

cronoshare

COME AVERE SUCCESSO

PER OTTENERE

LAVORO E CLIENTI

MANUALE PER PROFESSIONISTI



In questo **ebook** descriveremo una serie di consigli molto utili nel momento che si dovrà realizzare il primo contatto con il potenziale cliente o dei possibili colloqui di lavoro. La prima impressione si sa, è molto importante, ed è per questo motivo che avere a disposizione una serie di consigli e accorgimenti racchiusi in una metodologia, già previamente testata dai nostri collaboratori, potrebbe aumentare e migliorare le tue possibilità di ottenere un lavoro e che la tua immagine risulti il più professionale possibile.

Per introdurti, se devi instaurare un contatto per la prima volta (per telefono, email o Whatsapp), se ne hai la possibilità ed è tra le opzioni, chiama per telefono il cliente nell'orario indicato invece di inviargli un email. In questo modo instaurerai un tipo di trattamento più intimo e personalizzato. Se in seguito a vari tentativi telefonici, non riuscirai ad ottenere alcun risultato, invia un email facendo la tua presentazione. Inoltre, tieni in conto che alcuni clienti ti faranno sapere se preferiscono un contatto telefonico o tramite posta elettronica, se fosse così, rispetta la loro preferenza.

Oltre a ciò, ogni volta che sia possibile, se stai contattando tramite telefono, ricorda sempre di chiamare durante la fascia oraria compresa tra le 9:00 e le 22:00 (se il cliente indica un'orario specifico, rispettalò sempre!). Attenzione, prima e dopo quegli orari le chiamate potrebbero risultare fastidiose per il cliente per diversi motivi (familiari, lavorativi, ecc.)

Infine e non per importanza, ricorda di essere educato e paziente. In certe occasioni, proprio in quel momento, il cliente potrebbe essere occupato ciò però non significa necessariamente che non sia interessato ai tuoi servizi. Chiedi in quale orario puoi ritentare la chiamata e cerca di lasciare sempre un piccolo margine (5-10 min), trascorso quel tempo puoi ritentare.

Nelle prossime pagine ti racconteremo e sveleremo consigli già testati dai nostri professionisti collaboratori del portale [Cronoshare.it](https://cronoshare.it), il portale ideale per trovare microjobs e clienti per servizi locali.

Essere registrato in Cronoshare ti apporterà una serie di innumerevoli vantaggi, tra questi il più importante sarà ricevere continuamente nuovi clienti e lavori direttamente nel tuo indirizzo email per iniziare a contattare ed incrementare i tuoi guadagni sin dal primo giorno.

Come avere successo nel primo contatto

Ci sono molte forme e metodi per procedere alla prima forma di contatto e a quelle successive con i clienti. Ogni professionista può avere i suoi trucchi e forme di agire. Da Cronoshare vi vogliamo spiegare alcuni consigli semplici per avere successo.

Comunicazione personalizzata

Quando ti rivolgi al cliente, chiamalo sempre per nome, in questo modo darai un tono più personalizzato alla conversazione. Leggi attentamente tutti i dettagli inseriti nella richiesta e fagli sapere che sei un professionista capace ed in grado di realizzare il servizio richiesto. Ogni professionista dovrà adattare il suo messaggio laddove necessario.

Esempio email settore delle pulizie:

Salve Antonio,

Sono Maria, una collaboratrice di Cronoshare che è interessata al servizio di pulizie che hai richiesto. Ho più di 10 anni di esperienza nel settore della pulizia domestica ed ho lavorato in casa di più di 15 famiglie (con bambini, animali, ecc.). Nella tua richiesta viene indicato che si tratterà di un servizio settimanale e di varie ore. Sono disponibile nell'orario da te indicato e conosco la zona in cui risiedi. Puoi visitare il mio profilo per vedere le opinioni di vecchi clienti se lo desideri. Sono un professionista preciso, discreto e formale.

Professionalità

I clienti, vogliono avere la sicurezza che il professionista che andranno a selezionare, sia il migliore. Fai sapere loro il motivo per il quale sei tu il candidato/a ideale per eseguire quel servizio.

Puoi raccontare loro dei lavori analoghi svolti in passato e di come tu saresti in grado di poterli aiutare. Nel momento di scrivere l'email controlla sempre se sono presenti errori ortografici, in questo modo non potrai causare una cattiva impressione.

Esempio email settore pulizia:

Nella sua richiesta viene indicato che è già in possesso dei prodotti per la pulizia. Nel caso fossero necessari dei prodotti in più (suggerisci le marche di prodotti per la pulizia che hanno funzionato maggiormente in base alle tue esperienze preve con altri clienti). Se è necessario acquistare quei prodotti ma non ha tempo per andare al negozio, posso occuparmene io dell'acquisto, come preferisce lei insomma.

