

# **script** первичного звонка:

договариваемся о  
следующем шаге

## НАЗНАЧАЕМ ВСТРЕЧУ БЕЗ ПОДБОРКИ

Хорошо. Я прямо сейчас вижу несколько отличных вариантов именно под ваш запрос. По ценам: от #А до #В. По ним есть, что обсудить, поэтому приглашаю вас к нам в офис по адресу #адрес\_офиса. Приедете, всё вместе посмотрим, на все ваши вопросы отвечу. Вам когда удобно? Сегодня или завтра?

СЕГОДНЯ /  
ЗАВТРА

Давайте я вас запишу на конкретное время, чтобы не пришлось ждать в очереди, и мы с вами могли всё спокойно посмотреть и выбрать лучший вариант. Вам во сколько удобно?

Клиент согласен  
на встречу

СКРИПТ  
«ВСТРЕЧА»

СКРИПТ  
«ЗВОНОК ПО ПЕРВОЙ  
ПОДБОРКЕ»

ЧТО ЗА ВАРИАНТЫ? /  
ПРИШЛИ ПОДБОРКУ!

Никаких проблем - могу прислать #куда. Только хотела уточнить: а когда примерно бронироваться планируете? #клиент\_отвечает

Я, собственно, почему спрашиваю: по вашему запросу нужно решение принять до/в ближайшую #время\_дедлайна (тур в ближ.мес. - 3 дня | тур ч/з 1-2 мес. - неделя).

Почему? До поездки остаётся #время - кажется, что время ещё есть, но ... -> **выбери дедлайн: ...**

- вы хотите в #страна. у нас туда в неделю летает #x чартерных рейса. места на них разбирают за 2-3 недели до отправки. если не успеем заранее выкупить, придётся лететь на регулярке, а это #+30%\_цены

- вы хотите в #страна + #1-2\_самые\_важные\_потребности. это очень популярный запрос на #месяц\_поездки, но в #месяц\_перед\_месяцем\_поездки все достойные варианты уже разобраны. если не успеем заранее забронировать, либо придётся увеличить бюджет #20%, либо чем-то пожертвовать, поехав в заведомо худший отель.

- операторская акция по раннему бронированию закончится уже в #день, и начнут действовать стандартные цены - это минимум плюс 20% к бюджету, да и выбирать придётся из того, что останется, а не из лучших вариантов, которые есть сейчас.

...поэтому лучше, конечно, если вы к нам в офис подъедете. Я к вашему приезду всё приготовлю, и мы прямо на месте с вами посмотрим все конфигурации и варианты и выберем лучший – так и время и бюджет вам сэкономим. Вам в какой день удобнее?

ПРОСИТ ПОДБОРКУ

ХОЧУ КУПИТЬ  
УДАЛЁННО

СКРИПТ  
«УДАЛЁННАЯ  
ПРОДАЖА»

## ДОГОВАРИВАЕМСЯ О СЛЕДУЮЩЕМ ШАГЕ (подборка)

Хорошо. Я тогда сейчас #куда вам пришлю варианты. У каждого из них есть свои отличительные особенности и нюансы, которые нужно будет обсудить. Поэтому как только отправлю, сразу вас наберу, чтобы их прокомментировать. **Важный момент:** цены будут предварительные – сами понимаете, сейчас у всех ТО динамическое ценообразование, и ценники меняются по несколько раз в день. **Точные цены** смогу рассчитать, когда мы с вами с отелем определимся – я его по всем датам посмотрю и найду вам самую удобную и выгодную конфигурацию.

Минут через #XX пришлю и позвоню. Хорошо?

## **альтернативный дедлайн** ( назначение встречи без подборки ):

**А вам удобно поехать к нам в офис на встречу ?**

*Наглядно на месте всё вместе посмотрим, сравним и выберем...*

*...я почему, собственно, такой вариант предлагаю: у нас с вами до поездки остаётся **#период** – кажется, что времени ещё много, но по факту **#ограниченный\_расклад\_по\_срокам** ( **выбор / бронь / подтверждение** ), и разбирают сейчас всё очень быстро – не дай б\*г, не успеем, и либо придётся переплачивать, либо **#что**. Будет обидно...*



## МЕНЕДЖЕР ВАЛЯ



## МЕНЕДЖЕР ЕВА

### ПОКАЗАТЕЛИ:

- длинный цикл сделки
- конверсия по новым: **1-3/10**
- конверсия по постоянным: **5-7/10**
- купят/не купят - зависит от туристов

