RYSZARD
ZAWADZKI

DAMIAN
ZAWADZKI

AGENT Z DOMU. MISTRZ PRACY NA PORTFELU 4/4

NOWY KLIENT BEZ WYCHODZENIA Z DOMU.

BARDZO MOŻLIWE

WPROWADZENIE.

“Skuteczne sposoby na nową produkcję. Nowy Klient bez wychodzenia z domu!”

Czwarty artykuł z serii “Agent z domu”” jest kontynuacją wpisów, w których rozkładamy na czynniki pierwsze prace na portfelu, telefonowanie, kryzysowe SMS, pozyskanie nowego Klienta. Zrozumienie filozofii, a przy tym zmiana nawyków i dostosowanie się do obecnej sytuacji jest rzeczą niezbędną no i oczywiście kluczową. Wprowadzając systematycznie poszczególne założenia, my Agenci jesteśmy w stanie przezwyciężyć nawet największy kryzys.

NOWY KLIENT W DOBIE PANDEMII? ZDECYDOWANIE! OBOJĘTNIE JAK DUŻY BĘDZIESZ MIAŁ PORTFEL KLIENTÓW I TAK MUSISZ CAŁY CZAS DOCIERAĆ DO NOWYCH. TO JEST DROGA NA SZCZYT.

Czy praca z nowym klientem jest trudniejsza niż praca na portfelu? Pewnie tak. Zdecydowanie tak. Dochodzi znacznie więcej elementów do opanowania. Daje to natomiast zdecydowanie większe możliwości. Jesteśmy jednak też narażeni na popełnienie większej ilości błędów. Najważniejsze jest tutaj pochodzenie kontaktu, namiaru. Ważne czy dostaliśmy na przykład polecenie czy leady, rekomendację czy na zimno. Każdy namiar się różni.

Obecna sytuacja związana z pandemią, wymusza od nas innego podejścia do pracy. Przede wszystkim zdalnie, przez telefon. Uważam, że opanowanie teraz tego elementu, tego sposobu, dobrze zrobi nam na przyszłość. Kiedy będziemy mieli możliwość powrotu do spotkań, sprzedaży tradycyjnej, bezpośredniej to i tak (przynajmniej tak mi się wydaję) sprzedaż internetowa, telefoniczna pozostanie już na stałe i będzie nieodłącznym elementem naszej ścieżki sprzedaży.

SPOSOBY PRACY ZDALNEJ NA NOWEGO KLIENTA.

Do tej pory celem agenta było umówienie się z klientem. Stres, podniecenie, zadowolenie, że klient godzi się na spotkanie, a także niepewność siebie spowodowały, że zazwyczaj zapomnieliśmy o zebraniu tych podstawowych informacji, które powinno się zebrać już przy pierwszej rozmowie telefonicznej. Braliśmy tylko datę, adres i jakoś tam będzie. Ci najlepsi sobie jakoś radzili na spotkaniu, ci przeciętni po prostu się męczyli. I nie dziwmy się, że później zamykają co 5, co 10 spotkanie. Teraz to wszystko musisz zrobić przez telefon. Zatem...

WYPYTAJ DOKŁADNIE KLIENTA O WSZYSTKIE DANE.

Uwierz mi to nic strasznego! Wiek, dzieci, partnerka, działalność czy etat, czy ma polisy? PYTAJ! Im więcej, wiesz tym lepiej możesz się przygotować, nic Cię nie zaskoczy, a przede wszystkim wiesz co zaproponować. Musisz się do tego przyzwyczaić, nauczyć się. Przede wszystkim, zapraszam do Akademii Ubezpieczeń (www.akademiaubezpieczen.eu) do modułu Warsztaty - Rozmowa Telefoniczna. Koniecznie zobacz i przypomnij sobie wszystkie podstawowe rzeczy. Tutaj skupimy się na konkretach.

Najważniejszy jest początek rozmowy. Musisz doprowadzić do tego, aby Klient chciał w ogóle z Tobą rozmawiać. Musisz go zaciekawić, Klient musi zacząć słuchać. Doprowadźmy do jakiegoś punktu zaczepienia, doprowadźmy do uśmiechu i zróbmy to nieszablonowo. Wierz mi, że ludzie mają dość tych wszystkich telefonów z promocjami, ofertami itp.

Nowych Klientów dzielę na 3 grupy - rekomendacji/ polecenia, leady, nowo poznana osoba. Do całkowicie zimnych namiarów nigdy nie dzwonię dlatego nie będę się wypowiadał.

Przykłady:

- telefon z rekomendacji w celu spotkania/ sprzedania polis

  "Witam Pani Małgosiu, z tej strony Ryszard Zawadzki ubezpieczenia. Próbowali nas umówić, a dokładnie Pani koleżanka Beata. No i właśnie... mam tylko napisane, że młoda, zdrowa, bogata i nie wie co z pieniędzmi robić :) a tak na poważnie, ja zajmuję się ubezpieczeniami na życie i tutaj warto byłoby porozmawiać. Pozwoli Pani, że zadam kilka pytań, tak wie Pani, żeby być lepiej przygotowanym. Etat - działalność? A przepraszam, ta druga połówka jest? Dzieci w jakim wieku? Czy Ma pani jakieś polisy?..."

