercie 100 nieruchomości, czy byłby Pan zainteresowany?”
- **Fotowoltaika:** „... w przyszłym tygodniu będziemy w Pana okolicy... czy możemy się umówić na bezpłatny audyt energetyczny”

Powód III: Wykonujesz _____

Dzieje się tak, ponieważ:

- Powód 1: Nie masz _____
- Powód 2: Nie znasz _____
- Powód 3: Zbyt szybko _____



CZĘŚĆ DRUGA

Jak umawiać więcej spotkań
z klientami **bez bycia natrętem?**

Krok I: Zrozum _____ klienta

Pamiętaj o tym, że _____:

- Nie spodziewa się _____
- Zakłada, że tylko _____
- Czasami obawia się, że _____

- Albo, że w jakiś sposób _____

Krok II: Zrozum najważniejsze reguły _____

- Reguła I: Kluczowa _____
- Reguła II: Czy aby na pewno _____
- Reguła III: _____ to pieniądz
- Reguła IV: Bez _____
- Reguła V: Bez _____

Miejsce na dodatkowe notatki:



CZĘŚĆ TRZECIA

Jak stworzyć **skuteczny skrypt**
rozmowy telefonicznej?

KROK I: Zdobądź uwagę

Klient na początku rozmowy ma w nosie to kim jesteś oraz z jakiej firmy dzwonisz. Zazwyczaj chce jak najszybciej się rozłączyć.

A już zwłaszcza, gdy zaczynasz rozmowę od wypowiedzenia znudzonych głosem słów w stylu:

„Dzień dobry... z tej strony Karol Froń, firmy XYZ. Kontaktuję się z Panem, ponieważ przygotowałem dla Pana specjalną propozycję ubezpieczenia na życie. Czy mogę zająć chwilę i powiedzieć o co chodzi?”

Dlatego musisz od razu pokazać mu, że warto z Tobą rozmawiać.

Musisz zatem stworzyć mocny hak na uwagę, czyli zdanie, które go zaintryguje i sprawi, że będzie gotów poświęcić Ci kilka minut.

2 Najważniejsze zasady podczas tworzenia haka na uwagę:

- 1) Główna korzyść – co klient może zyskać dzięki Twojej ofercie,
- 2) Liczba, statystyka, fakt (coś, co jest mierzalne)

Napisz poniżej w jaki sposób rozpoczniesz rozmowę z klientem, aby go zaciekawić. Jak będzie brzmiał Twój hak na uwagę?

KROK II: Akceptacja na rozmowę

Po tym, gdy zdobędziemy uwagę klienta w kolejnym kroku musimy uzyskać akceptację na rozmowę.

Chcemy tutaj sprawić, aby klient miał poczucie, że ma kontrolę nad rozmową, a my nie jesteśmy natrętnym telemarketerem.

Najważniejsze zasady, o których warto pamiętać:

- 1) Zawsze proś o 2 minuty, a nie o 20 minut,
- 2) Daj klientowi wybór

W praktyce może wyglądać to następująco:

„Zajmę Panu tylko 2 minuty i powiem z czym dzwonię, a po tym czasie sam Pan zdecyduje czy chce Pan z tego skorzystać czy nie. Czy to uczciwa propozycja?”

Napisz poniżej w jaki sposób zdobędziesz akceptację na rozmowę:

KROK III: Problemy, które rozwiązujesz

Gdy zdobędziesz już akceptację na rozmowę przechodzisz do kolejnej części rozmowy, w której opowiadasz o tym z kim pracujesz i jakie problemy pomagasz rozwiązywać.

Ta część rozmowy składa się z 5 etapów:

- 1) Etap I: Z kim pracuję?
- 2) Etap II: Nad czym pracuję?
- 3) Etap III: Jaki jest największy problem moich klientów?
- 4) Etap IV: Pytanie: „Czy Też Pan tak ma?”
- 5) Etap V: Cisza klientowi przestrzeni do wygadania się

Przykładowa struktura tej części rozmowy wygląda następująco:

Najczęściej pracuję z osobami, które _____ i które są zmęczone _____

A ich największym zmartwieniem/problemem jest _____

Spotkał się Pan z taką sytuacją?

