**6 kluczowych etapów umawiania spotkania**

**Prawie każde spotkanie sprzedażowe zaczyna się od rozmowy telefonicznej. To od jej przebiegu zależy, czy nasz potencjalny kontrahent będzie chciał wysłuchać naszej propozycji.**

Dlatego to bardzo ważne, by już na tym etapie zaprezentować się profesjonalnie i przyciągnąć uwagę osoby, na której nam zależy.

**1. Przygotowanie się do rozmowy**

To niezwykle ważny punkt. Zanim podniesiemy słuchawkę powinniśmy dobrze zastanowić się, kim jest nasz rozmówca i co chcemy mu zaproponować. Warto zadbać o dopasowanie treści i sposobu mówienia. Dobrze jest jeszcze raz powtórzyć sobie wszystko, co mamy do powiedzenia tak, by nie umknęła nam ważna nazwa lub numer telefonu. Dodatkowo, powinniśmy zadbać także o techniczne aspekty np. o kartkę i długopis, sprawny komputer i telefon. Dobre przygotowanie się do rozmowy daje nam komfort psychiczny i niemal całkowitą pewność, że nic nas nie zaskoczy podczas rozmowy.

**2. Powitanie**

To kluczowy moment rozmowy. Mamy kilka sekund na to, by przyciągnąć uwagę naszego rozmówcy, dlatego na samym początku trzeba wyraźnie się przedstawić i powiedzieć z jakiej firmy dzwonimy. Bardzo ważnym elementem jest kolejne zdanie - to od niego zależy, czy nasz potencjalny klient będzie chciał z nami dłużej rozmawiać, dlatego warto zrezygnować z nudnych i oklepanych formułek na rzecz czegoś bardziej oryginalnego i intrygującego.

**3. Otwarcie rozmowy**

Ten etap rozmowy służy wyjaśnieniu naszemu rozmówcy czego będzie dotyczyć rozmowa i zaangażowaniu jego uwagi.

Jeśli jest to osoba, z którą mieliśmy już wcześniej kontakt, warto rozpocząć od podsumowania wydarzeń, które miały miejsce od czasu naszej ostatniej rozmowy. Natomiast, kiedy rozmawiamy z daną osobą pierwszy raz, warto zadać jej kilka pytań, by lepiej rozpoznać jej potrzeby - podpowiada **Agata Moszyńska**, Specjalista ds. Sprzedaży w firmie Smart MBC.

**4. Budowanie relacji**

Przed przejściem do konkretów warto zadbać o dobrą atmosferę rozmowy. Zanim rozmowa zejdzie na poważne tematy dotyczące sprzedaży można przez chwilę porozmawiać na luźniejsze tematy np. dotyczące wspólnych zainteresowań, czy spotkań lub imprez, na których ostatnio mieliśmy okazję się spotkać.

**5. Przedstawienie oferty**

To najważniejszy moment rozmowy - w końcu przedstawiamy klientowi naszą ofertę, która ma za zadanie zachęcić naszego klienta do zakupu. Powinna ona zatem jak najlepiej spełniać jego oczekiwania i odpowiadać na jego potrzeby. Oczywiście, nie można zapominać o tym, że oferta musi być korzystna dla obu stron - zarówno dla naszego rozmówcy, jak i naszej firmy.

**6. Ustalenie terminu spotkania**

Dobrze przeprowadzona rozmowa kończy się najczęściej ustaleniem terminu spotkania sprzedażowego. Aby uniknąć sytuacji, w której klientowi nie pasuje żaden termin, warto zaproponować mu kilka różnych dat lub zasugerować, by wybrał ją sam.

Nie każda rozmowa ma jednak takie zakończenie - aby skutecznie umawiać się z klientami i tworzyć z nimi dobre relacje potrzeba praktyki i doświadczenia. Na szczęście istnieją programy, które pomagają ćwiczyć umiejętności sprzedażowe. Są to specjalne symulatory rozmowy z klientem, dzięki czemu można szybciej przyswoić skuteczne zachowania i sposoby komunikacji. Warto poćwiczyć, zanim rozpocznie się poważne rozmowy czy kluczowe negocjacje.