

Продажи в мессенджерах

Мир меняется. Сегодня мы обсуждаем в мессенджерах не только личные дела, но и рабочие моменты. Неудивительно, что наши клиенты тоже предпочитают переписку телефонному разговору. Этого не стоит бояться! Инструменты продаж работают и при онлайн общении с клиентами, только имеют свои нюансы и особенности.

В чем выгода переписки?

Деловое общение в мессенджере выгодно и клиенту, и продавцу.

Клиент	Продавец
Легко воспринимает информацию и может к ней вернуться, так как она сохраняется в чате.	Собирает всю информацию о клиенте в одном месте: нет необходимости переносить данные в CRM-систему, как после устных переговоров.
Пишет в удобное время и из любого места.	Письменно фиксирует договоренности, обращается к ним при необходимости.
Может общаться одновременно с несколькими продавцами и сравнивать цены, условия, программы.	Объясняет сложные вещи легко за счет наглядности. Например, прилагает видео о том, как добраться до центра.
	Имеет возможность подумать, прежде чем ответить или задать вопрос.
	Может общаться одновременно с несколькими клиентами, что увеличивает шансы на закрытие сделок.

Что мешает продавать в переписке?

- Установки из прошлого: “в переписке можно максимум скинуть ссылку на сайт, показать фото и назвать цены”.
- Мнение, что текстовый запрос в чат - это не лид. В результате нет реакции на отклики и комментарии.
- Работа в режиме “справочное бюро”. Использование мессенджеров только для передачи справочной информации.

Топ 5 ошибок при общении с клиентами в мессенджерах

№1 Неграмотность

❌ «Добрый день! Как будите платить за курс?»

✅ «Добрый день! Как будете оплачивать курс?»

Ошибки в орфографии и пунктуации — табу.

№2 Отсутствие персонализации

❌ «Здравствуйте. Стоимость занятия от 500 до 1500 рублей».

✅ «Добрый день, Анна. Я Дарья. Стоимость занятия зависит от его длительности, а длительность от возраста учащегося. Подскажите, сколько лет Вашему ребенку?»

Анализируйте профиль клиента и находите способ обратиться к нему по имени. Не забывайте представиться сами.

№3 Невнимательность

❌ «Здравствуйте. Во сколько можно прийти на пробное занятие? Интересует студия на ул. Кулибина». — «Здравствуйте. Какая студия интересует?»

✅ «Здравствуйте. Во сколько можно прийти на пробное занятие? Интересует студия на ул. Кулибина». — «Добрый день! Занятия в студии на ул. Кулибина проводятся с 08 утра до 17 вечера. В какое время Вам было бы удобнее подойти?»

Избегайте ситуаций, когда клиент вынужден повторять свой запрос.

№4 Отсутствие четких договоренностей

❌ «8 числа постараемся приехать». — «Хорошо, будем Вас ждать».

✅ «8 числа постараемся приехать». — «Хорошо, я записала Вас. Если планы изменятся, дайте знать. Я позвоню Вам 7 числа и напомним о записи».

Фиксируйте все договоренности в чате.

№5 Отсутствие диалога

❌ «Подскажите, с какого возраста можно отдать ребенка в ваш центр?» — «С 3-ех лет».

✅ «Подскажите, с какого возраста можно отдать ребенка в ваш центр?» — «Официально с 3-ех лет, но все зависит от особенностей развития Вашего малыша. Сейчас самому юному ученику нашего клуба 2,7. А сколько лет Вашему ребенку?»

Не ставьте точку, ставьте вопрос.

Секреты вовлечения клиента в диалог

- Чуткость, забота, тепло. Обращайтесь лично, делайте корректные комплименты, ссылайтесь на комментарии, уточнения и замечания клиента.
«Спасибо за оперативный ответ!» или «Я помню, Вы писали, что...»
- Подарок или акция. Предложите клиенту полезность, а затем мягко завяжите разговор.
«Добрый день! Удалось ли Вам перейти по ссылке и скачать наш гайд? Был ли он Вам полезен?»
- Индивидуальный подход. Не будьте чат-ботами, подстраивайтесь под манеру общения клиента.
«Ссылочка не работает». — «Ух, она! А если попробовать эту?»
- Снятие немых возражений. Мессенджер — отличный инструмент для игнорирования. Помогите клиентам избавиться от сомнений, пока они еще на связи.
«Я подумаю». — «Если Вам трудно принять решение, мы можем предложить Вам бесплатное занятие. Попробуете и сможете определиться».
- Выбор. Старайтесь всегда предлагать клиенту варианты.
«Просьба оставить отзыв о пробном занятии. Если писать долго, можете записать голосовое».
- Чувство вины (провокационный метод). Не злоупотребляйте этим методом, используйте, когда точно уверены, что не обидите человека.
«Я вижу, что Вы прочитали мое сообщение, но игнорируете мой вопрос. Обидно.»

Ну что ж? Готовим скрипты и шпаргалки, открываем мессенджеры и идем продавать!