Korzystając z powyższej struktury rozmowy oraz ściągę, którą znajdziesz na kolejnej stronie **napisz w jaki sposób opowiesz klientowi o problemach, które pomagasz rozwiązywać.**

KROK III: Problemy, które rozwiązujesz

Ściaga

Z KIM PRACUJĘ?

Najczęściej pracuję z osobami, które...

Z reguły moimi klientami są osoby/firmy, które ...

Zwykle pomagam klientom, którzy...

Najczęściej obsługuję klientów, którzy...

Z reguły najbardziej skorzystają...

Specjalizuję się w pracy z...

Często rozmawiam z osobami, które....

NAD CZYM PRACUJĘ?

Mają problem z ...

Borykają się z

Martwią się

Są zmęczeni...

Zdarza się, że

Obawiają się

Ryzykują

Są odpowiedzialni za...

Są sfrustrowani

Niepokoja się ...

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. In the background, there is a faint, light blue wavy pattern that resembles a stylized wave or a decorative border. The overall appearance is clean and professional, typical of a notebook or a document template.

KROK III: Problemy, które rozwiązujesz

A ich największym zmartwieniem/problemem jest _____

Spotkał się Pan kiedyś z taką sytuacją?

Po zadaniu pytania zamieniasz się w słuch, nic nie mówisz i dajesz się klientowi wygadać. Możesz też wchodzić w nim w interakcję poprzez:

- 1) Odpowiednie reagowanie na to, co mówi
- 2) Zadawanie pytań pogłębiających, gdy ma to sens

KROK IV: Rozwiązania, które oferujesz

Gdy klient potwierdzi Ci, że zмага się z podobnymi problemami oraz opowie Ci jak to u niego wygląda, to w kolejnym kroku opowiadasz o rozwiązaniu, które oferujesz i efektach, które przynosi.

Najważniejsze zasady, o których warto pamiętać:

- 1) Nie opowiadaj zbyt szczegółowo o Twoim produkcie lub usłudze – pamiętaj, że Twoim celem jest umówienie spotkania, a nie sprzedaż,
- 2) Wykorzystaj schemat „Nazwa + korzyść”

Ściągą

Proszę Pana... To z czym ja dzwonię/To, co ja chcę zaoferować...

<i>Nazwa rozwiązania</i>	<i>Korzyść</i>
... to ubezpieczenie na życie	dzięki któremu zabezpieczy Pan życie i zdrowie swojej rodziny nawet na kwotę miliona złotych, co da Panu poczucie bezpieczeństwa i spokój,
... to pompa ciepła	dzięki której będzie miał Pan alternatywne, ekologiczne źródło ogrzewania domu, dzięki któremu zmniejszy Pan rachunki za prąd, nie będzie Pan płacił kar, ani nie będą Pana interesowały ceny prądu,
... to audyt energetyczny	dzięki któremu może Pan zmniejszyć rachunki za energię elektryczną w firmie nawet o 30% i na dodatek zabezpieczyć sobie stałą cenę prądu nawet na kolejne 5 lat
... to thermomix	dzięki któremu zaoszczędzi Pani nawet 3 godziny dziennie na gotowaniu, a to przełoży się na dodatkowe 60 godzin w miesiącu, które może Pani przeznaczyć na relaks, hobby czy spędzenie czasu z rodziną

KROK IV: Rozwiązania, które oferujesz

Napisz w jaki sposób opowiesz klientowi o rozwiązaniu, które oferujesz, korzystając ze schematu Nazwa + Korzyść.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. There are ten evenly spaced horizontal lines across the page. Faint, light gray circular patterns are visible in the background, partially obscured by the lines. The circles appear to be centered around the middle of the page.

KROK V: Odpowiednia osoba

Dopiero gdy:

- 1) przykujesz uwagę klienta,
- 2) zdobędziesz akceptację na rozmowę,
- 3) opowiesz o problemach, które rozwiązujesz,
- 4) i przedstawisz swoje rozwiązanie,

... możesz przejść do tego, aby zacząć mówić o sobie lub swojej firmie.

Na tym etapie chcesz pokazać klientowi, dlaczego akurat Ty jesteś dla niego najlepszym, możliwym wyborem.

Musisz zatem przygotować sobie argumenty, które będą to potwierdzać.

