

1. MĀRKETINGA BŪTĪBA UN DEFINĪCIJAS

11

Mārketingš dod atbildi uz uzņēmumu darbības galvenajiem jautājumiem:

- Ko un kā ražot?
- Kam ražot?
- Cik daudz ražot?
- Kā pārdot?
- Kā reklamēt?
- Kādā virzienā attīstīties?

Mārketinga darbība ir vērsta uz šādiem tirgus un komercdarbības elementiem:

- pieprasījums un piedāvājums;
- konkurence;
- produkts/pakalpojums;
- cenu veidošanas principi;
- produktu sadales kanāli;
- produktu virzīšana tirgū;
- patērētāji;
- personāls;
- zīmols;
- valsts ekonomiskā politika.

Mārketingš pēta un analizē visus iepriekš minētos elementus, lai uzņēmums varētu izvērtēt tirgus situāciju, novērtētu savus resursus, izvirzītu situācijai atbilstošus mērķus un izvēlētos vispiemērotākās metodes mērķu sasniegšanai.

1. KAS IR TELEMĀRKETINGŠ?

Telemārketingš ir viens no **tiešā mārketinga** paņēmieniem, kuru izmanto, lai veidotu un uzturētu attiecības ar klientu.

Telemārketingš (Telesales) jeb pārdošana pa telefonu ir personiska, verbāla saskarsme ar klientu. Tomēr jāatzīmē, ka Latvijas pieredze rāda, ka klients tam pārāk neuzticas. Ja zvana tālrunis, cilvēks parasti paceļ klausuli un, dzirdot, ka tas ir kārtējais preču izplatītāja zvans, ir vīlies un neapmierināts.

Paskaidrojiet, kāpēc, Jūsaprāt, klientiem ir negatīva attieksme pret šiem t.s. pārdošanas zvaniem?

.....

.....

Atcerieties, ka jau sarunas sākumā, piedāvājot klientam sava uzņēmuma precī vai pakalpojumu pa tālruni, Jūsu galvenais mērķis ir **klientu ieinteresēt un panākt viņa iesaistīšanos sarunā.** Pārāk liela runāšana par sevi vai Jūsu uzņēmumu klientu sarunā neiesaistīs.

Atzīmējiet, kā var panākt klienta iesaistīšanu sarunā!

- a) runājot par tādu situāciju, kas kopīga Jums abiem;
- b) izvairoties no tādu jautājumu uzdošanas, kas skar klientus personīgi, jo tas var radīt viņos nemieru;
- c) uzdodot tādus jautājumus, kas palīdzēs uzzināt klienta domas vai viedokli par attiecīgo tēmu vai jautājumu.

Pirmajām sarunas sekundēm ir ļoti liela nozīme savstarpējās sapratnes un uzticēšanās radīšanā, tāpēc, lai nodarbotos ar telemārketingu, personālam ir jābūt speciāli apmācītam un nepieciešama nepārtraukta zināšanu papildināšana.

2. SVARĪGKIE IETEIKUMI TELEMĀRKETINGĀ 2

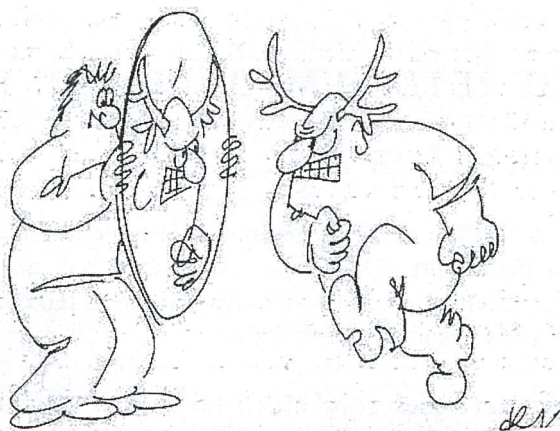
2.1. ATTIEKSME – TĀ IR JŪSU IZVĒLE!

Raksturīgi, ka daudzi vadītāji vēlas redzēt savus darbiniekus labākus, skaistākus, gudrākus, profesionālākus utt. Darbinieki vēlas apkalpot atsaucīgus, turīgus, pieklājīgus, izlēmīgus klientus. Taču ne vienmēr realitāte ir tāda, kādu Jūs to gribat redzēt. Ir lietas, kuras Jūs nekad nevarēsīt mainīt.

Ikviens no Jums var izvēlēties savu **attieksmi**. Tās ir cilvēku labvēlīgās vai nelabvēlīgas izjūtas attiecībā uz kādu parādību, un tās ir vairāk vai mazāk noturīgas. Attieksme nosaka to, kā mēs uztveram lietas, parādības un faktus, kurus nevaram ietekmēt. Svarīgi ir apzināties, ka attieksmes attīstās un pilnveidojas visu cilvēka mūžu. Kāpēc Jums to ir svarīgi zināt? Jo Jūsu **uzvedību** pret noteiktām lietām, parādībām, faktiem nosaka **attieksme** pret tām.

