

СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ

Техника «Третий звонок»

Как возвращать клиента к разговору и преодолевать отказы без давления

Герман Юн

основатель программы "СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ"

2004-2026



ГЕРМАН ЮН

основатель программы "СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ"

700+ млн ₽

Помог заработать
дополнительной
прибыли клиентам

35 лет

Весь опыт посвящен
реальному бизнесу и
реорганизациям
компаний в 16 отраслях

16 отраслей

Работал с командами до
2000 сотрудников и
компаниями с оборотом
до 5 млрд





Большинство продавцов сдаются слишком рано. Первый звонок — холодный. Второй — из вежливости. Но на третий шаг не решается почти никто. А зря. Потому что именно третий контакт часто становится тем поворотным моментом, когда клиент вдруг начинает слушать.

Не потому что передумал. А потому что созрел.

Клиент говорит «нет» не всегда потому, что не заинтересован. Чаще — потому что:

не вовремя

не понял сути

не увидел выгоды

не доверяет

Если вы возвращаетесь с уважением, с правильной интонацией и логикой — у вас появляется реальный шанс. Не продавить. А переключить диалог в осмысленную плоскость.

Что происходит на первом и втором звонке



Первый звонок

Первый звонок — это всегда проверка на адекватность. Вы — незнакомец. Клиент напряжён, у него дела, задачи, дедлайны. Он не ждал вас. Он не хочет тратить время на непонятный разговор.

Ваша задача — не продавать, а не раздражать. Прозвучать спокойно, по делу, без пафоса. В лучшем случае – получить микро-доверие: «Этот человек хотя бы разговаривать умеет».

Первый звонок



ВТОРОЙ ЗВОНОК



Второй звонок

Второй звонок уже чуть легче. Клиент помнит, что вы звонили. Может быть, он даже отметил вас как «нормального». Но чаще всего — он уже принял решение, даже если не сказал его вслух. Или решил отложить вопрос. Именно здесь продавцы чаще всего слышат: «Спасибо, нам неинтересно», «Мы пока не готовы», «Уже выбрали другого» — и отпускают клиента.

Но третий звонок — это точка, где возможен сдвиг. Если вы сделаете его не как повторение, а как новое касание, с другим углом, другим предложением, с искренним

интересом — разговор может начаться с чистого листа.

Почему «третий звонок» работает

1 У клиента появилось время подумать.

Он разобрал входящие предложения, провёл свои совещания, сверился с бюджетом. То, что в первый день казалось «лишним», может оказаться нужным спустя неделю.

2 Эмоции улеглись.

Если в первом разговоре вы застали его в спешке или стрессе — теперь у него другая фаза. И он может услышать вас по-другому.

3 Вы — не совсем незнакомец.

Ваш голос уже узнаваем. Он помнит тему. Вы не вызываете отторжения.

4 Вы демонстрируете настойчивость, но не навязываете.

И это производит впечатление. Время в продажах = уважение. Если вы возвращаетесь — значит, клиент для вас важен. Значит, вы работаете не по скрипту, а с пониманием момента.

5 Вы остались в поле, когда другие ушли.

Это важнейший маркер. 90% конкурентов не доходят до третьего касания. Именно поэтому «третий звонок» — не просто действие. Это заявка на профессионализм.

Главный принцип

«Я не навязываюсь — я возвращаюсь к разговору»

Суть третьего звонка — не в давлении, а в уважительном возвращении. Это не попытка "дожать", а возможность напомнить о себе спокойно и уместно.

⊗ Как не должен звучать третий звонок:

«Ну что, вы уже подумали?»

«Так вы берёте или нет?»

✓ А как звучит правильно:

«Добрый день. Понимаю, что у вас, скорее всего, много задач. Просто решил вернуться к теме, которую обсуждали —

«Когда будете готовы — скажете, а то я уже дважды звонил...»

Такие фразы включают защиту. Клиент чувствует давление и старается уйти из разговора.

возможно, сейчас уже есть определённость или появились вопросы?»

Здесь нет нажима. Вы не торопите, не упрашиваете, не предъявляете счёт. Вы возвращаетесь — спокойно, уважительно, по делу.

Вы открываете пространство для спокойного, осмысленного диалога.

Большинство либо исчезают, либо начинают давить. А вы выбираете третий путь: даёте клиенту возможность дозреть до решения — и себе шанс быть рядом, когда это произойдёт.

Сценарий «третьего звонка»

Вот пример логики разговора.

1

Приветствие, напоминание

«Добрый день, это снова Иван из "...» — мы говорили пару недель назад о поставке фасадов на ваш новый объект. Помните?»