- короткий цикл сделки
- конверсия по новым: **4+/10**
- конверсия по постоянным: **8+/10**
- купят/не купят - зависит от менеджера

### ОТНОШЕНИЕ К ПРИГЛАШЕНИЮ НА ВСТРЕЧУ 'БЕЗ ПОДБОРКИ':

не пытается звать туристов в офис 'без подборки'

всегда приглашает туристов в офис 'без подборки'

### К ЧЕМУ ЭТО В ИТОГЕ ПРИВОДИТ:

- даже тех, кто готов приехать сразу, Валя 'протаскивает' через все этапы - подборку, звонок по ней и т.д.
- поэтому она может работать с меньшим количеством обращений...и тратит на каждое больше времени
- вероятность потерять туриста из-за сравнения по цене с другим агентством - выше

- 1-2 туриста из 10 соглашаются, приезжают и сразу бронируются

# script первичного звонка

**выявление потребностей  
и продажа экспертизы**



**квалификация туриста с запросом,  
в котором есть конкретный отель**

**договариваемся о  
следующем шаге**



**отработка со скидочниками**

## **script** первичного звонка:

квалификация туриста с запросом,  
в котором есть конкретный отель

**B1** ПОСТУПИЛО НОВОЕ ОБРАЩЕНИЕ: номер телефона + имя + #канал ( ☒ ☑ CRM ) **К**

**B2** СКРИПТ ПРИСОЕДИНЕНИЯ **К**

СКРИПТ ПЕРВИЧНОГО ЗВОНКА

**ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ | ПРОДАЖА ЭКСПЕРТНОСТИ** **К**

**MIN**  
Выявлены все глубинные потребности (необходимые для сужения выбора).  
Можно подбирать и предлагать варианты!

**MAX**  
Клиент хочет у тебя купить и выделяет тебя среди других менеджеров.

**ПОПЫТКА НАЗНАЧЕНИЯ ВСТРЕЧИ БЕЗ ПОДБОРКИ** **К**

**MIN**  
Клиент ждёт подборку и согласен обсудить её (сразу после получения).

**MAX**  
Клиент согласен на встречу в офисе (без подборки).

**ПРОЯСНЕНИЕ НАМЕРЕНИЙ**

**MAX**  
Клиент готов обсудить альтернативные варианты.

**MIN**  
Произведена попытка  
**X / Y**

**УДАЛЕННАЯ ПРОДАЖА**

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ **Y**

**MAX**  
ОФОРМЛЯЕМСЯ!

**MIN**  
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

**СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ**

НАЗНАЧАЕМ ВСТРЕЧУ ЧЕРЕЗ ПОДБОРКУ

**MIN**  
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

**MAX**  
Есть рабочий вариант

**КОНТУР ДОЖИМА**



3-4 контекстных звонка  
если не берёт трубку - контекстные msg  
звонок по скрипту "ПОСЛЕДНЕЙ НАДЕЖДЫ"

**ОТВАЛ**

Причина отказа внесена в CRM  
напоминание: реактивация или blacklist

**MIN**

Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

**MAX**

ОФОРМЛЯЕМСЯ!

**B3**

СКРИПТ ВСТРЕЧИ

- Ⓢ о - выявление / довыявление потребностей
- Ⓢ о - прояснение намерений
- Ⓢ о - выбор турпродукта

**\$ ДОГОВОР → ОПЛАТА → БРОНИРОВАНИЕ → ДОПЛАТА → ДОКУМЕНТЫ**

**ПОСТПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ**

- Ⓢ ппо до поездки ( ☒ ☑ )
- Ⓢ ппо во время ( ☑ )
- Ⓢ ппо после ( ☒ ☑ )

Дата звонка по реактивации - в CRM

**B**

- ТОЧКИ ВХОДА

**К**

- КВАЛИФИКАЦИЯ КЛИЕНТА

# СКРИПТ ПЕРВИЧНОГО ЗВОНКА

## ОТЕЛЬ ИЗВЕСТЕН - ИНТЕРЕСУЕТ ЦЕНА

### УТОЧНЯЕМ ЗАПРОС

Хорошо. **#имя\_клиента**, давайте я тогда буквально пару моментов уточню, чтобы лишние варианты отсеять, и обсудим отели.