Labvēlīga un pozitīva attieksme nav iedzimta, to var veidot.

Lielākajā daļā gadījumu cilvēki, kuri guvuši panākumus klientu apkalpošanā un pakalpojumu pārdošanā pa tālruni vai personiskajā apkalpošanā, ir apzināti nolēmuši labvēlīgi uztvert apkārtējo pasauli, tajā skaitā sevi, klientu un savu darbu. Pozitīvā attieksme palīdz sarežģītās klientu apkalpošanas situācijās, bet negatīvā un noliedzošā attieksme var traucēt saskarsmē ar klientu ne tikai telefonsarunā, bet arī personīgajā saskarsmē ar klientu.



2.2. APZINIETIES SARUNAS MĒRĶI!

Atcerieties vienu situāciju, kad Jūs zvanījāt uz kādu uzņēmumu kā klients vai kā uzņēmuma darbinieks!

Ko Jūs vēlējāties panākt ar šo tālruņa zvanu?

- a) iegūt informāciju;
- b) aprunāties ar kādu;
- c) uzaicināt uz tikšanos;
- d) ieinteresēt ar savu produktu vai pakalpojumu;
- e) atgādināt par sevi;
- f) apsveikt sarunu biedru (piem., jubilejā, svētkos, ar bērna piedzimšanu);
- g) vienkārši piezvanīt kādam;
- h) cits variants

Sarunas mērķis ir šķietami vienkārša un acīmredzama katras telefonsarunas sastāvdaļa. Parasti sarunas mērķis liekas tik vienkāršs un saprotams, ka, plānojot sarunu, nepievēršam tam uzmanību. Taču, ja skaidri nenošakām mērķi, tad klients viegli var mainīt sarunas tēmu. Lai saruna noritētu veiksmīgi, tai ir ļoti jāsaprotas. Vislielākā uzmanība jāvelta tam, lai Jūs skaidri zinātu, ko gribat pateikt un ko vēlaties sasniegt.

Pirms zvanāt, pajautājiet sev un uzrakstiet atbildi uz jautājumu **“Ko es gribu panākt ar savu zvanu?”**.

Nekad neaizmirstiet, ka Jūs neesat vienīgā persona, kas zvana vai tiekas ar šo klientu. Kāpēc klientam jāatceras tieši Jūs? Tāpēc, ka Jūs rūpējaties par viņu! Tāpēc, ka Jums viņš nav vienaldzīgs! Ja tas ir tā, tad pirms klausules nocelšanas rūpīgi apdomājiet, kā to panākt!

3

2.3. PĀRLIECĪBA VAIRO PĀRLIECĪBU!

Kāpēc dažiem zvanītājiem ir šķietami dabiskas spējas ar savu runāšanu panākt uzmanību un cieņu? Kas ir tas, kas liek viņos klausīties un pievērst uzmanību viņu teiktajam? Ne vienmēr tas ir zvanītāja statuss vai teiktā saturs, kas liek Jums pievērst uzmanību. Šie cilvēki bieži vien nebūt nerunā izkoptā valodā, nelieto gramatiski pareizas teikuma konstrukcijas, pat viņu dikcija var nebūt teicama.

Bet viņiem ir pārliecība, stingra, noteikta ticība un pieņēmums par kaut kā patiesumu, nozīmīgumu, vērtību, savas domas par dažādām lietām, apstākļiem un situācijām.

Pārliecināta izturēšanās palielina labvēlīga pirmā iespaida atstāšanu uz klientu. Ja Jūs būsiet pārliecināts, klients uz Jūsu tuvošanās mēģinājumu atbildēs pozitīvāk. Vairums zvanu ātri tiek pārtraukti, ja klients jūt, ka tiek izniekots viņa laiks vai arī ka zvanītājs nav īsti ieinteresēts zvana iznākumā.

Atcerieties, ka pārliecību telefonsarunās ir iespējams paust ar balsi un izteiktajiem vārdiem. Pārliecinātiem cilvēkiem ir skanīgas, melodiskas, dziļas balsis, un runājot tie izmanto savas balss diapazona zemāko daļu. Pavērojiet apkārtējos un rūpīgi ieklausieties zvanītāju balsīs!

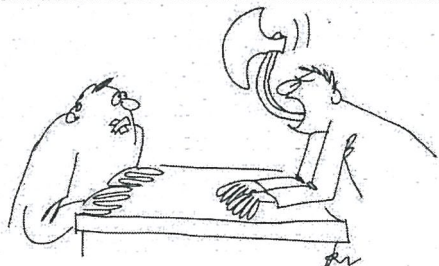
Kuri cilvēki Jums šķiet pārliecināši – tie, kuri runā ātri, saraustīti un spalģā balsī, vai tie, kuri runā lēni, plūstoši un zemākos toņos? Savu atbildi pamatojiet!

