

Hiba azért felhívni valakit utógondozás címen, hogy eladj neki valamit

Az előző hibánál leírtam, hogy használjunk automatizmusokat, viszont időről-időre, évente legalább 2-szer szükség van személyes impulzusra is. Ez legyen egy valódi érdeklődés telefonon vagy személyesen. Például, ha összefutunk egy rendezvényen. Ha valakit felhívsz fél év csönd után és valamit rájuk akarsz „melegíteni”, az gáz. Az emberek nem hülyék, és azonnal levágják, hogy mi történik.

Ez nem valami jó PR.



MEGOLDÁS: *Ha kijön egy új terméked vagy szolgáltatásod, és elmaradt az utóbbi időben az utánkövetés, akkor az eladás helyett a kapcsolatot fel kell melegítened.*

Én ezt 3 lépcsőben javaslom:

- 1. Először hívd fel az ügyfelet telefonon, és érdeklődj a hogyléte felől, illetve, hogy hogy használja a terméket, aztán köszönj el.*
- 2. Egy vagy két hét múlva megint legyen valamilyen apropó, de még mindig ne kerüljön szóba az új termék.*
- 3. Aztán a következő héten eljöhét a várva várt hívás, de előbb semmiképp.*



ÖSSZEFOGLALVA: *Az a vevő, aki 2 hónapja nem hallott rólad, elfelejt. Így utógondozásra az ideális szám, hogy minimum 2 havonta legyen rólunk valamilyen hír, vagy legyen valamilyen kommunikáció az ügyféllel.*