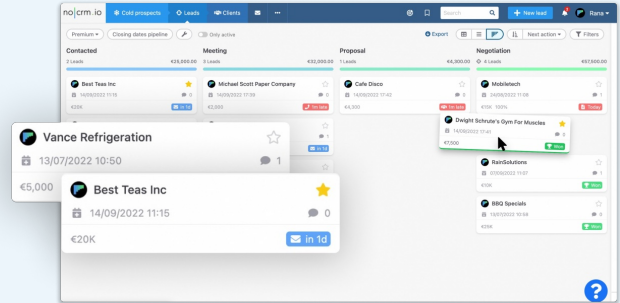


Säljmanus för Web- / Mediebyrå

no|crm.io

Try the #1 CRM for Cold Calling & Outbound Sales Teams

- ✓ Easy-to-use CRM, 100% build for Salespeople.
- ✓ CRM optimized for Cold Calling & Outbound Sales
- ✓ Customize your sales script & use directly from noCRM



Start Free Trial

Learn more

You can fully customize this script to fit your unique needs for free.
[Click here to edit, delete or add new blocks to your script.](#)

Välkommen!

Välkommen till vårt **gratis samtalsmanus** för att hjälpa dig **bättre kvalificera dina potentiella kunder** och vinna fler kunder!

Vi har skapat **ett exempel på samtalsmanus** avsett för webb-/mediebyråers marknadsföring för att hjälpa dig att skapa ett bra **säljargument** och inte glömma någon information.

Du kan följa våra instruktioner och anpassa **din manus för att göra framgångsrika kalla samtal**, enligt dina behov: redigera de block som redan finns, eller ta bort och lägg till andra block med hjälp av meny till höger (dra och släpp de element som dina säljare behöver).

Introduktion till ditt samtal:

- Hej, jag heter **(ditt namn)** och jag jobbar som **(jobbtitel + byrånamn)**.
- **"Hisspitch": (Beskrivning av byrå)** Vi är specialiserade på (Typ av aktivitet, t.ex. SEO/ SEA/ Tillväxt/ Social sektor, etc.) för att göra det möjligt för dig att (Resultat t.ex. Generera X% tillväxt/ Generera potentiella kunder varje månad/ öka din trafik av, etc.)
- Har du några minuter på dig att prata om ditt företag, dess nuvarande resurser för **(att lösa problemet du vill lösa)** och resultaten du vill uppnå?
- **(Om nej)**: Okej, är du tillgänglig på **(datum)** så att jag kan ringa tillbaka?

- **(Om ja):** Fortsätt med frågorna och delarna i manuset.

Glöm inte att le: dina potentiella kunder kommer att höra det!

Kontaktinformation: Förstå vem du pratar med

Jobbtitel — Vad är din jobbtitel?

Roll i organisationen — Vad är du ansvarig för? Vem ansvarar för närvarande för att generera potentiella kunder i organisationen? Definiera om han/hon är beslutsfattare. Vilka personer är också involverade i beslutsprocessen?

Företagsinformation: Förstå vad deras verksamhet gör:

Företagsverksamhet — Berätta om ditt företag/ Hur många människor arbetar där?

Produkt/Tjänster — Vilken produkt eller tjänst vill du marknadsföra?

Kundernas typologi/ köparprofil — Vilka är dina nuvarande kunder? Vilka är de identifierade målen?

Säljprocess — Vilka är stegen i din försäljningsprocess? Hur lång tid tar det att avsluta en affär?

Fördelar/nyckelbudskap — Vilka är dina nyckelbudskap/bevispunkter som du måste ge för att avsluta en affär?

Marknadsföringsaktiviteter

Var kommer dina potentiella kunder ifrån?

Hur många potentiella kunder fick du per kanal under de senaste 3-6 månaderna?

Hur mäter du för närvarande resultat för generering av potentiella kunder?

Vilka är de nuvarande och planerade marknadsföringsaktiviteterna?

Vilka kanaler har du testat och vilka resultat har du fått?

Gör ni några aktiviteter för att vårda potentiella kunder? Bedömning av potentiella kunder?

Vilka är dina KPI:er? Hur spårar du framgång? — Har du nyckeltal som: CPL/ CPA/ Kundlivstid/
Genomsnittlig affärstorlek?

Motivation / Behov

Behöver beskrivning — Varför planerar du att implementera nya kampanjer? Vilka är dina mål?

[Gratis generator av säljmanus](#), som erbjuds av [noCRM.io](#) appen för säljprospektering