.....

.....

.....

.....



Zemāka balss pauž kontroli un pārliecību, padara to respektējamāku. Būtu smieklīgi, ja Jums ieteiktu no šī brīža rūkt un visu turpmāko dzīvi apzināti pazemināt savu balss toni, bet Jūs varat uzlabot savas balss skanīgumu, iemācoties pareizi elpot. Daži no šādiem elpošanas vingrinājumiem doti pie praktiskajiem uzdevumiem.

Pievērsiet uzmanību tālāk pieminētajām frāzēm un padomājiet, cik daudz tās var iedvest klientam pārliecību par Jūsu, t. i., zvanītāja, kompetenci.

1. frāze

Zvanītājs: "Vai Jūs nevarētu man veltīt dažus mirkļus no sava dārgā laika?"

Ko zvanītājs ar šo jautājumu vēlas pateikt klientam? To, ka "klienta dārgais laiks ir daudz vērtīgāks par **manu (zvanītāja) laiku**". Ko šajā situācijā domā klients? "Kāpēc gan man tas būtu jādara?" (Jo man mans laiks ir dārgs, un vai gan tu spēsi par to pienācīgi maksāt?)

Savukārt, ja zvanītājs jautā: "Vai Jūs nevarētu...?", tad klients, kurš patiešām nevēlas ar viņu runāt, var vienkārši pateikt: "Nē, nevaru!"

2. frāze

4

Zvanītājs: "Labdien, Bērziņas kundze. Šeit tikai es..."

Zvanītāja psiholoģiskā projekcija: — "Esmu nesvarīgs." Līdz ar to klients domā: "Ak, nē! Jau atkal viņš." Pēc tam klients izvēlas nolikt klausuli.

3. frāze

Zvanītājs: "Atvainojos, ka Jūs traucēju."

Tas, ko zvanītājs neapzināti pasaka klientam, ir: "Nespēju iedomāties nevienu iemeslu, kādēļ Jūs vēlētos ar mani runāt." Ko šajā situācijā nodomā klients, mēs jau runājam, analizējot paņēmienus veiksmīgam sarunas iesākumam.

Profesionāla, kompetenta un draudzīga pieeja no klienta puses reti tiek noraidīta. Klienti nenoraida zvanus vai piedāvājumus bez nopietna iemesla. Ja klients uzticas cilvēkam, kas viņam piezvanījis, parasti viņš neatsaka.

Reizēm klienta neuzticību zvanītājam rada sarunas sākumā izmantotās frāzes, kuras skanējušas pārāk pašpārliecināti.

Piemērs.

"Es esmu pārliecināts, ka mēs spēsim Jums palīdzēt!"

"Domāju, ka bez apdrošināšanas Jūs nevarēsiet iztikt"

Ko, Jūsaprāt, dzirdot šādas pašpārliecinātas frāzes, nodomā klients?

Piemērs.

"Paskat, ko viņš iedomājas! Viņš taču par mums neko nezina, bet jau izsaka savu spriedumu, ka var palīdzēt!"

Tāpēc īstajā brīdī un vietā lietotie vārdi un frāzes, kas izsaka zināmas šaubas, piemēram, "iespējams", "varbūt", "droši vien", parāda, ka Jūs esat gatavs uzklaut sarunas biedru, izzināt viņa vajadzības, problēmas un apstākļus. Taču pārmērīga šādu vārdu lietošana var liecināt par Jūsu nepārliecinātību un nekompetenci. Tāpēc tos vajadzētu lietot ar mēru.

2.3.1. POZITĪVIE IZTEIKUMI

No vārdiem, ko Jūs lietojat savā runā, var lielā mērā būt atkarīga klientu atbildes reakcija uz Jūsu priekšlikumiem un ieteikumiem.

Piemērs.

Zvanītājs: "Vai Jūs **nevarētu** man veltīt piecas minūtes sarunai?"

Klients: "Nē, es **nevaru** Jums veltīt tik daudz laika."

Lai ieinteresētu klientu, izvēlieties tādus vārdus, kas akcentē Jūsu piedāvājuma vai ieteikuma **pozitīvos aspektus**, un izvairieties no negatīvajiem aspektiem. Vārdi, kuriem piemīt paralēlnozīme ar pozitīvu nokrāsu, pārliecinās Jūsu klientus un palīdzēs viņiem atzīt, ka viņi rīkojas pareizi. Runājiet par to, **ko Jūs varat**, nevis par to, ko **nevarat izdarīt**.

