

Obsah

Úvodní slovo autorky.	5
Komu je kniha určena	7
Děláme či neděláme telemarketing?	11
Jak a čím se jako volající odlišit a uspět?	15
Příprava = 50 % úspěchu. Děláte/neděláte?	19
Nastavení času na telefonování.	20
Databáze kontaktů	27
Kdo je váš klient, vaše cílová skupina?	35
Zdroje kontaktů a kde je hledat	41
Příprava argumentů – informací	51
Cíl telefonátu	54
Chyby v telefonické komunikaci a čeho se vyvarovat	63
Předsudky	63
Používání cizích a odborných slov.	65
Zdrobněliny.	67
Parazitní a opakující se slova.	68
Používání nespisovné češtiny a slova, která do komunikace nepatří	68
Zbytečná „omáčka“ v komunikaci.	74
Proč JÁ (VY)?	76

Struktura telefonátu a jak získat klientovu pozornost	79
Pět kroků struktury telefonátu	79
První krok: Úvod – první část rozhovoru	79
Druhý krok: Jak zaujmout klienta	83
Třetí krok: Cíl našeho telefonátu	101
Čtvrtý krok: Kdy se schůzka uskuteční?	102
Pátý krok: Závěr telefonátu	105
Námítky – negativní reakce	111
Dvanáct často opomíjených pravidel telefonátu	127
První: Úsměv, pozitivní naladění, energie	128
Druhé: Empatie a aktivní naslouchání	128
Třetí: Oslovení klienta příjmením a psaní poznámek	129
Čtvrté: Váš hlas	129
Páté: Přirozenost	131
Šesté: Odborná znalost	132
Sedmé: Dodržet slíbené	133
Osmé: Stručnost	135
Deváté: Doba telefonování	136
Desáté: Upřímnost	137
Jedenácté: Místo, odkud telefonujete	137
Dvanácté: Soustředte se	140
Schůzka domluvená, klient nepřišel	143
Sledujete a vyhodnocujete svoji úspěšnost při telefonování?	149
Nejčastější dotazy obchodníků	151
Závěrem	155