

PACHETUL 3: Strategie, Vânzare & Clienți

Scripturi de Vânzare & Follow-up în DM, WhatsApp și Telefon (Lead-to-Close)

Răspunde prompt, califică nevoia și propune un pas clar fără presiune.

Folosește varianta interactivă a acestui material pe platformă (fără să calculezi sau să desenezi tabele de mână)!

Lead-to-close: viteza ajută, măsurarea decide

Un răspuns rapid poate păstra conversația în contextul solicitării, dar procentul de lead-uri pierdute depinde de industrie și proces. Măsoară timpul până la primul răspuns, rata de contactare și programările confirmate în propriul CRM.

- Confirmă că solicitarea a ajuns și setează așteptarea pentru răspuns.
- Asigură o persoană de serviciu și un plan pentru orele în afara programului.
- Nu promite un timp pe care echipa nu îl poate respecta.
- Cere doar datele necesare și tratează informațiile medicale sau financiare cu grijă.

Structura unei conversații în patru pași

Păstrează conversația scurtă și relevantă. Prețul se explică împreună cu ce include, nu se ascunde în spatele unui script.

Pas	Ce faci	Exemplu
1 · Salut și context	Amintește solicitarea	Bună, am primit mesajul tău despre consultație.
2 · Diagnostic	Pune o întrebare deschisă	Ce ai vrea să clarifici înainte să alegi?
3 · Soluție și preț	Leagă oferta de nevoia declarată	Sesiunea include evaluarea și pașii următori; costă X lei.
4 · Micro-angajament	Propune două opțiuni reale	Te-ar ajuta marți la 16:00 sau joi la 11:30?

Exemplu WhatsApp pentru clinică

Nu cere detalii clinice sensibile în conversația de marketing. Pentru evaluare, mută persoana spre canalul și specialistul potrivit.

- Salută și confirmă serviciul pentru care a cerut informații.
- Întreabă ce informație îi lipsește: preț, durată, disponibilitate sau potrivire.
- Descrie ce include consultația și ce nu poate confirma fără evaluare.
- Oferă intervale reale și modalitatea de rezervare.
- Dacă persoana nu dorește să continue, încheie politicos.

Exemplu DM pentru consultant B2B

În B2B, calificarea se referă la contextul organizației, impact, calendar și procesul de aprobare. Evită să presupui bugetul sau urgența.

- Mulțumesc pentru mesaj despre audit. Ce proces a generat întrebarea acum?
- Cum gestionați situația în prezent și ce v-ar ajuta să fie mai clar?
- Pot explica metoda și livrabilele; estimarea depinde de sistemele și perioada analizate.
- Dacă este util, putem programa o discuție de 20 de minute. Am două intervale disponibile.

Apel telefonic de trei minute

Un apel scurt nu trebuie să fie interogatoriu. Cere acordul pentru discuție, ascultă și încheie cu un pas convenit.

Timp	Scop
0:00–0:30	Salut, identitate, contextul formularului și permisiunea de a vorbi
0:30–1:30	Întrebări: ce caută, ce a încercat, ce termen are
1:30–2:30	Reformulează nevoia; descrie oferta și condițiile confirmate
2:30–3:00	Răspunde la întrebări și stabilește următorul pas sau încheie

Obiecții: răspunde fără să contrazici

Obiecția poate ascunde informație lipsă, nepotrivire ori lipsa momentului potrivit. Clarifică înainte să răspunzi și acceptă un refuz explicit.

Obiecție	Răspuns util
E prea scump	Înțeleg. Ce compari și ce include cealaltă variantă? Pot clarifica valoarea și limitele ofertei.
Mă mai gândesc / discut	Sigur. Ce informație ar ajuta decizia? Pot reveni doar când îmi spui că este potrivit.
Doar mă informam	În regulă. Ți trimit informațiile cerute; nu e nevoie să decizi acum.
Am găsit mai ieftin	Compară ce include, experiența echipei, condițiile și costurile suplimentare.
Trimite oferta pe email	Desigur. Ce variantă și ce termen vrei să includ? Trimit numai informațiile discutate.

Follow-up politicos: 24 de ore, 3, 7 și 14 zile

Respectă preferințele de contact, baza legală aplicabilă și canalele permise. Nu trimite mesaje repetate dacă persoana a cerut oprirea comunicării.

Moment	Scop
24h	Confirmă că a primit detaliile și cere o întrebare rămasă.
3 zile	Trimite o informație utilă legată de nevoia declarată.
7 zile	Verifică dacă momentul mai este potrivit și oferă opțiunea de închidere.
14 zile	Închide dosarul politicos; lasă persoanei controlul asupra unei reveniri ulterioare.

Fișa CRM și indicatorii procesului

Fără o evidență minimă, echipa nu știe dacă reclama aduce cereri bune sau dacă răspunsul întârzie.

- Înregistrează data, canalul, motivul, starea și următorul pas.
- Folosește statusuri descriptive: nou, contactat, calificat, programat, câștigat, pierdut.
- Măsoară timpul până la contact, rata de răspuns și prezența la programare.
- Notează motivele de pierdere fără eticheta vagă „lead slab”.

Exercițiu: personalizează fără promisiuni false

Înlocuiește exemplele cu oferta, prețul, orele și dovezile aprobate. Păstrează un ton firesc și lasă persoanei o opțiune reală de a spune nu.

- Rescrie salutul cu contextul real al solicitării.
- Alege două întrebări de diagnostic care chiar te ajută să stabilești potrivirea.
- Descrie ce include prețul și ce depinde de evaluare.
- Alege două intervale disponibile din calendarul real.
- Stabilește cine preia lead-ul și în ce termen realist.

Autoverificare înainte să contactezi un lead

Bifează lista după ce ai pregătit răspunsul și procesul de preluare.

- ☐ Am verificat sursa și contextul solicitării.
- ☐ Am o persoană responsabilă și un timp realist de răspuns.
- ☐ Întrebările mele clarifică nevoia fără date inutile.
- ☐ Prețul, ce include și limitele sunt corecte.
- ☐ Propun numai intervale disponibile.
- ☐ Am respectat preferința de contact și am notat următorul pas.