Pozitīva formulējuma veidošana. Savu atbildi vai lūgumu izsakot pozitīvi, Jūs darāt klientam zināmu, ko Jūs darīsiet (pozitīva nokrāsa), nevis to, ko nedarīsiet vai nevarat izdarīt (negatīva nokrāsa).

5

Piemērs.

Negatīva nokrāsa (negatīvie izteikumi):

- “Es nezinu.”
- “To mēs neveicam.”
- “Tāda ir kompānijas politika.”
- “Nesagatavošu to ātrāk kā tikai nākamnedēļ.”
- “Nevarēšu to paveikt, jo mums vēl nav ierīkota jaunā norēķinu sistēma.”
- “Nevaram Jums piedāvāt. Mūsu produktu krājumi ir beigušies.”
- “Nemāku pateikt. Esmu šeit jauns darbinieks.”
- “Jums būs jāaizpilda šādi dokumenti...”
- “Lai varētu Jūs pieteikt ..., man no Jums nepieciešama šāda informācija.”

Pozitīva nokrāsa (pozitīvie izteikumi):

- “Es noskaidrošu.”
- “Mēs veicam ...”
- “Mēs to darām tādēļ, ...”
- “Nākamnedēļ viss būs sagatavots.”
- “Izdarīšu to, tiklīdz tiks ierīkota jaunā norēķinu sistēma.”
- “Mēs Jums izsūtīsim piedāvājumu, līdz ko mūsu produktu krājumi tiks papildināti.”
- “Pajautāšu kolēģim.”
- “Kad būsiet aizpildījis šos dokumentus, mēs varēsim...”
- “Es Jūs pieteikšu, līdzko saņemšu no Jums šādu informāciju ...”

Lūk, dažas noderīgas frāzes ar pozitīvu nokrāsu, kas palīdzēs Jums atstāt uz klientiem labu iespaidu:

“Protams, ka es varu...”

“Man būtu liels prieks...”

“Varu Jums palīdzēt šai jautājumā...”

“Interesanti, pastāstiet ko tuvāk...”

“Paldies par Jūsu ieteikumiem...”

“Esat izdarījis pareizu izvēli...”

2.3.2. “SLINKI” IZTEIKTĀS FRĀZES JEB NEPĀRLIECINOŠIE VĀRDI

“Slinks” runas veids ir tāds, kas liecina, ka Jūs īpaši neinteresē tas, kam un kāpēc Jūs zvanāt. Jūsu prāts, šķiet, ir saistīts ar pavisam kaut ko citu, daudz svarīgāku.

Pievērsiet uzmanību tālāk minētajiem piemēriem! Vai tie Jums nešķiet pazīstami?

Piemēri.

“Neesmu drošs...”

“Apmēram tā...”

“Tik precīzi nevaru Jums atbildēt...”

“Nemāku teikt...”

“Viss, ko es varu izdarīt...”

“Jūsu pasūtījums, cerams, būs klāt kaut kad nākamnedēļ!”

2.4. SARUNAS SĀKUMS

Jo ātrāk klients tiek iesaistīts sarunā, jo ticamāk, ka sarunas turpmākā gaita būs nepiespiestāka. Respektīvi, sarunai ir jābūt dialogam, nevis zvanītāja vai adresāta monologam.

Sarunas sākumā teiktajam nav jābūt nekam pārāk gudram, kaut arī labāk nesākt sarunu negatīvi, sakot, piemēram: “Ceru, ka Jūs neiztraucēju...” vai arī “Šeit Jūs traucē Jānis Bērziņš no firmas “ACCO”...”

Visbiežāk attieksme pret traucētājiem ir negatīva. Tad kādēļ gan vajag jau sarunas pirmajās minūtēs klientam sevi pieteikt kā traucētāju? Jums vienmēr ir iespēja; īpaši nozīmīgi tas ir situācijās, kad zvanāt uz mobilo tālruni, lai klientam pavaicātu: **“Vai Jūs šobrīd varat runāt?”** Noderīgas var būt arī frāzes **“Vai Jums ir laiks sarunai?”**; **“Vai Jums šobrīd būtu ērti runāt?”**. Runājiet tieši un par lietu, nevis “riņķī un apkārt”. Laipni paskaidrojiet, ko Jūs vēlaties. Esiet pieklājīgs, lietīšks, bet ne pieglaimīgs vai uzbrūkošs. 6

Ne vienmēr tas, ka cilvēks ir pacēlis klausuli, nozīmē, ka viņš nav aizņemts. Ja viņš saka: “Man šobrīd ir sanāksme...”, tad pajautājiet, kad viņam būtu ērtāk, lai Jūs piezvanītu vēlreiz.

Neprasiet klientam: “Vai Jums ir pāris minūtes brīva laika?”; “Vai Jūs esat ļoti aizņemts?”.