2

Уважительная причина

«Решил уточнить, не вернулись ли вы к этому вопросу. Тогда вы сказали, что нужно согласовать с проектным отделом — возможно, уже есть понимание?»

3

Поддержка без давления

«Если сейчас не подходящий момент — ничего страшного. Просто хотел оставаться на связи. У нас появились новые условия — если будет интересно, могу кратко рассказать»

4

Мягкий вариант закрытия

«Я понимаю, если вы уже определились с другим поставщиком — просто дайте знать, и я вас больше не беспокою»

Такой сценарий показывает, что вы:

- ✓ Помните суть разговора
- ✓ Двигаетесь от интересов клиента
- ✓ Не навязываете

- ✓ Держите диалог в рамках вежливости и уважения

И при этом — не исчезаете, как большинство.

Ошибки, которые убивают третий контакт

- ✗ **Настаивать и торопить:** *«Вы сказали, что перезвоните — а не перезвонили!»*
- ✗ **Играть в обиженного:** *«Ну, я так понял, вам неинтересно...»*
- ✗ **Давить скидками:** *«У нас осталось всего два места!»*
- ✗ **Пытаться «дожать»:** *«Я вам уже всё объяснил — что мешает принять решение?»*

Эти фразы не возвращают клиента. Они ставят точку. А «третий звонок» — это запятая. Возможность продолжить.

Что даёт техника «третьего звонка»

Как настроить первые два звонка и что делать в третьем

Первый звонок — вы назначаете встречу или получаете согласие на отправку коммерческого предложения.

Второй звонок — вы узнаете, приняли ли решение или нет.

Помните, что для третьего звонка клиент должен созреть, иначе он не даст результата.

К третьему звонку стоит прибегать, если:

1. Вы ранее общались с клиентом.
2. На втором звонке клиент ответил, что пока не готов принять решение.
3. С момента второго звонка прошло как минимум две недели.

В третьем звонке:

- ✓ Не предлагайте клиенту купить.
- ✓ Дайте ему что-то бесплатно.
- ✓ Спросите о его делах, расскажите о своих.
- ✓ Проявите заботу.
- ✓ Покажите свою компетентность.
- ✓ Напомните, что вы никуда не делись и готовы помочь.
- ✓ Просто поболтайте.

Помогает клиенту вернуться к теме – без стыда и неловкости

Одна из причин, почему клиент «теряется», — ему неловко. Он обещал подумать — и не подумал. Пообещал вернуться — и не вернулся. Теперь он боится выглядеть неорганизованным.

Ваш третий звонок — это не упрёк, а возможность вернуть его в диалог без чувства вины. Вы снимаете напряжение: «Всё в порядке. Просто хочу понять, на каком этапе вы сейчас».

Отсекает неперспективных и фокусирует на тех, кто готов

Если человек не готов и на третий раз — это сигнал. И это нормально. Вы не тратите больше время. Вы освобождаете воронку от «балласта» и сосредотачиваетесь на тех, с кем действительно возможна сделка. Это не только эффективно, но и экономит ваше время и силы.

Позволяет не терять тёплых клиентов из-за временных сбоев

Многие «упущенные» клиенты – не потому что им не нужно. А потому что был неудачный момент: отпуск, загрузка, смена задач, сбой в коммуникации. Вы возвращаетесь — и «подхватываете» их. Иногда этого достаточно, чтобы сделка состоялась. Просто потому, что вы оказались рядом в нужный момент.

Заключение

Большинство продавцов делают один звонок. Кто-то — два. Но почти никто не доходит до третьего. А ведь именно третий звонок часто становится точкой старта для настоящей продажи — не когда клиент вынужден что-то решать под давлением, а когда он готов.

Когда появилось время. Когда он вспомнил ваш голос и подумал: «Эти ребята действительно хотят помочь». Когда вы звучите уже не как оператор из скрипта, а как человек, с которым хочется поговорить.

Сделайте третий звонок частью своей системы. Не форсируйте. Не ждите немедленного «да». Просто возвращайтесь к разговору — спокойно, профессионально, по-человечески.

И вы увидите, сколько сделок перестанете терять.

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА

Стратегическая диагностика с командой Германа Юна

Разберём ваш бизнес, найдём узкие места и точки роста — и дадим конкретный план действий.

 **Оставить заявку**

 Команда Германа свяжется с вами и согласует время

Сильная и системная команда — это основа любого успешного бизнеса. Желаю успехов и роста в вашем деле!

Герман Юн

Основатель программы "СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ"