

EĞİTİM PROGRAMI

TELEFONL A SATIŞ USTALIĞI

Dijital Talepten Satışa Dönüşüm
Teknikleri

Solimpeks Dijital Bayi ve Satış Akademisi



Eğitim Kimler İçin?

- Dijital Bayiler
- Satış Temsilcileri
- Bölge Satış Sorumluları
- Çağrı Merkezi Personelleri ve Bayi Sahipleri

AMAÇ VE SÜRE

Eğitimin Hedefleri

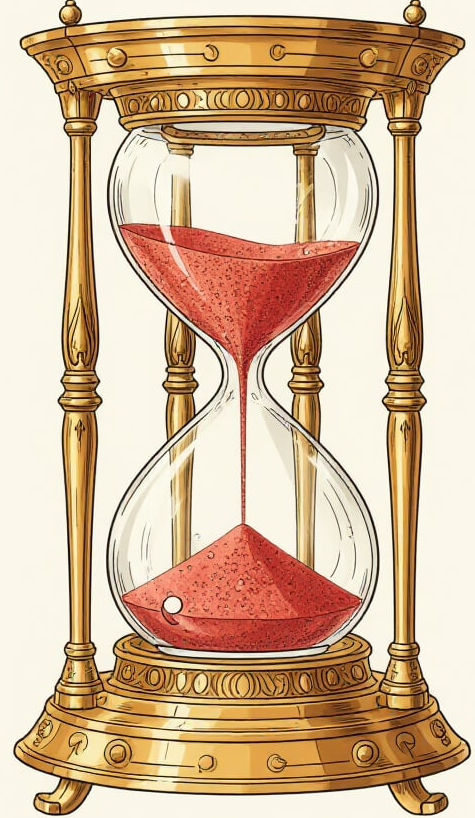
Dijital reklamlardan gelen müşteri taleplerinin telefonda profesyonel şekilde yönetilmesini sağlamak, randevu oranlarını artırmak ve satış kapatma becerilerini geliştirmek.

45

DAKİKA
SÜRE

40

EĞİTİM
SLAYTI



BÖLÜM 1

*TELEFON NEDEN HALA EN
GÜÇLÜ SATIŞ ARACIDIR?*

Dijital Talebin Psikolojisi

Müşteri Beklentisi

Hızlı çözüm ve profesyonel yaklaşım bekler.

İlk Temas

Marka algısının oluştuğu en kritik andır.

Güven Faktörü

Ses tonu, güvenin en hızlı inşa aracıdır.

Üstünlük

WhatsApp ve e-postadan daha kişisel ve ikna edicidir.

*"Müşteri ürünü satın almadan önce
satıcıya güven duyar."*

ANA MESAJ

BÖLÜM 2

İLK 5 DAKİKA KURALI

HIZ VE ETKİ

Zamanın Maliyeti

01. Hızlı Geri Dönüşün Etkisi

Talebin sıcaklığı geçmeden ulaşmak dönüşüm oranını 7 kat artırır.

02. Geç Dönüşün Maliyeti

Müşteri şüpheye düşer veya rakiplere yönelir.



AVANTAJLAR

İlk Ulaşan Firmanın Gücü

Güven

Profesyonellik göstergesi.

Hatırlanma

Zihinde ilk yer edinme.

Randevu

Süreci ilk başlatan olma.

Satış Kapatma

Psikolojik üstünlük.

BÖLÜM 3

MÜŞTERİ PSİKOLOJİSİNİ ANLAMAK

DUYGULAR

Müşteri Ne Hisseder?