Nekādā gadījumā nesāciet zvanīt klientam tajā brīdī, kad pats vēl turpināt sarunu ar kādu citu cilvēku, piemēram, kolēģi vai klientu. Vispirms pabeidziet vienu sarunu un tad pilnvērtīgi pievērsieties telefonsarunai.

Veidojiet sarunas sākumu, ievērojot šādas lietas:

- pieklājības frāze;
- Jūsu vizītkarte (vārds, uzvārds vai amats, uzņēmums vai uzņēmuma darbības joma);
- iemesls, kādēļ Jūs zvanāt (konkrētās sarunas mērķis);
- klienta pašreizējā situācija (iespēja pilnvērtīgi pievērsties telefonsarunai, sagatavotība sarunas tematam);
- Jūsu piedāvājums.

Piemērs.

“Labdien. Jums zvana Anna Kalniņa no tipogrāfijas “Gadi” sakarā ar Jūsu kompānijas izteikto vēlmi sadarboties reklāmas materiālu izgatavošanā. Vai Jums šobrīd ir laiks sarunai?” (Noteikti sagaidām klienta atbildi. Ja klientam šobrīd nav laiks sarunai, tad mērķis ir vienoties par viņam pieņemamu laiku, kad pārzvanīt.)

Jūsu izteiktās pieklājības frāzes “Labrīt!” vai “Labdien!” dod iespēju otram cilvēkam sakopot domas un noskaņoties uz sarunu. Mēģiniet to pateikt nevis formāli, bet izjusti. Ļaujiet sarunu biedram atbildēt, pirms turpināt sarunu tālāk.

Sarunas sākumā neklājas teikt: “Vai Jānis Bērziņš ir uz vietas? vai arī “Vai es varu parunāt ar priekšnieku?” u. tml.

Sakiet tā: “Labdien, (pauze), šeit...(vārds, uzvārds). Es vēlētos runāt ar... (vārds, uzvārds).”

Atcerieties, ka Jūsu **pirmajai pieteikuma frāzei jāskan apgalvojuma, nevis jautājuma formā.**

Neizvairieties no atbildēm uz jautājumiem par to, kāpēc Jūs zvanāt. Uz šo jautājumu vēlams atbildēt, piemēram, tā: “Mums nepieciešams ar direktoru pārrunāt par apdrošināšanas jautājumiem.” Izvairieties no frāzes “personiskā jautājumā”. Kāpēc? Tā kā šo frāzi izmanto pārāk bieži vietā un nevietā, tā var nokaitināt klientu.

Zvanot uz uzņēmumu, tālruņa klausuli bieži paceļ sekretāre, kura ir kā “bufera zona”, reizēm kā palīgs vai kā šķērslis, lai Jūsu zvans nenokļūtu pie “vajadzīgā cilvēka”. Tas ir uzņēmuma pārstāvis, kuram ir tiesības pieņemt lēmumus par Jūs interesējošā jautājuma apspriešanu un pēc tam arī līguma noslēgšanu. Tāpēc izrādiet draudzīgu attieksmi pret sekretāri.

7
Ja Jūs zvanāt uz kādu uzņēmumu un, paceļot klausuli, tiek pateikts tikai uzņēmuma nosaukums, piemēram, serviss "Raitums", bet netiek atklāts konkrētā cilvēka amats vai vārds, kurš atbild uz Jūsu zvanu, tad nebūtu pieklājīgi jautāt: "Kas pie telefona?" vai "Kas runā?"

Šajā situācijā, lai noskaidrotu, ar ko Jūs runājat, Jums vispirms jānosauc savs vārds, uzvārds vai darbavieta un tikai pēc tam jājautā: "Sakiet, lūdzu, ar ko es runāju?" vai "Lūdzu, kas pie telefona?"

Situācijās, kad klausuli pacēlis cits cilvēks, piemēram, sekretāre, bet Jūs vēlaties runāt ar galveno grāmatvedi, vēlams sasveicināties un teikt: "Labdien, palūdziet pie telefona galveno grāmatvedi" vai "Labrīt, vai varētu runāt ar galveno grāmatvedi Guntu Zālīti?", vai "Labdien. Savienojiet, lūdzu, mani ar galveno grāmatvedi!"

Vajadzētu izvairīties no tādas frāzes kā "Jūs jau mani nepazīstat". Profesionālis to sarunā neizmanto. Ja Jūs uzskatāt, ka sarunas sākumā jānorāda, ka neesat pazīstami ar savu potenciālo klientu, vienkārši sakiet: "Mēs ar Jums vēl neesam tikušies." Tas skan dabiskāk un pārliecinošāk.

Uzrunājiet sarunas biedru vārdā vai uzvārdā! Bet nevajag pārspīlēt!