- Что для вас важно при выборе отеля, кроме **#потребности**?
- Чем ещё планируете заниматься на отдыхе?
- А до этого где-то уже отдыхали? Какие впечатления? Что понравилось, а что - нет?
- Что касается дат: мы жёстко к ним привязаны? Или можем двигаться?
- И ещё хочу уточнить по бюджету: я правильно понимаю, что мы смотрим варианты в диапазоне **#ценовая\_вилка**? Если вдруг будет СУПЕРвариант чуть дороже - будем рассматривать?

Отлично. **#имя\_клиента**, может быть есть что-то ещё, что касается предстоящего тура, отеля, поездки, что важно для вас, или, может быть, что нежелательно - что-то, что мы ещё с вами не обсудили?

### ПОЧЕМУ ИМЕННО ЭТОТ ОТЕЛЬ?

**#имя\_клиента**, пока смотрю варианты по ценам и датам, хотела спросить: если не секрет, почему именно на этом отеле остановились.

### РАССКАЗЫВАЕТ ПОЧЕМУ / ЗА ЧТО ВЫБРАЛ

перечисляет характеристики/потребности

Я правильно понимаю, что для вас важно **#важные\_потребности**, а **#неважные** - не принципиально. Я, собственно, почему спрашиваю: если вы хотите **#важные\_потребности**, у нас есть варианты поинтереснее. Вы принципиально именно этот отель хотите, или готовы обсуждать другие варианты?

ГОТОВ

НЕ ГОТОВ

СОГЛАСЕН ОБСУДИТЬ АЛЬТЕРНАТИВЫ

### РАССКАЗЫВАЕТ КАК ВЫБРАЛ

НАШЁЛ В ПОИСКЕ /  
УЖЕ БЫЛ ТАМ САМ /  
ПОСОВЕТОВАЛИ ДРУЗЬЯ

ПОСОВЕТОВАЛИ В ДРУГОМ ТА

Почему, если не секрет, там не взяли сразу?

### ПЕРЕКЛЮЧАЕМ НА ДРУГОЙ ОТЕЛЬ

Я, собственно, почему спрашиваю **#обоснование**:

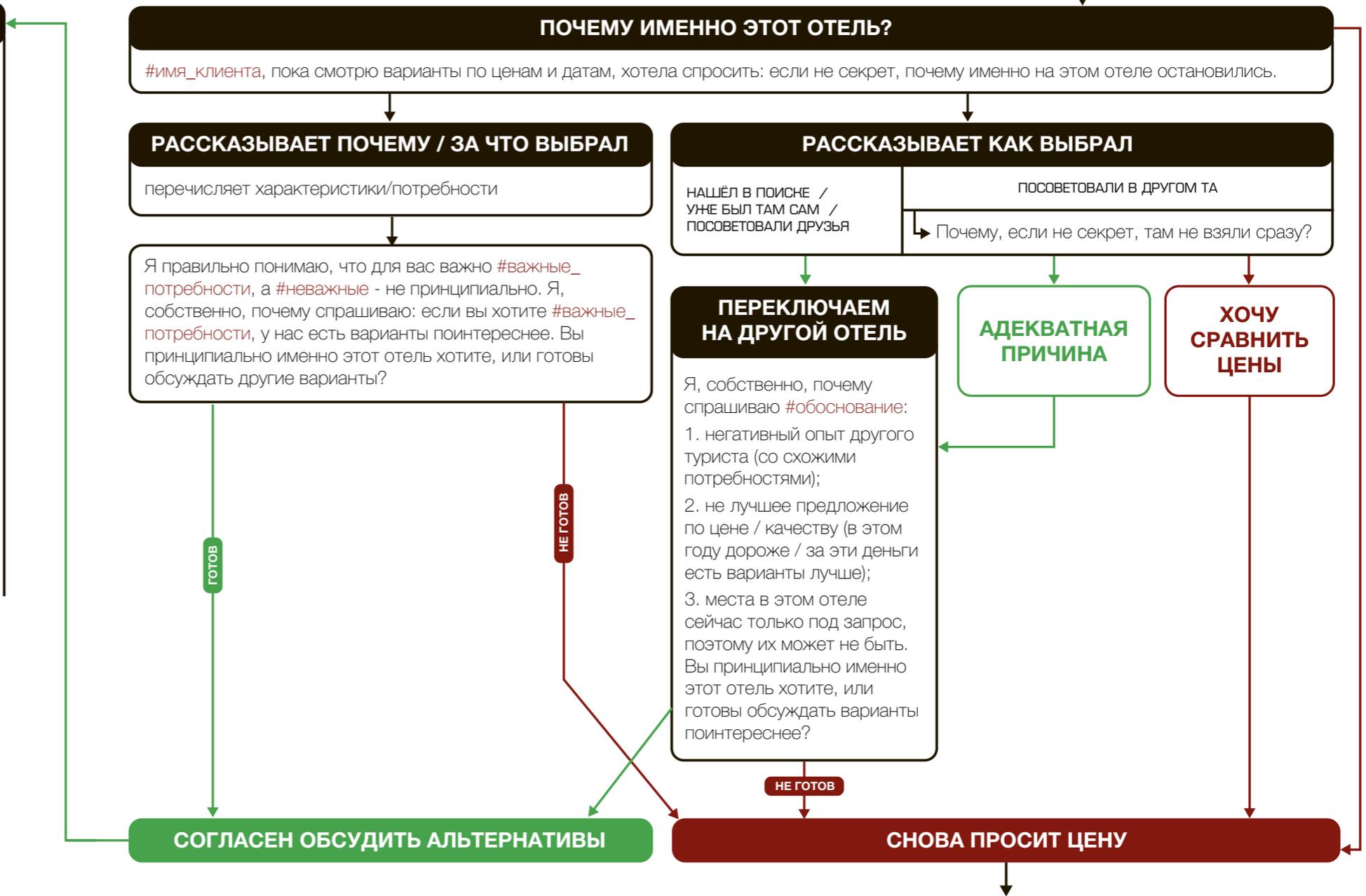
1. негативный опыт другого туриста (со схожими потребностями);
2. не лучшее предложение по цене / качеству (в этом году дороже / за эти деньги есть варианты лучше);
3. места в этом отеле сейчас только под запрос, поэтому их может не быть. Вы принципиально именно этот отель хотите, или готовы обсуждать варианты поинтереснее?

