



MIROSLAV PRINC

7 DŮVODŮ

**proč lidé V TELEFONU
odmítají**
A JAK TO DĚLAT
aby neodmítali Vás

Úvod

Je mnoho důvodů, proč lidé v telefonu odmítají.

Na některé nikdy nepřijdeme. Ne všechny nám budou dávat smysl. A ne s každým, který rozeznáme, se nám podaří vypořádat.

Ovšem s některými důvody odmítání se vypořádat dokážeme - to proto, že jejich vznik závisí na nás, na našem přístupu, postupech a vystupování.

Vaše úspěšnost se zvýší podle toho, do jaké míry dokážete napravit svůj přístup a vystupování, které odmítání způsobují.

Prvním krokem tedy je, znát důvody **proč** Vás lidé odmítají. Pak můžete začít pracovat na tom **jak je napravit**.

Některá z následujících doporučení dokážete do Vašeho telefonování zapracovat snadno a rychle, s některými se budete muset popasovat.

Za odměnu **Vás lidé začnou víc poslouchat**, protože se odlišíte od ostatních. Vy tak zvýšíte svou šanci, že uslyší Vaše sdělení.

Z takových telefonátů **získáte lepší pocity**. Potvrzují to obchodníci, kteří podle mých doporučení telefonují.

Telefonování už pro Vás **nebude ani noční můrou ani vynucenou aktivitou**, která Vás tíží na ramenou celý týden.

A teď už se do toho pusťme!

7 důvodů, proč lidé v telefonu odmítají

- 1 SPOUŠTÍTE JEJICH ODMÍTACÍ REFLEX
- 2 NEROZUMÍ, PROČ VOLÁTE PRÁVĚ JIM
- 3 NEVZBUDILI JSTE JEJICH ZVĚDAVOST
- 4 CHCETE TOHO MOC, PŘÍLIŠ BRZY
- 5 SNAŽÍTE SE JE PŘESVĚDČIT
- 6 TESTUJÍ, JESTLI SI JE ZASLOUŽÍTE
- 7 NEJSTE JEJICH TYP

Spouštíte jejich odmítací reflex

1

Upravte svůj slovník a telefonát

“Odmítacím reflexem” jsem pojmenoval prakticky nekontrolovanou odmítavou reakci lidí, když na ně v telefonu začnete mluvit. Nejčastěji ji spouštíte dvěma způsoby:

ZAKÁZANÝMI SLOVY

Slov spouštějících odmítání je více. Nejkriklavější ale jsou podstatné jméno **nabídka** a sloveso **nabídnout**. Podle oboru, v kterém působíte, to budou další slova jako například **produkt** nebo **smlouva**.

OPOSLOUCHANOU ŠABLONOU

Také telefonujete podle šablony: “**pozdravit, představit sebe, svou firmu a zeptat se, jestli neruším**”? Jestli ano, tak Vás lidé odmítají automaticky na základě podobnosti s obchodníky, které už v minulosti odmítli.

Obchodníci se na mě obracejí s dotazy “jak zaujmout do deseti vteřin”. Jenže důležitější než zaujmout je **nespustit odmítací reflex**. Tady je, jak to můžete dělat Vy:

POUŽÍVEJTE VÝSTIŽNĚJŠÍ SLOVA

Jsem přesvědčený, že to, co děláte nebo co v telefonu chcete, vhodněji popisují další slova. Co třeba: **návrh, možnosti, alternativy, doporučení** anebo **zjistit, ukázat, navrhnout, doporučit**?

POUŽÍVEJTE STRUKTURU PIZZA

Sestavil jsem a dodnes při tvorbě skriptů používám určitou [strukturu telefonátu - PIZZA](#). Obchodníci, kteří podle ní telefonují potvrzují, že klienti jim říkají: “**Potkal jsem se, protože jste zněl tak nějak jinak.**” A to přece chcete!

Nerozumí, proč voláte právě jim

2

Mějte nesobecký důvod

Lidé mají zkušenost, že jim naslepo volají obchodníci a něco po nich požadují - čas nebo peníze. Ta náhodnost v nich vzbuzuje odpor.

PROČ VOLÁTE PRÁVĚ MĚ?