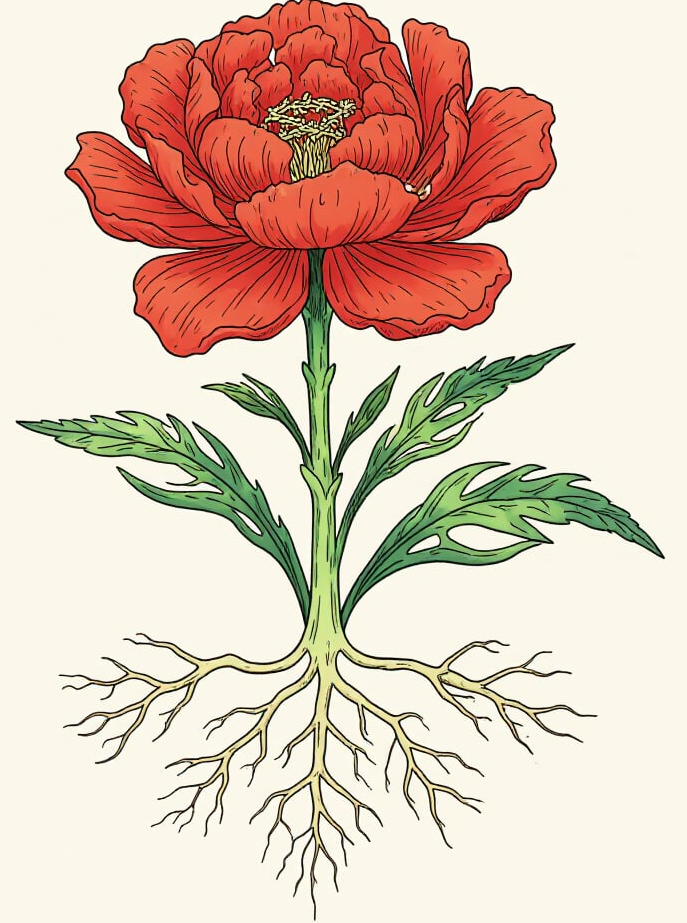
Merak

Şüphe

Kararsızlık

Umut

Risk Algısı



BEKLENTİLER

Müşteri Ne Duymak İster?

GÜVEN

UZMANLIK

ÇÖZÜM

SAMİMİYET

BÖLÜM 4

TELEFON GÖRÜŞMESİNİN 5 ANA HEDEFİ

STRATEJİ

Temel Hedefler

1. Güven oluşturmak
2. İhtiyacı anlamak
3. Bilgi toplamak
4. Randevu oluşturmak
5. Sonraki adımı planlamak

Vurgu: İlk görüşmenin amacı satış yapmak değildir.



BÖLÜM 5

MÜKEMMEL TELEFON AÇILIŞI

ÖRNEK DİYALOG

"Merhaba Ahmet Bey. Ben Solimpeks'ten Mehmet. Isı pompası ile ilgili bilgi talebiniz bize ulaştı. Şu anda görüşmek için uygun musunuz?"

İSİM KULLANIMI • TANITIM • REFERANS • İZİN ALMA

BÖLÜM 6

KAÇINILMASI GEREKEN HATALAR

KRİTİK HATALAR

Fiyat Odaklılık

Hemen fiyat vermeyin.

Monolog

Sürekli konuşmaktan kaçının.

Teknik Boğma

Aşırı detaya girmeyin.

Negatif Rekabet

Rakipleri kötülemeyin.

BÖLÜM 7

AKTİF DİNLEME SANATI

DENGELİ İLETİŞİM

30%

KONUŞ

70%

DİNLE

Kullanılacak İfadeler:

- Doğru mu anladım?
- Biraz daha açabilir misiniz?
- Bu konu sizin için neden önemli?



BÖLÜM 8

GÜÇLÜ SORU SORMA TEKNİKLERİ

TEKNİKLER

Açık Uçlu

Bilgi toplamak için.

Kapalı Uçlu

Onay almak için.

Yönlendirici

Faydaya çekmek için.

Derinleştirme

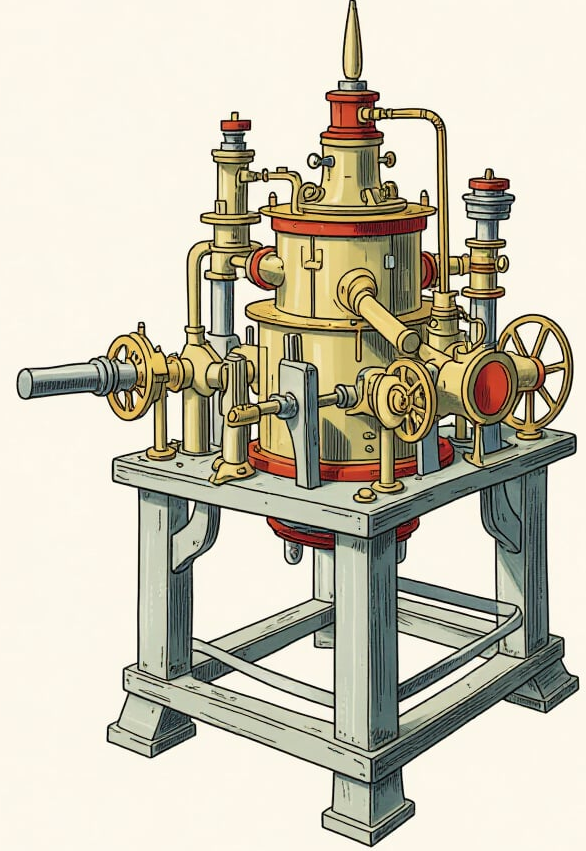
İhtiyacı kazımak için.