НЕ ГОТОВ

АДЕКВАТНАЯ ПРИЧИНА

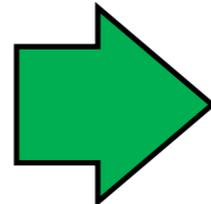
ХОЧУ СРАВНИТЬ ЦЕНЫ

СНОВА ПРОСИТ ЦЕНУ

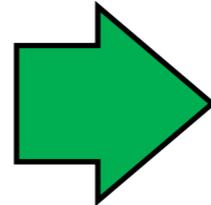


что, если мы поняли, что **изначально выбранный отель - лучший ?**

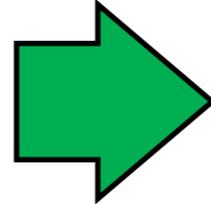
**но что, если это  
ТОТ отель ?! :(**



**предложите другую конфигурацию тура**



**предложите более дорогой отель**



**предложите другое направление**

# script первичного звонка

**выявление потребностей  
и продажа экспертизы**



**квалификация туриста с запросом,  
в котором есть конкретный отель**



**договариваемся о  
следующем шаге**



**отработка со скидочниками**

# **script первичного звонка:**

отработка со скидочниками

**B1** ПОСТУПИЛО НОВОЕ ОБРАЩЕНИЕ: номер телефона + имя + #канал ( ☒ ☑ CRM ) **К**

**B2** СКРИПТ ПРИСОЕДИНЕНИЯ **К**

СКРИПТ ПЕРВИЧНОГО ЗВОНКА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ | ПРОДАЖА ЭКСПЕРТНОСТИ **К**

**MIN**  
Выявлены все глубинные потребности (необходимые для сужения выбора).  
Можно подбирать и предлагать варианты!

**MAX**  
Клиент хочет у тебя купить и выделяет тебя среди других менеджеров.

ПОПЫТКА НАЗНАЧЕНИЯ ВСТРЕЧИ БЕЗ ПОДБОРКИ **К**

**MIN**  
Клиент ждёт подборку и согласен обсудить её (сразу после получения).

**MAX**  
Клиент согласен на встречу в офисе (без подборки).

ПРОЯСНЕНИЕ НАМЕРЕНИЙ

**MAX**  
Клиент готов обсудить альтернативные варианты.

**MIN**  
Произведена попытка  
**X / Y**

**X**

Встреча **Y**

**ОТВАЛ**  
Причина отказа внесена в CRM  
напоминание: реактивация или blacklist

УДАЛЕННАЯ ПРОДАЖА

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ **Y**

**MAX**  
ОФОРМЛЯЕМСЯ!

**MIN**  
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

СКРИПТ ЗВОНКА ПО ПОДБОРКЕ

НАЗНАЧАЕМ ВСТРЕЧУ ЧЕРЕЗ ПОДБОРКУ

**MIN**  
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

**MAX**  
Есть рабочий вариант

КОНТУР ДОЖИМА



3-4 контекстных звонка  
если не берёт трубку - контекстные msg  
звонок по скрипту "ПОСЛЕДНЕЙ НАДЕЖДЫ"

**MIN**  
Есть договорённость о следующем шаге / контакте.

**MAX**  
ОФОРМЛЯЕМСЯ!

**B3** СКРИПТ ВСТРЕЧИ

- Ⓢ о - выявление / довыявление потребностей
- Ⓢ о - прояснение намерений
- Ⓢ о - выбор турпродукта

\$ ДОГОВОР → ОПЛАТА → БРОНИРОВАНИЕ → ДОПЛАТА → ДОКУМЕНТЫ

ПОСТПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

- ппо до поездки ( ☒ ☑ ☑ )