Někdo se paranoidně ptá: “Kde jste na mě vzali číslo?”. Častěji ale lidem chybí odpověď na otázku: **“Na základě čeho, jakých kritérií, jste si mě vybrali?”** anebo “Proč se právě já mám bavit právě s vámi?” **Problém pro Vás je, že tu otázku Vám nepokládají nahlas.**

JAK SE MĚ TO TÝKÁ?

Na každého z nás denně působí tisíce marketingových sdělení. Abychom přežili, **naučili jsme se ignorovat co se nás netýká.** Patří mezi ně i telefonáty. A budou to i ty Vaše - pokud lidem nebudete říkat, jak se jich týká. [Ano, Vy, ne Vaše produkty nebo služby.](#)

Odpor lidí k obchodním telefonátům pramení nejen z toho, že z jejich hlediska jsou bezdůvodné, ale také z toho, že jsou sobecké - že je děláte hlavně pro sebe.

MĚJTE DŮVOD VOLAT PRÁVĚ JEMU

Říkáte, že důvod uvádíte, třeba: “Chci si domluvit schůzku, abych vám představil naše služby.” Ale proč? Že je může využít nestačí. Říkejte: **“Volám vám, protože ...”** a udávejte [relevantní důvod související s jejich situací.](#)

BUĎTE RELEVANTNÍ

Být relevantní znamená mít s lidmi, s jejich situací něco společného. Mohou to být **zájmy, životní situace, pracovní zkušenosti, expertíza v oboru** anebo třeba **“jenom” lokalita.** Jde o to, abyste se Vy jim a oni Vám přiblížili - jako lidé s něčím společným.

Nevzbudili jste jejich zvědavost

3

Vzbuzujte zájem výsledky

Nejvýznamnější slabinou telefonátů, které slychám je [zájmová věta](#) - důvod proč se o Vás má někdo zajímat. Co z Vás můžou lidé mít?

ZÁJMOVÁ VĚTA ÚPLNĚ CHYBÍ

Když říkáte: **“My se zabýváme tím a tím a chci si domluvit schůzku, abych vám to představil.”** Ruku na srdce, co je na tom zajímavého? Proč mají změnit své plány?

VÁGNÍ ZÁJMOVÉ VĚTY

“Radím, jak ušetřit nebo vydělat,” nebo **“Pomáháme získat více zákazníků”** jsou nezajímavé prázdné fráze. Necháváte na lidech, aby si domýšleli, co to pro ně může znamenat. Přitom Vaše práce je říct jim to! Tím se přece prodáváte!

Cílem zájmové věty je vzbudit zájem dozvědět se víc, ať už v rozhovoru nebo v dalším kroku. Jestliže [chcete lidi zaujmout, musíte směřovat k tomu, jak se budou mít líp](#). Zajímavé nejsou ani produkty nebo služby, ani informace.

ZAJÍMAVÉ JE ZBAVIT SE PROBLÉMU

Jak jste pomohli ostatním vyřešit jejich problémy? Používejte slova jako: **snížit, zkrátit, odstranit, vyřešit, potýkat se a vždy uveďte nějaký konkrétní výsledek.**

ZAJÍMAVÉ JE DOSÁHNOUT CÍLE

Jak jste pomohli ostatním dosáhnout jejich cíle? Používejte slova jako: **dosáhnout, zvýšit, získat, zkrátit, zrychlit a vždy uveďte nějaký konkrétní výsledek.**

Chcete toho moc, příliš brzy

4

Pozdržte svůj požadavek

Telefonát je efektivní způsob, jak oslovit konkrétní jednotlivce. Efektivita ale klesá s tím, jaké riziko lidé přikládají Vašemu požadavku. [Čím méně Vás znají, tím jste pro ně rizikovější.](#)

STRAŠÍTE JE ROZHODNUTÍM

Lidé se neradi rozhodují. **Rozhodnutí znamená změnu a ta nebezpečí.** To, že říkáte, že schůzka bude “krátká a nezávazná” nestačí. Setkání s cizím člověkem, při kterém nějaké rozhodnutí budou muset dělat, je příliš rizikové.

V 20-té VTEŘINĚ JE BRZY

Čím dříve svůj požadavek vnesete, tím méně informací mají a tím víc se bojí. Chybí jim informace o Vás. O tom, jaký jste člověk, jak komunikujete, jak se chováte a jak může vypadat schůzka s Vámi.

Píšu “požadavek”, ale pro telefonování mám raději slovo “návrh”. To proto, že byste neměli požadovat, ale navrhopvat další krok, který vyplyne z vaší konverzace.