Ieteikumi, uzsākot sarunu:

- Sasveicinieties un izklāstiet zvana iemeslu. Ja zvanāt pazīstamam cilvēkam, varat mazliet laika veltīt patērēšanai par ģimeni, hobiju u.c. lietām, kas viņam saistās ar pozitīvām emocijām.
- Runājot esiet laipns un ieinteresēts. Smaidiet! Runājiet skaidri! Tālrunis ir tikai aparāts (tehniska ierīce), un pats nevar izstrāvēt pozitīvas emocijas.
- Iesaistiet klientu sarunā!
- Izklāstiet savu sakāmo un pārliecinieties, vai klausītājs to ir sapratis.

2.6. KĀ NORUNĀT TIKŠANOS AR KLIENTU?

Ja Jūs ar telefona zvanu esat piesaistījis klienta **uzmanību**, izsakot pievilcīgu piedāvājumu vai izmantojot kādas ietekmīgas personas ieteikumus u. tml., tad tas noskaņo klientu saņemt plašāku informāciju par Jūsu piedāvāto precī vai pakalpojumu. **Viens no veidiem, kā sniegt klientam informāciju, ir norunāt tikšanos.**

Atcerieties! Lai klientā rastos vēlme ar Jums tikties, viņš telefona sarunas laikā ir jāieinteresē! Pirms norunājat tikšanos, būtu vēlams rezumēt notikušo sarunu, vēlreiz atkārtojot, kādu tieši labumu gūs klients, izmantojot Jūsu pakalpojumus.

Piemērs.

"Man šķiet, ka mūsu pakalpojumi varētu Jums noderēt. Es gribētu satīkties ar Jums un uzzināt sīkāk, ar ko Jūs nodarbojaties un kā mēs varētu Jums palīdzēt. Es varētu detalizētāk (uzskatāmāk) sniegt atbildes uz Jūsu jautājumiem."

Pēc sarunas kopsavilkuma Jūs varat klientam vaicāt par iespēju satīkties, izmantojot šādas frāzes:

"Ja Jums nebūtu nekas pretī, mēs varētu satīkties."

"Es labprāt pie Jums iegrieztos, lai Jūs varētu iepazīties ar ..."

"Pateicos par to, ka Jūs veltījāt man savu laiku un ..."

"Es novērtēju Jūsu interesi, un labprāt atbildēšu uz Jūsu jautājumiem tikšanās laikā."

Es vēlos: iegūt klientu; pārdot produktu vai pakalpojumu; norunāt tikšanos; apsveikt jubilejā vai svētkos; izteikt līdzjūtību; sniegt informāciju par savu uzņēmumu; iegūt informāciju par potenciālo klientu utt.

Jo skaidrāks būs zvanīšanas mērķis, jo labākus rezultātus iespējams iegūt.

Ja zinām mērķi, varam novērtēt savus panākumus. Ja Jūs nezināt, ko gribat sasniegt, kā tad Jūs zināsi, ka esat to izdarījis?

Pirms Jūs zvanāt, vajadzētu apsvērt un noskaidrot, vai telefonsaruna vispār ir vajadzīga, vai tā šoreiz būs īstajā laikā. Ja tomēr esat nolēmuši zvanīt, tad atcerieties, ka nav pieklājīgi zvanīt **pirms pulksten 8 no rīta un pēc pulksten 10 vakarā**. Ne no sava, ne no kāda cita tālruņa neklājas zvanīt pēc pusnakts. To varētu darīt tikai ārkārtējos gadījumos, turklāt jau sarunas sākumā vajadzētu atvainoties sarunu biedram un sarunāties klusām. Oficiālas darījumu sarunas vēlams nokārtot darba laikā, arī situācijās, ja zvanām uz klienta vai darbinieka mobilo tālruni.

Iesaku Jums zvanīt rīta pusē! Rīta stundās cilvēki ir aktīvi un gatavi lietišķiem kontaktiem. Cieniet savu un otra cilvēka laiku! Zvaniet tikai tad, ja esat pārliecināts, ka Jums nepieciešamais cilvēks ir darbā un ka viņam ir laiks Jūs uz klausīt! Padomājiet – varbūt telefona sarunas vietā lietderīgāk ir nosūtīt vēstuli, elektronisko pasta vēstuli vai faksu, lai sarunu biedrs var iepazīties ar Jums aktuālo problēmu pirms pašas sarunas! Tā Jūs ietaupīsiet savu naudu un laiku, kā arī saruna būs konkrētāka. Ja nav iespējams sazināties ar vēlamo cilvēku, padomājiet, kas aizņems vairāk laika – pārzvanīšana vai īsas zīmītes nodiktēšana, tāpēc jau savlaicīgi izdomājiet atstājamās ziņas tekstu.

Pirms paceļat klausuli, lai zvanītu, pāris reizes dziļi ieelpojiet, atbrīvojieties un iedomājieties cilvēku, ar kuru vēlaties runāt. Tā Jūs sevi sagatavosiet šai sarunai.