- ппо во время ( ☑ )
- ппо после ( ☒ ☑ ☑ )

Дата звонка по реактивации - в CRM

**B** - ТОЧКИ ВХОДА  
**К** - КВАЛИФИКАЦИЯ КЛИЕНТА

## СОГЛАСЕН ОБСУДИТЬ АЛЬТЕРНАТИВЫ

Хорошо. Прямо сейчас смотрю в кабинетах нескольких ТО, и вижу, что честная цена на этот тур #XXX т.р. Но...я так понимаю, раз вы с конкретным запросом звоните, то вы сравниваете цены. Поэтому хочу вас сразу предупредить: на заниженные ценники, озвученные по телефону, ориентироваться нельзя.

Если вам предлагают дешевле, то это как минимум подозрительно. Будьте готовы к тому, что когда приедете в агентство и будете платить, неожиданно выяснится, что этот вариант уже ушёл, забронирован, цена на него повысилась или есть скрытые доплаты...или ещё хуже: с вас возьмут предоплату, а через пару дней позвонят, скажут, что бронь не подтвердили, и нужно доплачивать.

Захотите сделать возврат - с ним наверняка возникнут проблемы, а если у вас и получится, то время будет упущено: тур действительно купят, или курс вырастет.

В общем, суммарно в итоге больше заплатите. Я уже #X лет в туризме. И знаю, что чудес не бывает. Если тур стоит #XXX, то он стоит #XXX - в убыток себе никто продавать не будет.

Если хотите, можете к нам подъехать сегодня-завтра - я вам лично покажу всю математику прямо в нашем кабинете на сайте ТО...но если хотите сэкономить, то можете рискнуть с низким ценником. Когда обожжётесь - приходите к нам. Гарантирую: с нами вы можете быть уверены, что всё пройдёт идеально.

Клиент согласен  
на встречу

СКРИПТ  
«ВСТРЕЧА»

НЕ ГОТОВ

## СНОВА ПРОСИТ ЦЕНУ

### УТОЧНЯЕМ ДЕТАЛИ

#имя\_клиента, давайте проверим: страна / точное название отеля / в каком составе и с кем поедете / что по визам и документам / и на какие даты планируется поездка

optional ( удивлённо ): #даты/продолжительность?

ну да...

#имя\_клиента, я, собственно, почему переспросила:  
#почему\_будет\_выгодно\_изменить\_даты\_или\_ТО

КЛИЕНТ ПОДТВЕРЖДАЕТ

X

Y

Хорошо. #отель + #состав + #даты, + #Дней/Ночей + #Тип Размещения.  
Получается #YYY т.р. (называем себестоимость отеля). Когда мне Вас ждать? И обязательно возьмите документы, деньги и #ЛПР!

СКРИПТ  
«ВСТРЕЧА Y»

# script первичного звонка

**выявление потребностей  
и продажа экспертизы**



**квалификация туриста с запросом,  
в котором есть конкретный отель**



**договариваемся о  
следующем шаге**



**отработка со скидочниками**