ROZHODNUTÍ ANO, ALE JDE O TO “JAK”

[Konverzace neznamena tlachání.](#) Rozhodnutí potřebujete. Kvůli němu berete telefon do ruky. **Je ale rozdíl, jak se k němu dostanete.** Abyste člověka nezablokovali hned v první větě (odmítací reflex), **musíte mu dát čas, aby se uklidnil.**

O PÁR DESÍTEK VTEŘIN POZDĚJI JE LEPŠÍ

Kdy navrhnete další krok, vyzvete k rozhodnutí, záleží na vztahu mezi Vámi a osloveným. Čím méně Vás člověk zná, tím delší mu musíte dát čas na to, aby si na Vás zvykl.

Snažíte se je přesvědčit

5

Nechte je vypovídat

Někdy se mě obchodníci ptají, jak lidi přesvědčit nebo dokonce donutit k souhlasu. To je špatný úhel pohledu. Nátlak vyvolává odpor a Vaše pozice v telefonu je častěji ta slabší.

SKÁČETE JIM NA ŠPEK

Někteří lidé Vás zkouší. **Chtějí slyšet, jak reagujete na námitky.** Chtějí Vás hodit do stejného pytle jako všechny ty před Vámi, kteří je o něčem chtěli přesvědčit a oni se nedali. Když jim na to skočíte, vychutnají si Vás.

MUSÍTE NĚCO DOKAZOVAT?

Komu a co dokazujete přesvědčováním lidí, kteří nechtějí být přesvědčení? Sobě? Jim? Nadřízenému? Celému světu? **To je neefektivní a neziskové.** A také to vede k frustraci a vyhoření.

Lidé nechtějí být přesvědčováni. Chtějí mít pocit, že se rozhodují. Buďte chytřejší a dejte jim ho.

UKAŽTE, ŽE JSTE JINÍ

99 obchodníků ze 100, kteří jim zatím volali, je přesvědčovalo. Když nebudete, budete ten jeden. Navíc, lidé se chtějí pochlubit, jak to, s čím voláte, mají vyřešeno. Vyzývejte je k tomu. **Prozradí Vám důvody, proč Vás potřebují.**

NĚKDY ZA TO PROSTĚ NESTOJÍ

Telefonování je víc o hledání cest k lidem, kteří jsou otevření dalším krokům, než o přesvědčování těch, kteří jsou jim uzavření. **Každý zatvrzelý odpůrce Vás obírá o peníze.** Stanovte si mez, kdy hovor ukončíte a zadáte další číslo.

Testují Vás, jestli si je zasloužíte

Lidé už vědí, že vzít do ruky telefon a navolit nějaké (jejich) číslo je pro mnohé obchodníky (vysněná) nejkratší cesta k jejich peněžence nebo firemnímu rozpočtu. A tak chtějí vědět, jestli k nim patříte i Vy.

COUVÁTE PŘÍLIŠ BRZY

Za posledních pár let už si vyzkoušeli, že některým volajícím stačí říct: “Ted’ nemůžu mluvit.” a obchodník (operátor) se odporoučí s omluvou. Tím se utvrzují, že se s ním neměli bavit. Vždyť o ně neměl zájem.

UŽ NEZAVOLÁTE

Zároveň také zjistili, že ten samý obchodník anebo i jiný, který dokonce slíbil, že zavolá “jindy”, se málokdy ozve znovu. Tak chtějí zjistit, jestli máte opravdový zájem anebo jestli pro Vás jsou jen anonymním číslem.

6

Ukažte, že jste připravení pracovat

Telefonování, prodej a setkávání se s lidmi je práce jako každá jiná. Málo co je hotovo hned a napoprvé. **Ukazuje svými činy, že jste jiní než ostatní** - přece se chcete odlišit, nebo ne?

DOMLOUVEJTE KONKRÉTNÍ “JINDY”

Že člověk nemůže mluvit, právě když jste mu zavolali, je přirozené. Když už s ním ale mluvíte, pokuste se konkretizovat, **kdy to bude lepší** - za hodinu nebo zítra dopoledne? Ukážete, že Vám na rozhovoru s ním záleží.