- telefon z leadów w celu spotkania/ sprzedania polis (próbowali nas gdzieś tam umówić, proszę pozwolić, że zapytam...

  "Witam Panie Michale, Ryszard Zawadzki ubezpieczenia. Próbowali nas tam umówić, tzn dostałem takie informacje z firmy, że interesują Pana sprawy ubezpieczeniowe. Co konkretnie Pan ma na myśli... A proszę jeszcze powiedzieć tak, żebym mógł cos podpowiedzieć - Pan etat czy działalność? A przepraszam żona, dzieci są? Jakieś polisy?..."

Nie poprawnie, nie gramatycznie? A może właśnie o to chodzi...

- osoba nowo poznana

  "Witam Pani Moniko, Ryszard Zawadzki ubezpieczenia. Mieliśmy okazję się poznać na "takim i takim wydarzeniu (czy też spotkaniu online)". Nie wiem czy Pani pamięta :) No właśnie, może jakaś biznesowa kawka? Może akurat jakiś biznesik uda się zrobić?

„KRYTYCZNE SMS, POSTAW KLIENTA DO PIONU!"

Wiadomości SMS jest to bardzo skuteczna metoda komunikacji z klientem w tak zwanych najgorszych przypadkach. Mam tu na myśli tę sytuację kiedy w zasadzie jesteśmy już na straconej pozycji i myślimy, że nic więcej nie możemy wywalczyć, że straciliśmy klienta. Np. kiedy kilka razy próbowaliśmy dodzwonić się do klienta lub kiedy przedstawiliśmy ofertę, a nie mamy konkretnej decyzji, informacji czy coś robimy czy nie. Agencji często wykonują kilka, kilkanaście telefonów. Powoduje to, że wychodzimy na desperatów, namolnych, a pamiętaj, że nie ma nic gorszego niż namolny Agent ubezpieczeniowy. Każdy ponowny nieodebrany telefon pogarsza sytuację. Tutaj bardzo skuteczne są SMSy! Są trzy sytuację kiedy decyduję się na taką formę kontaktu:

„KRYTYCZNE SMS, POSTAW KLIENTA DO PIONU!"

1. Związane z obecną sytuacją koronawirusa, czyli wyszukuję wszystkich Klientów, z którymi miałem kontakt w przeciągu ostatniego roku i z jakiś przyczyn ich nie ubezpieczyłem. Sytuacja zmieniła się na tyle, że można wysłać odpowiednią wiadomość, ponieważ Klient może zmienić nastawienie widząc co się dzieje wokół.

- tekst "Witam Panie Michale, w związku z zaistniałą sytuacją firmy ubezpieczeniowe wprowadzają ograniczenia. Jeśli nadal zastanawia się Pan nad taką formą zabezpieczenia siebie, jak i rodziny - trzeba zrobić to teraz. Czekam na telefon. Ryszard Zawadzki

- Panie Marcinie od poniedziałku firmy ubezpieczeniowe wprowadzają duże ograniczenia. Chcąc mieć zabezpieczenie w formie polis, trzeba zrobić to jak najszybciej, najlepiej dzisiaj. Proszę o kontakt.

2. Kiedy rozmawiałeś już z klientem w celu dogrania spotkania i przedstawienia oferty, kiedy mieliście ustalić jakiś termin, a teraz klient nie odbiera tel. Teoretycznie sprawa może być już przegrana, ale czasami zdarza się tak ,że klient miał dużo obowiązków, albo pojawiły się jakieś problemy np. rodzinne. Ale najczęściej klient nie odbiera telefonu bo nie podjął decyzji, nie wie co miałby odpowiedzieć. Wtedy sms może okazać się bardzo skuteczny.

- tekst "Panie Zbyszku, proszę dać znać CO ROBIMY. Czy odpuszczamy temat, czy umawiamy się. Obawiam się, że robię się trochę namolny, ale z drugiej strony wiem, że potrzeba ubezpieczenia w Państwa wypadku jest konieczna."

- "Dzień dobry byliśmy umówieni na kontakt w późniejszym czasie, jednak biorąc pod uwagę fakt, że firmy ubezpieczeniowe w obecnych realiach wprowadzają duże ograniczenia, kontaktuję się wcześniej. Proszę o telefon, najlepiej dzisiaj."

3. Kiedy już przedstawiłeś ofertę i czekasz na decyzję klienta czy robimy czy dajemy sobie spokój. Pamiętaj lepiej szybciej usłyszeć przysłowiowe NIE, niż żyć nadziejami przez kolejne dwa tygodnie!

- tekst "Pani Alino, czy coś robimy, czy dajemy sobie spokój? Jaka decyzja? Z jednej strony potrzeba ubezpieczenia jest konieczna, ale z drugiej nie chciałbym być namolny. Jeśli Pani nie czuje, to dajmy sobie spokój. Zawadzki Pozdrawiam"

Wiesz co często gubi agentów? Tak zwane otwarte tematy. Masz rozpoczęte rozmowy u np. 30 klientów i się łudzisz, że coś się zrobi. Tracisz czas, energię, wykonujesz dziesiątki telefonów na próżno. Wierz mi, odpowiedni SMS jest idealnym rozwiązaniem

ZAKOŃCZENIE.

RYSZARD ZAWADZKI

DAMIAN ZAWADZKI

Więcej na www.akademiaubezpieczen.eu