



10 dôvodov prečo vás ľudia v telefóne odmietajú

Ak využívate *telefonovanie* na oslovovanie nových zákazníkov, odhadujem že z desiatich oslovených so stretnutím súhlasí tak jeden. U niektorých možno ani toľko...

Za tých 10 rokov, čo som zákazníkov získaval výlučne cez telefonické oslovenie, som sa dopustil asi všetkého, čo tu uvádzam. Takže presne viem čo prežívate, keď telefonujete :) Za mňa je to asi najťažšia časť obchodníckej práce

Cieľom tohto článku je ukázať vám možné dôvody, prečo vás odmietajú. Ak sa im dokážete vyhnúť, vaša úspešnosť v telefonovaní výrazne stúpne. Porovnajte váš prístup s týmto zoznamom, a možno zistíte, kde je váš „pes zakopaný“.

Podme na to! Tu je dôvod číslo jeden...

1. príliš „surový“ zoznam – mať dlhý zoznam kontaktov je síce pekné, ale ako je to s ich kvalitou? Sú kontakty v zozname z vašej (konkrétne vyšpecifikovanej) cieľovej skupiny? Majú ľudia na zozname aspoň základné predpoklady na to, aby mohli byť vašimi zákazníkmi?



Minimálne polovica vášho úspechu v telefonovaní závisí od kvality vašich kontaktov. Máte jasne stanovené kritériá, podľa ktorých kontakty filtrujete? Ak nie, je možné, že mlátite „prázdnu slamu“.

2. nesprávny cieľ telefonátu – učili vás, že cieľom úvodného telefonátu je dohodnúť si stretnutie? Chyba!!! Máte nesprávne stanovený cieľ. Takže na prvú prekážku narazíte ešte skôr, ako zdvihnete slúchadlo.

Chybička krásy je v tom, že od človeka na druhej strane hneď niečo *chcete*. A keďže ste pre neho neznámy človek, hádajte ako zareaguje?

3. predčasná prezentácia – v tomto má „stará škola“ telefonovania pravdu: cieľom telefonátu nie je prezentovať ani ponúkať váš produkt alebo službu.

Dokonca by ste ich v úvodnom telefonáte vôbec nemali spomínať. Prečo? Na 99% si dotyčný bude myslieť, že váš produkt nepotrebuje. A je po telefonáte. Je to fakt – ak by niečo potreboval, nebude predsa čakať, kým mu zavoláte.



4. chýba príprava – ak neviete kam a komu voláte a ako by váš biznis mohol súvisieť s ich podnikaním, nečudujte sa, že vás budú považovať za dotieravého predajcu.

Ak neviete v telefóne nadviazať na niečo konkrétne, čo telefonát trochu „zohreje“, nemáte veľké šance. Predajcov, ktorí im volajú bez konkrétneho dôvodu, majú zákazníci už plné zuby.

5. žiadna pridaná hodnota – toto je jeden z najväznejších dôvodov, prečo vás ľudia odmietajú. Prečo by sa mal s vami niekto chcieť stretnúť? Čo získa výmenou za svoj čas? Iba to, že to chcete vy, nestačí.

Ak chcete, aby sa s vami zákazník bol ochotný stretnúť, musíte ponúknuť niečo viac ako len: „...rád by som vám ponúkol spoluprácu“, alebo „chcem vám odprezentovať naše produkty“. To je možno pridaná hodnota pre vás, ale nie pre zákazníka.

6. monológ – to je problém predajcov všeobecne. Snažia sa čo najviac rozprávať v nádeji, že čím viac povedia, tým skôr zákazníka niečím zaujmú. Plus – ak zákazníka nepustia k slovu, nemá ich ako odmietnuť. Jedno aj druhé je omyl!

Akékoľvek porozumenie môžete dosiahnuť iba dialógom. Platí to aj pre telefonát. Navyše – čím viac rozprávate, tým väčšie je riziko, že zákazník s niečím nebude súhlasiť, niečomu neporozumie a čo je najhoršie – že vás prestane počúvať. Koľko krát pustíte zákazníka k slovu vy?