BÖLÜM 9

ISI POMPASI GÖRÜŞMESİ İHTİYAÇ ANALİZİ

ANALİZ SORULARI

- Eviniz kaç metrekare?
- Hangi şehirde?
- Şu an nasıl ısıniyorsunuz?
- Enerji maliyetiniz ne kadar?
- Sıcak su ihtiyacınız nedir?
- Tasarruf beklentiniz nedir?



BÖLÜM 10

GES GÖRÜŞMESİ İHTİYAÇ ANALİZİ

ANALİZ SORULARI

- Elektrik faturası tutarı
- Çatı alanı ve yönü
- Mülkiyet durumu
- Gelecek tüketim ve elektrikli araç planı



BÖLÜM 11

SOSYAL STİLLERİ TANIMAK

PROFİLLER

1. Analitik

Veri ve mantık odaklı.

2. Sürücü

Sonuç ve hız odaklı.

3. İfadeci

Prestij ve vizyon odaklı.

4. Dostane

Güven ve ilişki odaklı.

BÖLÜM 12

ANAHTAR KELİMELEERLE ETKİLEME

STRATEJİK KELİMELER

Analitik

Verimlilik, Performans, Geri Dönüş
Süresi

Sürücü

Sonuç, Hız, Lider Teknoloji



STRATEJİK KELİMELER

İfadeci

Prestij, Konfor, Modern Yaşam

Dostane

Güven, Destek, Garanti



BÖLÜM 13

TELEFONDA GÜVEN OLUŞTURMA

SİNYALLER

Satın Alma Sinyallerini Yakalamak

- Kurulum ne kadar sürüyor?
- Garanti süresi nedir?
- Ödeme planı nasıl?
- Ne zaman başlayabiliriz?

BÖLÜM 15

İTİRAZ YÖNETİMİ

SENARYOLAR

Fiyat Yüksek

Değer ve tasarruf vurgusu.

Düşüneceğim

Belirsizliği netleştirin.

Rakip Teklif

Kalite farkını gösterin.

Eşimle Konuşacağım

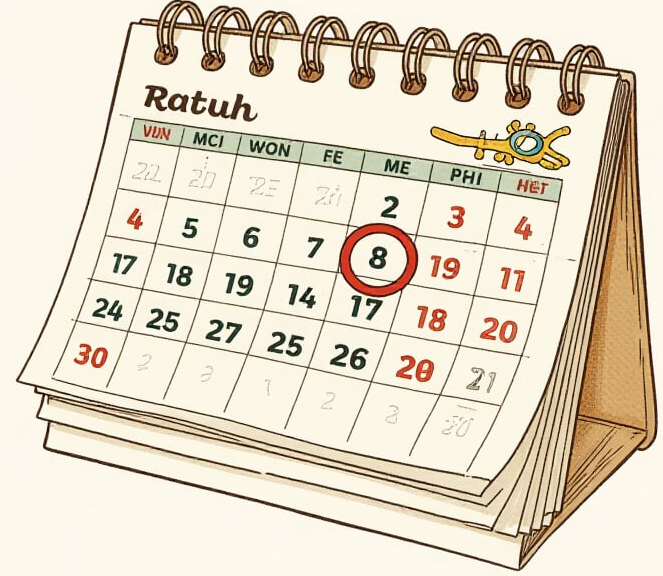
Ortak keşif önerin.

ACİLİYET & RANDEVU

Alternatifli Teknik

"Çarşamba mı daha uygun olur
Perşembe mi?"

Beklemenin maliyeti ve kampanya
takvimi ile etik aciliyet oluşturun.



TAKİP SİSTEMİ

Zaman Akışı Stratejisi



ODOO CRM

Süreç Yönetimi

Arandı

Randevu Alındı

Teklif Verildi

Kazanıldı

UYGULAMA

Rol Oyunları (10 Senaryo)

Isı Pompası Talebi • GES Talebi • Fiyat
İtirazı • Kararsız Müşteri • Rakip Teklifi •
Aciliyet Oluşturma • Randevu Alma • Satın
Alma Sinyali • Keşif Planlama • Satış
Kapatma



ALTIN FORMÜL

Daha Fazla Randevu + Daha Fazla Satış

"Telefonun diğer ucundaki kişi bir müşteri değil, çözüm arayan bir insandır. Önce güven kazan, sonra satış gelir."

Teşekkürler!