



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
Podziel się z Wami moją historią. 🙌
Wiem, że od początku pracy z Karolem zmieniło i poprawiło się dużo. Nawet bardzo. Kiedyś na 100 wykonanych telefonów (dotychczasowych 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 też lepszym człowiekiem, po 30 latach życia uczy 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. **Provizja 180.000 zł od odbytych spotkań w jednym miesiącu. Można zatem powiedzieć, że 4-krotnie pobitem swój rekord sprzedażowy**, bo wcześniej moja największa provizja w miesiącu wynosiła 40.000 zł.

Marek Sapuń - Sprzedaż ogłoszeń

"(...) **Moje wyniki wzrosły nawet o 300%, sprzedaję teraz 3-krotnie więcej**, a zdarzają się miesiące, gdzie jest to nawet 4-krotna różnica..."



Marek Sapuń
Od momentu dołączenia do Mastermindu w moim życiu zaczęła się rewolucja. Przed zapisaniem się do mojej pierwszej edycji miałem wielkie zawahanie, czy wydawać pieniądze na kolejne szkolenie ryzykując tym, że poprawy wyników nie będzie. Ryzyk opłaciło się, od tego czasu przeszedłem gruntowną Froniuterapię, pakia bariera mentalna, która blokowała mnie w wielu aspektach życia, nie tylko tych sprzedażowych. Nabierałem zdecydowanie więcej odwagi, wzrosł we mnie poziom optymizmu, oraz empatii. Dzięki temu doświadczeniu wiem, że ryzyko było opłacalne. Idąc w kierunku sprzedaży, to moje wyniki wzrosły nawet o 300%, sprzedaję teraz 3-krotnie więcej, a zdarzają się miesiące, gdzie jest to nawet 4-krotna różnica. Moje zarobki poszybowały w górę ponad 2-krotnie i są często powtarzalne. Wcześniej na ponad 40 rozmów dziennie, zainteresowanych było może 3-4 klientów, teraz z podobnej liczby telefonów to co 3-4 klient chce rozmawiać i widać, że żywo są zainteresowani tym jak mogę im pomóc. Poprzednio powtarzały się obiekcje, nie mam czasu, to za drogo, zadzwonił za rok, mamy dostawcę daj pan spokój, nic nie zmieniamy. Teraz dokładnie wiem, jak zarządzać w takich sytuacjach, jak wiele obiekcji jest ukrytych i że warto poznać te właściwe oraz umieć słuchać na kilku poziomach, aby te prawdziwe powody i chęć zakupową wydobyć. Zarobki są ważne, ale totalna metamorfoza, która przeszedłem uzmysłowiła mi, że najdroższą walutą każdego z nas leży pomiędzy uszami i nieco niżej, w sercu. Pracując na takim poziomie możemy gruntownie przebudować swoje życie, tak jak ja uczyniłem to przy wsparciu Karola i całej grupy szkoleniowej. Mając jasno skierowaną busolę, droga do marzeń staje się prawdziwą przygodą, a dodając do tego powtarzalność wraz z odpowiednim nastawieniem rozwiniemy się tak, że dotrzemy tam gdzie zawsze chcemy.

Paweł Zołądek - Właściciel placówki Canal+



Tą wiedzę, którą zyskałem, przekazywałem codziennie na bieżąco swoim pracownikom i w punkcie w małym mieście. **pracownica potroiła wyniki jeśli chodzi o telefon**. **Robiła do tej pory 12-15 operacji, a tym razem zrobiła 40 zamkniętych transakcji.**

Dziewczyny w innym punkcie wygenerowały obrót 200 000 przy zamkniętym punkcie, tylko na samych telefonach i jestem bardzo zadowolony.

Program uświadomił mnie w wielu kwestiach, odnośnie prowadzenia firmy.

Zeszyt ćwiczeń pomoże Ci w robieniu notatek oraz w przygotowaniu skryptu za pomocą mojej autorskiej metody, która jest luźno inspirowana metodą Sandlera.

Warto zatem wydrukować sobie ten zeszyt 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” >>](#)

Konferencja Online: Nowoczesny ColdCalling w Praktyce

🕒 Tuesday, 14 April, 20:00 - 22:00 (CEST)
Occurs daily, starting from Apr 14, 2026, 3 times
(CEST)



🌐 Time shown in
CEST +02:00

Harmonogram spotkań:

Add to Calendar

Do zobaczenia już wkrótce :)
Karol Froń



— WARSZAT ONLINE —

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 porozmawiać.

