Приветствие (вступление в контакт с клиентом, в рамках которого менеджер должен произвести положительное впечатление, войти в доверие, проявить свою максимальную заинтересованность);

 Представление менеджера, знакомство с клиентом (сотрудник фирмы, осуществляющий продажи по телефону, должен представиться, озвучить название фирмы, которую он представляет, спросить у клиента, есть ли у него возможность продолжить разговор. Если клиенту удобно продолжить разговор, необходимо узнать, как его зовут, если же имя известно, обращаться уважительно по имени и отчеству);

Рассказ о фирме и параллельное выявление потребностей клиента (на данном этапе менеджер должен тактично разузнать, интересно ли клиенту его предложение, какие из его потребностей может удовлетворить фирма, постараться выяснить его личные предпочтения. После того, как менеджер выяснил потребности клиента, он должен приступать к рассказу о фирме – предложение будет напрямую зависеть от потребностей клиента);

 Рассказ о выгоде сотрудничества с вашей фирмой (после презентации фирмы, необходимо акцентировать внимание на том, какое уникальное предложение подготовлено для будущих заказчиков, какие выгоды клиент получит при работе с вашей компанией, чем вы лучше конкурентов. Менеджер должен постараться максимально мотивировать клиента к совершению сделки);

 Работа с вопросами клиента, возражениями, обсуждение спорных моментов (необходимо сказать о том, что если предыдущие этапы общения с клиентом пройдены менеджером успешно, то вопросов, возражений и нареканий у клиентов будет минимальное количество. Все возражения нужно стараться смягчить грамотно подобранными фразами, также постараться «дожать» клиента, если он сомневается, простым перечислением основных выгод, которые он получит от сотрудничества с вами);

 Озвучивание договоренностей, совершение сделки (в случае, если продажи подходят к концу и сделку можно назвать уже состоявшейся, следует предложить клиенту другие сопутствующие услуги для повышения среднего чека продаж, а затем заключить сделку. Если же продажи не будет или она переносится на другой срок, следует озвучить предварительные договоренности с клиентом);

 Завершение разговора, прощание (вне зависимости от итога разговора, менеджер обязательно должен уважительно попрощаться с клиентом, оставив приятное впечатление о фирме).