Napisz dlaczego klient powinien wybrać właśnie Ciebie:

Kilka podpowiedzi:

- 1) Ile lat jesteś na rynku?
- 2) Ilu klientów do tej pory obsłużyłeś?
- 3) Kto korzysta z Twoich usług?
- 4) Na czym polega wyjątkowość Twojej metody?
- 5) Jakie zdobyłeś nagrody branżowe?

KROK V: Odpowiednia osoba

Kolejna podpowiedź:

Jeżeli dopiero zaczynasz w jakieś branży i nie masz sukcesów, to masz dwie opcje.

Opcja 1: Podeprzyj się doświadczeniem firmy, w której pracujesz

Zamiast „zajmuję się tym od miesiąca” -> „nasza firma zajmuje się tym od ponad dekady”

Opcja 2: Pokaż swój system wartości i uczynź ze swojej „słabości” atut

„Proszę Pana, powiem Panu tak... jeśli chodzi o moje doświadczenie w sprzedaży, to dopiero zaczynam w tej branży. Ale wie pan co?

Właśnie dlatego, że zaczynam, to po stokroć bardziej zależy mi na jakości niż ilości. Moim celem nie jest mieć 100 klientów i potem każdego z nich zaniedbywać.

Moim celem jest mieć 10 klientów i dla każdego z nich mieć zawsze czas, opiekować się nimi tak jak zaopiekowałbym się własnymi rodzicami.

Jeśli da mi Pan szansę, aby się wykazać, to obiecuję, że zrobię wszystko, aby był Pan na tyle zadowolony, żeby polecał mnie Pan swoim znajomym, bo buduję swoją markę i zależy mi na poleceniach.

KROK VI: Spotkajmy się

Gdy powiedzieliśmy już klientowi dlaczego to właśnie nas warto wybrać, to ostatnim krokiem jest zaproponowanie klientowi niezobowiązującego spotkania.

Najważniejsze zasady, o których warto pamiętać:

- 1) Nie pytaj: „Czy możemy się spotkać?” – bo klient może odpowiedzieć tak lub nie
- 2) Zamiast tego podaj dwa terminy na spotkanie,
- 3) Gdy jest to możliwe proś klienta o 15 min, a nie pół godziny lub godzinę,
- 4) Przygotuj dobry łącznik np. „Wie Pan co... świetnie mi się z Panem rozmawia, dlatego zrobmy krok dalej...”.

W praktyce propozycja spotkania może wyglądać następująco:

„Wie Pan co... Świetnie mi się z Panem rozmawia, dlatego zrobmy krok dalej.

Proponuję Panu takie krótkie, 15 minutowe, darmowe i oczywiście niezobowiązujące spotkanie na którym pokażę Panu możliwości współpracy z moją firmą, pokażę Panu co Pan zyska, jeżeli mi Pan zaufa...

... ale ostatecznie to Pan podejmie decyzję, czy będzie chciał się Pan w to zaangażować i wejść czy też nie. Ja obiecuję, że nie będę naciskał. Pytanie tylko kiedy pasuje Panu takie spotkanie. Bardziej w tym tygodniu czy następnym?

KROK VI: Spotkajmy się

Ważne – po umówieniu spotkania potwierdź termin i zobowiąż klienta do tego, aby do Ciebie ZADZWONIŁ w razie zmiany planów.

„Panie kliencie, ja w takim razie potwierdzam nasze spotkanie we wtorek, godzina 16:00.

I mam do Pana ogromną prośbę.

Gdyby z jakiegoś powodu się okazało, że nie może Pan dotrzeć na to spotkanie, bo wiadomo, różne wypadki chodzą po ludziach, to mam serdeczną prośbę.

Proszę do mnie ZADZWONIĆ i mnie o tym poinformować, dobrze?

Podpowiedź: Co możesz zrobić, gdy klient próbuje Cię zbyć i mówi: „proszę do mnie zadzwonić w przyszłym tygodniu, to się umówimy”.

„To proszę Pana zrobmy inaczej... Bo ja pracuję na kalendarzu, Pan również pracuje na kalendarzu. Umówmy się na spotkanie na przyszły tydzień na jakiś konkretny dzień, który zaraz sobie ustalimy.

Natomiast gdyby z jakiegoś powodu ten termin Panu później nie odpowiadał, to bardzo proszę do mnie przedzwonić, poinformować mnie o tym i wtedy ten termin zmienimy, dobrze?

Ale teraz już się umówmy.