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

3 Najważniejsze zasady podczas tworzenia haka na uwagę:

- 1) Główna korzyść – co klient może zyskać dzięki Waszej ofercie,
- 2) Liczba, statystyka, fakt (coś, co jest mierzalne)
- 3) Odwołaj się do sceptycyzmu, gdy jest to konieczne

Przykładowe haki na uwagę:

Branża ubezpieczeń:

„Dzień Dobry, XYZ z tej strony. Pozwoliłem sobie do Pana zadzwonić, bo mam sposób na to jak zabezpieczyć życie i zdrowie Pana rodziny na kwotę 500.000 zł za jedyne 10 zł dziennie. „

Nieruchomości:

Dzień dobry, XYZ z tej strony. Wiem, że prosił Pan w ogłoszeniu o to, aby pośrednicy się z Panem nie kontaktowali, ale mimo to postanowiłem zadzwonić, bo myślę, że mam sposób na to, aby sprzedać Pana nieruchomość nawet 2 razy szybciej niż gdyby Pan sam to robił i może nawet z 10-15% drożej.

Transport/spedycja

Dzień dobry, kontaktuje się z Państwem z firmy transportowo-spedycyjnej w sprawie współpracy... i wiem, że zaraz powie mi Pan, że nie jesteście zainteresowani, bo już macie firmy, z którymi współpracujecie, ale proszę mi dać dwie minuty, to powiem jak mogę pomóc Państwu usprawnić te procesy i sprawić, że nawet 99% Waszych ładunków będzie dojeżdżać na czas.

Napisz poniżej jak możesz rozpocząć rozmowę z klientem, aby go zaciekawić. Jaki będzie 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 natrętnymi telemarketerem.

Najważniejsze zasady, o których warto pamiętać:

- 1) Zawsze prosimy o 2 minuty, a nie o 20 minut,
- 2) Dajemy klientowi wybór

W praktyce ta część rozmowy 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 – daj 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

A ich największym zmartwieniem/problemem jest _____

Spotkał się Pan kiedyś z taką sytuacją?

Po zadaniu pytania powinieneś zamilknąć i dać klientowi przestrzeń do wygadania się.

Ważne jest również to, abyś wchodził na tym etapie z klientem w interakcję poprzez:

- 1) Parafrazowanie wypowiedzi klienta po to, aby pokazać, że go słuchasz i rozumiesz jego sytuację (np. „aha, czyli z tego co Pan mówi to u Was występują takie i takie problemy)
- 2) Empatyzowanie z klientem i wyrażanie współczucia, (np. „Kurcze... przykro mi, że z powodu tych nowych regulacji tak u Państwa teraz wygląda sytuacja)
- 3) Przytakiwanie (np. „aha, rozumiem, yhyymm, aaa czyli to tak u Was wygląda, itd.”)

4) Zadawanie kolejnych pytań odnośnie:

-> teraźniejszości (np. a jak w ogóle idzie teraz w Państwa branży? Co w tej chwili jest dla Państwa ważne? Jak w ogóle ta wojna wpływa na Wasz biznes?)

-> przeszłości (np. a skąd w ogóle pomysł na taki biznes? A jak długo prowadzi Pan tą firmę? A jak to się stało, że wszedł Pan akurat w tą branżę?)

-> przyszłości (np. a jakie ma plan plany na rozwój biznesu w kolejnych latach? A jeśli chodzi o ten rok, to co będzie dla Pana priorytetem).

W ten sposób będziesz miał szansę na to, aby zacząć budować relację z klientem, pokazać się od ludzkiej strony i wyróżnić na tle innych osób, które dzwoniły wcześniej do klienta.

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 opowiadamy zbyt szczegółowo o naszym produkcie – pamiętaj, że celem jest umówienie spotkania, a nie sprzedaż,
- 2) Wykorzystaj poniższy schemat „Nazwa + korzyść”

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 V: Odpowiednia osoba

Dopiero gdy:

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

... możesz przejść do tego, aby zacząć mówić o sobie.

Na tym etapie chcesz pokazać klientowi, dlaczego to właśnie Ty jest dla niego najlepszym możliwym wyborem.

Musi zatem przygotować sobie argumenty, które będą to potwierdzać.