BUĎTE OCHOTNÍ SI TO ODPRACOVAT

Buďte připravení volat jednomu člověku vícekrát. Komu to bude vadit, tak Vám to řekne, anebo spíš ne, protože Vám nezvedne telefon. **Mnozí to ale ocení a vyberou si Vás právě kvůli tomu - že jste si to odpracovali.**

Nejste jejich typ

7

Poslouchejte a přizpůsobujte se

Lidé v telefonátu reagují víc na to, jak jim “zní” než na cokoli jiného. Rozhodují se subjektivně podle dojmů a pocitů, které v nich Váš “zvuk” vyvolá. Většině lidí nebudete znít dobře, protože:

JSTE JINÝ TYP

Asi už jste slyšeli o typologii osobností. V každém z nás převažuje jeden typ a podle něj se projevujeme. Víc nám potom “sedí” lidé stejného typu. Neplatí to doslova, ale v telefonu **máme přirozenou šanci asi u čtvrtiny lidí.**

MLUVÍTE JINÝM “JAZYKEM”

Lidé se také odlišují v tom, v jakém formátu preferují informace. Vizuálně založení je musí “vidět”, pocitově založení je musí “prožít” a hovorově založení si o nich musí “povídat”.

Typologie osobností zasahuje do několika vědních oborů. Navíc, protože typ nám je vrozený, je to ta nejtěžší věc, kterou bychom mohli chtít upravovat. Proto, **nemějte ambice měnit ani sebe ani lidi, s kterými mluvíte.**

BUĎTE FLEXIBILNÍ

Radši buďte **otevření naslouchat a rychle se přizpůsobit stylu** a osobnosti člověka na druhé straně. Mluví pomalu? Zpomalte. Klade úsečné otázky? Odpovídejte stručně. Je žoviální? Uvolněte se a zavtipkujte.

POUŽÍVEJTE JEJICH SLOVNÍK

Vizuálům navrhujte věci “ukázat”, pocitářům “zhodnotit” a diskutérům, co jiného než “prodiskutovat”. **Rozhodování o dalším kroku pak pro ně bude přirozenější.** A jak je odhalit? K tomu možná v příští publikaci.

7 důvodů, proč lidé odmítají

- 1 SPOUŠTÍTE JEJICH ODMÍTACÍ REFLEX
- 2 NEROZUMÍ, PROČ VOLÁTE PRÁVĚ JIM
- 3 NEVZBUDILI JSTE JEJICH ZVĚDAVOST
- 4 CHCETE TOHO MOC, PŘÍLIŠ BRZY
- 5 SNAŽÍTE SE JE PŘESVĚDČIT
- 6 TESTUJÍ, JESTLI SI JE ZASLOUŽÍTE
- 7 NEJSTE JEJICH TYP

7 kroků ke zlepšení

- UPRAVTE SVŮJ SLOVNÍK A TELEFONÁT
- MĚJTE NESOBECKÝ DŮVOD
- VZBUZUJTE ZÁJEM VÝSLEDKY
- POZDRŽTE SVŮJ POŽADAVEK
- NECHTE JE VYPOVÍDAT
- UKAŽTE, ŽE JSTE PŘIPRAVENI PRACOVAT
- POSLOUCHEJTE A PŘIZPŮSOBUJTE SE

ZAVOLEJTE MI NEBO NAPIŠTE

Tel.: +420-720 562 512

Email: princ@prodejpotelefonu.cz

Pracuji s obchodníky a vedoucími obchodních týmů. Pomáhám jim získat lepší pocity z telefonování, snižovat odmítání a zvyšovat úspěšnost o desítky procent.

Za dvaadvacet let své praxe jsem v různých obchodních rolích udělal tisíce telefonátů a vedl tisíce obchodních jednání v různých zemích Evropy, USA a Kanadě. Dnes své zkušenosti předávám prostřednictvím různých nástrojů, webinářů, publikací, školení a konzultací.

Mobilní aplikace [Call Smartly](#)

Kniha [Jak uspět při obchodním telefonování](#)

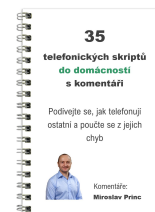
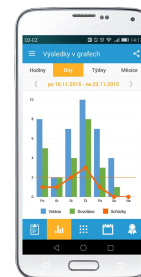
Sbírký [35 skriptů do domácností a 23 do firem](#)

Online kvízy [Lepší než studené kontakty](#)

[Školení a semináře](#)

[Webináře](#)

www.prodejpotelefonu.cz



www.callsmartly.com

www.knihajaktelefonovat.cz