

12 проверки: къде губите запитвания

За бизнеси, които вече имат интерес към услугите си, но искат по-ясен път от първия въпрос до решението на клиента.

Отделете 20–30 минути. Проверете всяко твърдение с реален пример и отбележете отговора. „Не знам“ е задача за проверка, а не автоматично доказателство за проблем.

Офертата: разбира ли човекът какво получава?

1. Първото изречение казва за кого е услугата.

Проверете: Покажете началото на сайта за 10 секунди на човек, който не познава бизнеса. Може ли да обясни какво продавате и на кого?

Първа стъпка: Напишете: „Помагаме на [клиент] да постигне [резултат] чрез [услуга].“ Заменете общите обещания с конкретна задача.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

2. Обхватът и цената не оставят основни въпроси.

Проверете: Ясно ли е какво влиза, какво струва и кога се получава? Ако цената е индивидуална, пише ли от какво зависи?

Първа стъпка: Опишете един основен пакет с включеното, срока и следващата стъпка. При индивидуална оферта дайте примерен обхват, без подвеждаща начална цена.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

3. Има доказателство, което можете да защитите.

Проверете: Може ли посетителят да види реален пример, процес или отзив с разрешение от автора?

Първа стъпка: Покажете действителна работа и обяснете своя принос. Разграничавайте гледанията, запитванията и продажбите. Не представяйте едното като доказателство за другото.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

Сайтът: може ли човекът да направи следващата стъпка?

4. Основният бутон води на правилното място.

Проверете: Отворете сайта от телефона си и натиснете основния бутон. Ясно ли е какво следва, без да търсите из менюто?

Първа стъпка: Изберете една основна стъпка: запитване, разговор или покупка. Назовете я конкретно и проверете всички бутони, които водят към нея.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

5. Формата работи и обяснява какво е станало.

Проверете: Изпратете пробно запитване. Получава ли го правилният човек? Вижда ли посетителят потвърждение и срок за отговор?

Първа стъпка: Тествайте празни полета, грешен имейл и неуспешно изпращане. Запазете въведеното при грешка и покажете телефон или имейл като алтернатива.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

6. На телефон всичко се чете и натиска удобно.

Проверете: Проверете малък екран: има ли скрит текст, хоризонтално скролиране или бутон, закрит от банер?

Първа стъпка: Премахнете пречещите елементи. Увеличете гребния текст и бутоните. Натиснете телефонния номер и проверете дали отваря набиране на правилния номер.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

Какво се случва след запитването?

Проверете последните реални разговори. Един пропуск е сигнал за преглед; повтарящите се пропуски помагат да изберете откъде да започнете.

Отговорът: има ли човек и следваща стъпка?

7. Всяко ново запитване има отговорник.

Проверете: Кой следи телефона, имейла и съобщенията? Кой поема задачата, когато този човек отсъства?

Първа стъпка: Определете основен човек и заместник. Записвайте новите запитвания в един списък, дори засега да е обикновена таблица.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

8. Знаете колко време отнема първият отговор.

Проверете: Прегледайте последните 10 запитвания и часа на първия съдържателен отговор. Автоматичното „Получихме съобщението“ не се брои.

Първа стъпка: Изберете реалистичен срок в работно време и го показвайте на клиента. Поставете известие или редовни часове за проверка, които можете да спазвате.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

9. Първият отговор помага на клиента да продължи.

Проверете: Отговаряте ли на конкретния въпрос, или само изпращате ценоразпис без обяснение?

Първа стъпка: Отговорете по същество, задайте един нужен въпрос и предложете ясна следваща стъпка. Използвайте шаблон като основа, но го съобразявайте с човека.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

Продължението: какво става след първия разговор?

10. Отворената оферта има дата за следващ контакт.

Проверете: Можете ли веднага да посочите на кого сте изпратили оферта и кога ще се чуете отново?

Първа стъпка: За всяка оферта записвайте дата и следваща задача. Уговаряйте удобно време за продължение. При отказ прекратете търговските напомняния.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

11. Знаете защо разговорите спират.

Проверете: Различавате ли „няма отговор“, „неподходящ клиент“, „отложено“ и „отказ“?

Първа стъпка: Записвайте известната причина с едно изречение. Ако не я знаете, отбележете „неизвестна“, вместо да предполагате, че проблемът винаги е цената.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

12. Следите няколко числа по еднакъв начин.

Проверете: За един и същ период имате ли брой реални запитвания, изпратени оферти и спечелени клиенти?

Първа стъпка: Правете кратък седмичен преглед. Отделяйте тестовите и спама, използвайте еднакви определения и отчетете времето, нужно за решение на клиента.

☐ Работи ☐ За подобрение ☐ Не знам

По-лесна следваща стъпка за Вашия клиент.

Следните текстове са примерни. Попълнете скобите с вярна информация и ги съобразете с конкретното запитване.

Първи отговор на запитване

Здравейте, [име]! Благодаря за въпроса за [услуга]. [Директен отговор за цената, срока или възможността, за която човекът пита.] За да Ви насоча точно, бихте ли уточнили [един необходим въпрос]? След това мога да Ви изпратя [конкретна информация] или да се чуем за [цел на разговора].

Ако още нямате точен отговор, кажете какво трябва да проверите и кога ще се върнете с информация. Не измисляйте свободни часове или цена.

Продължение след изпратена оферта

Здравейте, [име]! Пиша във връзка с офертата за [услуга], която обсъдихме. Остана ли нещо неясно по [обхвата / срока / цената]? Ако моментът не е подходящ, кажете ми дали да се свържа с Вас на по-късна дата, или да приключим запитването.

Използвайте го за започнат разговор, с разумен интервал и съобразно уговорката. Уважавайте отказа и не превръщайте напомнянето в натиск.

Как да измерите първото подобрение

Време за отговор

От получаването до първия съдържателен отговор. Ако броите само работните часове, използвайте това правило и преди, и след промяната.

Запитвания с оферта

Запитвания, довели до оферта + всички реални запитвания от избрания период. Запишете и самите бройки, не само процента.

Спечелени клиенти

Колко от същите запитвания са завършили с покупка. Изчакайте обичайния срок за решение; новите отворени разговори още не са загубени.

При малък брой запитвания промяната в процента не е надеждно доказателство сама по себе си. Запишете и други промени — реклама, сезон, цена — които може да влияят.

Едно подобрене. Ясен план за 7 дни.

Изберете конкретен пропуск, който можете да поправите с наличните хора и инструменти. Не е нужно да сменяте всички системи наведнъж.

Пропускът, който видяхме, и реален пример:

Какво ще променим тази седмица:

Кой отговаря и до коя дата:

Начален показател и период на измерване:

Как ще проверим, че промяната работи:

Дата за преглед на резултата и следваща задача:

Ден 1: проверете и изберете пропусък. **Дни 2–3:** подгответе промяната. **Дни 4–5:** внедрете и направете пробно запитване. **Дни 6–7:** прегледайте дали процесът се спазва. За оценка на продажбите може да е нужен по-дълъг период.

Искате да го подгредим заедно?

Аз съм Георги Кърчев. В KARCHX помагам с офертата, сайта и обработката на запитванията. В безплатен разговор до 30 минути можем да обсъдим един от пропуските, които сте отбелязали.

0895 739 335 · karchx.com/bg#contact

Примери от работата ми можем да разгледаме в разговора. Ръководството е за самопроверка и не обещава определен брой клиенти или приходи.