Napisz dlaczego klient powinien wybrać właśnie Ciebie.

Kilka odpowiedzi:

- 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 odpowiedź:

Jeżeli dopiero zaczynasz w jakiejś 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.

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 Twój handlowiec powinien potwierdzić termin i zobowiązać klienta do tego, aby do niego 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 Twój handlowiec, gdy klient próbuje go 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.

Podsumowanie: Przykładowy skrypt

Poniżej możesz zobaczyć jak taki cały przykładowy skrypt rozmowy telefonicznej może wyglądać w praktyce.

Zdobądź uwagę klienta

Dzień Dobry, XYZ z tej strony. Pozwoliłem sobie do Pana zadzwonić, bo mam sposób na to jak zabezpieczyć życie i zdrowie Pana rodziny na kwotę 500.000 zł za jedyne 10 zł dziennie.

Akceptacja na rozmowę

„Zajmę Panu dosłownie tylko 2 minuty i powiem jak można to zrobić. A po tym czasie sam Pan zadecyduje czy chce Pan z tego skorzystać czy nie. Czy to uczciwa propozycja?”

Odpowiedź na obiekcję: „Nie mam teraz czasu” lub „nie jestem zainteresowany?”

Jasne, rozumiem. Wielu klientów mówiło mi to samo, ale później gdy wysłuchali mnie do końca byli wdzięczni za to, że do nich przedzwoniłem.

Zróbmy więc tak... Potrzebuję tylko 2 minut, aby powiedzieć z czym dzwonię i jeżeli nie będzie Pan po tych 2 minutach zainteresowany, to obiecuję, że już nigdy więcej nie zadzwonię. Możemy się tak umówić?

Problemy, które rozwiązujemy

Super. To proszę Pana... Ja najczęściej pracuję z osobami, które martwią się o przyszłość, o to co by było gdyby ich zabrakło, gdyby ulegli jakiemuś wypadkowi lub stracili pracę...

... a ich największym zmartwieniem jest to, jak poradziłaby sobie wtedy ich rodzina i z czego by żyła.

I chciałem zapytać jak to wygląda u Pana? Spotkał się Pan kiedyś z taką sytuacją? Albo zdarza się Panu czasami też o to martwić?

Po zadaniu pytania zamilknij. Daj klientowi przestrzeń do wygadania się. Zaczynaj budować rapport, używaj parafrazy, empatyzuj z klientem, zadawaj pytania pogłębiające, gdy to możliwe.

Rozwiązania, które oferujemy

Po wysłuchaniu klienta i zbudowaniu z nim rapportu przejdź do przedstawienia naszego rozwiązania.

No właśnie... Proszę Pana... To z czym ja do Pana dzwonię to indywidualna polisa na życie, która nie dość, że chroni na wypadek śmierci, wypadku czy utraty pracy...

... to jeszcze pozwala odzyskać wpłacone składki w sytuacji, gdyby żył Pan w zdrowiu i nie musiał z tej polisy korzystać.

Odpowiednia osoba

Ja zajmuję się tym od 4 lat, obsługuję ponad 220 klientów, działam na terenie województwa mazowieckiego.

I jestem znany z tego, że każdego klienta traktuję indywidualnie – czyli że pomagam dopasować taką polisę do jego obecnej sytuacji, zarobków czy stanu zdrowia.

Spotkajmy się

I przyznam, że świetnie mi się z Panem rozmawia, dlatego zrobmy krok dalej.

Proponuję Panu takie krótkie, 15 minutowe, darmowe i oczywiście niezobowiązujące spotkanie na którym wspólnie określimy Pana potrzeby

i na tej podstawie pokażę Panu jak taka polisa w Pana przypadku mogłaby wyglądać i ile dzięki niej mógłby Pan zyskać

... 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 pasowałoby Panu takie spotkanie.

Bardziej w tym tygodniu czy następnym?

Odpowiedź na obiekcję: proszę do mnie zadzwonić w przyszłym tygodniu, to się umówimy”.

„To proszę Pana zrobimy 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.

Ważne: Po umówieniu spotkania potwierdź termin i zobowiąż klienta, aby do Ciebie **zadzwoił** w przypadku zmiany planów.

„Panie kliencie, ja w takim razie potwierdzam nasze spotkanie w dzień tygodnia, godzina XX:XX.

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?