7. chýba stratégia – niekedy vás zákazník odmietne iba kvôli tomu, že ste ho zastihli v nesprávnej chvíli alebo nálade. Mohol vás odmietnuť iba z dôvodu, že voláte. Nie z dôvodu, kvôli ktorému voláte. Alebo to v tomto období naozaj nechce riešiť, lebo má iné priority.

Máte aj plán B a C? Jeden telefonát je ako osamotený výstrel do tmy. Potrebujete premyslenú stratégiu. Ideálne v kombinácii s rôznymi komunikačnými kanálmi a obsahom. Dokonca prvým krokom ani nemusí byť osobné stretnutie!

Takto zvýšite pravdepodobnosť, že sa k niečomu dopracujete. Hlavne ak oslovujete vyššie pozície vo firmách, ako napríklad majiteľov, konateľov alebo top-manažérov.

8. „deštruktívny“ slovník – nie som veľkým zástancom hry na slovíčka, ale niekedy je to naozaj dôležité. Môže stačiť použiť jedno nevhodné slovo alebo slovné spojenie a zákazník položí.



Príklad – povedzte, že sa zaoberáte *poistením*, *reklamou*, alebo že mu chcete niečo *ponúknuť*. Reakcia nenechá na seba dlho čakať.

„*Ďakujem, nemám záujem!*“ - a viete, že ste povedali niečo, čo ste nemali.

9. tlačenie na pílu – fyzika hovorí jasne: "Každá akcia vyvolá rovnakú, opačne orientovanú reakciu." Preto každá snaha presvedčiť alebo dotlačiť zákazníka, aby urobil čo chcete, nutne povedie k odporu a k odmietnutiu.

Treba to robiť presne naopak - zákazník by mal mať pocit, že sa rozhoduje slobodne, a nie že ho do niečoho netlačíte.

"Možno by bolo jednoduchšie, keby sme sa krátko stretli, aby som vám to všetko mohol aj ukázať. Potom mi poviete, či je to pre vás zaujímavé alebo nie. Bude to takto v poriadku?"

Cítite, ako nechávam slobodu voľby na zákazníkovi? Napokon, v tejto chvíli ešte ani vy neviete s istotou povedať, či vaša ponuka bude pre neho naozaj vhodná.

10. chodenie okolo „horúcej kaše“ – vy viete, že 90% volaných už má nejakého dodávateľa. Alebo že sú spokojní so súčasným stavom a nič sa nechystajú meniť. A zákazník má tým pádom v rukách dobrú zámienku, aby vás odmietol.



Mimochodom, námietky: „*Už máme dodávateľa*“ alebo „*Máme to vyriešené*“ sú reakciou na nevhodne sformulovanú „návnadu“. Vyrábajú si ich teda obchodníci sami. Úplne zbytočne. Zmenou scriptu sa im dá predísť...

Toto je 10 najčastejších dôvodov, prečo telefonovanie obchodníkom neprináša také výsledky, aké by si želali. **Našli ste sa v niektorých?**

Správne telefonovať je tak trochu veda a tak trochu umenie. Našťastie viac veda ako umenie. Takže sa to **dá naučiť**. Ale treba čerpať z dobrých zdrojov – škola telefonovania á la 90-te roky vám už dnes veľmi nepomôže.

Môžete napríklad navštíviť môj workhop: [Cold-calling: Ako telefonovať do firiem?](#) Získate tam kompletný návod - ako sa nastaviť a ako telefonovať bez toho, aby ste sa dopúšťali uvedených 10 chýb. Plus presný postup ako reagovať na najčastejšie námietky. Po tomto workshope telefonovanie už nebude pre vás nočná mora, ale funkčný spôsob ako hľadať nové obchodné príležitosti. [Viac info](#)

Prajem vám veľa úspechov ;)

Martin Mišík
tréner predajcov a autor