Noteikti nezvaniet, ja ir slikts garastāvoklis!

Atcerieties teicienu “Kā sauksi, tā atsauksies!”. Centieties domāt par sarunu un sarunas biedru pozitīvi. Pirms sarunas, ja tas ir nepieciešams, centieties iegūt pēc iespējas vairāk informācijas par cilvēku, kuram Jūs zvanāt! Piemēram, situācijās, kad vēlaties pārdot kādu produktu vai pakalpojumu pa tālruni, būtu ieteicams iepriekš noskaidrot informāciju par potenciālo klientu – klienta vajadzības, iepriekšējā pieredze, plāni u.c. Ja Jūs nezināt, ar ko tieši būtu jārunā par Jums interesējošo jautājumu, piezvaniet sekretārei un palūdziet viņu palīdzēt. Gandrīz droši varu apgalvot, ka viņa pateiks, ar ko vajadzētu runāt. Protams, ja Jūs pratīsiet pavaicāt.

Ieteikumi, ko pārdomāt pirms tālruņa klausules nocelšanas:

- Atbildiet sev uz jautājumu “Vai obligāti ir jāpiezvana?”. Varbūt lietderīgāk pirms zvanīšanas ir aizsūtīt telefaksu, vēstuli vai tikties personīgi.
- Skaidri izdomājiet, ko gribat teikt un ar ko tieši vēlaties runāt.
- Sagatavojieties sarunai, izplānojiet sarunas saturu, mērķi, pārdomājiet argumentus un vēlreiz pārskatiet dokumentus vai informāciju!
- Nolieciet tuvumā tos dokumentus, kuri var būt nepieciešami sarunas gaitā.
- Turiet uz galda tīru papīra lapu un pildspalvu.
- Sagatavojiet īsu konspektu ar svarīgākajiem faktiem un vārdiem, kas var būt nepieciešami sarunas laikā. Konspekts noderēs situācijā, ja meklētais darbinieks nebūs uz vietas, lai varētu viņam atstāt ziņu.

Atcerieties! Ierasties uz sarunu vai zvanīt klientam, ja neesat sagatavojies, ir tas pats, kas uzaicināt savus draugus uz pikniku un pašam ierasties ar tukšu groziņu!

Norunājot ar klientu tikšanās laiku, esiet uzmanīgs un pieklājīgs un centieties piedāvāt **konkrētu laiku**. Nekad nesakiet: **“Es pie Jums kaut kad ieiešu!”** Šī frāze nozīmē, ka personiskā tikšanās Jums neko īpašu nenozīmē. Norunājot konkrētu tikšanās laiku, Jūs liksiet klientam sajūtu, ka viņš Jums ir svarīgs arī kā personība, ar kuru gribat satikties.

Nejautājiet klientam: “Kad Jums jaunnedēļ būtu brīvs laiks?” Tas nav nepareizi, bet tas izklausās tā, it kā Jums visu nedēļu nebūtu nekādu citu darbu. Labāk būtu teikt tā: **“Es jaunnedēļ būšu Jūsu pusē. Kad Jums būtu ērti satikties – otrdien vai ceturtdien? No rīta vai pēcpusdienā? Divos vai trijos?”**

Tradicionāla frāze šajā situācijā ir: “Vai Jums būtu ērtāk tikties ceturtdien divos vai piektdien desmitos?”

Sākumā šķiet, ka šīs frāzes ir vienādas, taču potenciālais klients droši vien sajūtīs atšķirību.

Lai Jūs būtu pārliecināts, ka klients atcerēsies un neieplānos neko citu Jūsu norunātajā laikā, un ieradīsies uz tikšanos, palūdziet, lai Jūsu vārdu ieraksta darba kalendārā. Līdz ar to noruna par tikšanos iegūs pienākuma raksturu.

Piemērs.

“Ļoti labi, Bērziņa kungs, lūdzu, pierakstiet mani uz ceturtdienu, 2.martu plkst. 14.00. Jā, un katram gadījumam vēlreiz nosaukšu savu vārdu – Ilga Zemīte. Ja notiek kaut kas neparedzēts, lūdzu, piezvaniet man pa tālruni 9191919, un es savukārt piezvanīšu Jums, ja no manas puses kaut kas mainīsies. Priecāšos ar Jums satikties! Uz redzēšanos!”

2.7. SŪDZĪBU ZVANS

Pirms šāda zvana izdomājiet, ko teiksiet un ar kādiem argumentiem pamatosiet savu sūdzību.

Runājiet lietišķi, korekti, uzsverot savu pieklājīgo attieksmi pret sūdzības adresātu. Centieties nezaudēt pašsavaldību un aplieciniet savu vēlēšanos rīkoties tā, lai palīdzētu otrai pusei atrast konflikta risinājumu.

Ja sarunas biedra teiktajā saklausāt apvainojumus, kas domāti Jums, norādiet uz to un izsakiet savu vēlēšanos sarunu turpināt, neuzklausot emociju plūdus.

2.8. AUTOMĀTISKAIS ATBILDĒTĀJS

Daudzās privātmājās, uzņēmumos ir automātiskais atbildētājs, tādēļ pie tā jāpierod. Iesācējiem vēlams uzrakstīt sakāmo, tad zvanīt.

Vienmēr nosauciet vārdu un uzvārdu, zvanīšanas laiku un datumu, kā arī savu tālruņa numuru, lai pie iespējas varētu Jums atzvanīt. Varat atstāt ziņu, kādā jautājumā zvanījāt.

Atcerieties! Runas saturam, ko atstājat automātiskajā atbildētājā ir jābūt īsam, konkrētam, saprotamam.

Profesionāla klientu apkalpošana ir klientu apkalpošanas personāla attieksmes rezultāts. Pozitīva, laipna un draudzīga attieksme nodrošinās profesionālu klientu apkalpošanu. Apkalpošana vienmēr sākas ar draudzīga cilvēka smaidu! Un atcerieties, ka atrast un piesaistīt jaunu klientu izmaksā piecas līdz desmit reizes dārgāk nekā noturēt jau esošo!

Telemārketing (*Telesales*) jeb pārdošana pa telefonu ir viens no tiešā mārketinga paņēmieniem, kuru izmanto, lai veidotu un uzturētu attiecības ar klientu. Tā ir personiska, verbāla saskarsme ar klientu.

Piedāvājot klientam sava uzņēmuma preci vai pakalpojumu pa tālruni, Jūsu galvenais mērķis ir **ieinteresēt klientu un panākt viņa iesaistīšanos sarunā**. Lai to panāktu, ir jāzina vairākas lietas:

1. Attieksme – tā ir Jūsu izvēle! Attieksme ir cilvēku labvēlīgās vai nelabvēlīgās izjūtas attiecībā uz kādu parādību. Tās ir vairāk vai mazāk noturīgas nosaka to, kā mēs uztveram lietas, parādības un faktus, kurus nevaram ietekmēt.

2. Apzinieties sarunas mērķi!

- Pirms zvanāt, pajautājiet sev un uzrakstiet atbildi uz jautājumu **“Ko es gribu panākt ar savu zvanu?”**.
- Pirms zvanīšanas skaidri jānoformulē zvanīšanas mērķis. Jo tas būs skaidrāks, jo lielāka iespēja gūt labus rezultātus sarunā. Ja zinām mērķi, varam novērtēt savus panākumus.

3. Pārliecība vairo pārliecību!

- Tā ir stingra, noteikta ticība un pieņēmums par kaut kā patiesumu, nozīmīgumu, vērtību un domas par dažādām lietām, apstākļiem un situācijām.
- Pārliecību telefonsarunās ir iespējams paust ar balsi un izteiktajiem vārdiem. Pārliecinātiem cilvēkiem ir skanīgas, melodiskas, dziļas balsis, un runājot tie izmanto savas balss diapazona zemāko daļu.

4. Pozitīvās valodas (pārliecināošas valodas) lietošana.

- Lai ieinteresētu klientu, izvēlieties tādus vārdus, kas akcentē Jūsu piedāvājuma vai ieteikuma **pozitīvos aspektus**.
- Runājiet par to, **ko Jūs varat**, nevis par to, ko nevarat izdarīt.

5. Sarunas sākums

- Jo ātrāk klients tiek iesaistīts sarunā, jo ticamāk, ka sarunas turpmākā gaita būs nepiespiestāka.
- Pirmajai pieteikuma frāzei jāskan apgalvojuma, nevis jautājuma formā un tālākai sarunai ir jābūt dialogam, nevis zvanītāja vai adresāta monologam.

6. Kā norunāt tikšanos ar klientu?

- Piesaistot klienta **uzmanību, izmantojot dažādas metodes** – izsakiet pievilcīgu piedāvājumu, izmantojiet kādas ietekmīgas personas ieteikumus un tml., noskaņojiet klientu saņemot plašāku informāciju par Jūsu piedāvāto preci vai pakalpojumu.
- **Viens no veidiem, kā sniegt klientam informāciju, ir norunāt tikšanos.**

7. Sūdzību zvans

- Pirms šāda zvana svarīgākais ir pārdomāt, ko teiksiet un ar kādiem argumentiem savu sūdzību pamatosiet.

8. Ziņas atstāšana automātiskajā atbildētājā

- Iesācējiem vēlams uzrakstīt sakāmo, tad zvanīt.
- Vienmēr nosauciet vārdu un uzvārdu; zvanīšanas laiku un datumu; ziņu vai kādā jautājumā zvanījāt; savu tālruna numuru, lai pie iespējas varētu Jums atzvanīt.