Prezzo

Spiega tutti i servizi che offrirai, specifica tutto ciò che è compreso nel prezzo che proponi e ciò che non lo è. Questo aiuterà i clienti a conoscere le diverse fasce di prezzo in base ai servizi che verranno svolti. Indica se nel prezzo sono o no incluse le spese di trasporto, costi extra, sconto per numero di ore maggiore, ecc. Se il tuo prezzo è troppo alto, cerca di spiegare i motivi per i

quali la tua tariffa è superiore alla media degli altri professionisti, evidenziando soprattutto i vantaggi che avrebbero se assumessero te.

Esempio di email settore pulizie:

La mia tariffa oraria è di 9 euro per ora ed include servizi di pulizia e stirare. Se si includono servizi come cucinare e preparare i pasti la tariffa aumenterebbe a 11 euro l'ora. Le spese di trasporto sono incluse nel prezzo tuttavia, qualora dovessi spostarmi per effettuare la spesa, non sarebbe compreso negli 11 euro/ora.

Indica i prossimi passaggi

Alcuni clienti non conoscono i passaggi che bisogna compiere una volta che si deve iniziare il servizio. Si consiglia di guidare il cliente e spiegargli i seguenti passi da seguire. Dai loro la tua email o il tuo numero di telefono e cerca di essere abbastanza flessibile con i clienti che ti possono chiamare.

Se il cliente non ti risponde, invia un'email, sms o chiamata solo dopo qualche giorno dal primo tentativo di contatto invitando loro a mettersi in contatto con te. Fai sapere loro che vuoi solo aiutarli.

Esempio email:

Sarei felicissimo di poter aiutarla con la pulizia della sua casa. Spero di essere il tipo di professionista di cui ha bisogno e ricordi che può visitare in qualsiasi momento il mio profilo Cronoshare in cui potrà verificare le mie capacità e le opinioni che clienti passati hanno lasciato sul mio lavoro. Può chiamarmi al seguente numero 600000000 o rispondere a questa email.

Se vuole possiamo eseguire un primo colloquio per discutere ed approfondire i dettagli del servizio e decidere se il mio profilo è quello che stava cercando.

Rimango a sua completa disposizione,

Cordiali saluti.

Maria.

Come avere successo durante le chiamate commerciali

Avere successo durante i contatti commerciali

Mettiti in contatto con il cliente in modo rapido

Quando, attraverso il formulario otterrai i suoi dati di contatto, cerca di contattarlo non appena ti sarà possibile. Immagina il cliente davanti al suo PC ancora intento a ricontrollare la richiesta appena pubblicata che riceve la tua chiamata dopo solo pochi minuti. La prima impressione sarà... Wow! Se trascorre un periodo abbastanza lungo da quando il cliente ha espresso il suo interesse, potrebbero esserci invece diverse alternative come: perde l'interesse o ha trovato una soluzione alternativa in un'altra web. *Sapevi che il 67% dei privati che chiede un servizio iniziano il lavoro in meno di un giorno da quando il professionista si è messo in contatto con loro?*

Se non riesci a metterti in contatto con il cliente nel tuo primo tentativo, ritenta più tardi dello stesso giorno, e qualora non rispondesse ritenta il giorno successivo o quello successivo ancora in diversi momenti della giornata. Invia anche una mail affinché il cliente venga a conoscenza del fatto che stai provando contattarlo. Devi tenere in conto che potrebbe essere stato occupato nel momento in cui lo stavi chiamando.

Se il cliente ti risponde alla chiamata

In generale, il primo metodo di contatto è quello telefonico, pertanto il tuo tono di voce, il linguaggio che utilizzi e le sensazioni che trasmetterai saranno la chiave magica per iniziare una buona relazione professionale. Entrare in empatia con il potenziale cliente è essenziale e in base a studi psicologici sappiamo che si hanno solo 30 secondi per poter suscitare l'interesse di qualcuno.

È molto importante leggere attentamente la sua richiesta prima di chiamarlo: chiedere anche alcuni dettagli dimostrerà interesse e proattività da parte tua.

Ascoltalo! Semplice: sin dalla prima chiamata è importante lasciare che sia il cliente a parlare e a descrivere esattamente ciò di cui ha bisogno. Prendi appunti, in questo modo ti ricorderai della conversazione svolta durante la prossima chiamata. È importante lasciare bene in chiaro che hai prestato molta attenzione e che la sua opinione è importante per te.

Se il cliente NON ti risponde alle chiamate

Se alla fine non ricevi più notizie da parte del cliente, non ti preoccupare: in certi casi può succedere che il cliente non risponda per confermarti il lavoro accordato e continuare con te o con un altro professionista o ditta. Tuttavia, tu puoi trarre vantaggio da questa situazione:

A meno che non sia lui stesso a dirti di non volere ricevere ulteriori informazioni, te potrai inviargli comunque, quando necessario, delle email con foto e informazioni riguardanti tutti i tuoi ultimi lavori terminati, sempre se questi sono relazionati con il servizio da lui richiesto precedentemente. Per esempio, una cucina che hai appena ultimato e che è rimasta particolarmente bene, se il preventivo richiesto era quello di ristrutturazione cucina.

Fai in modo che i tuoi clienti ti generino nuovi clienti. Come?...Chiedendo loro di pubblicare un'opinione nel tuo profilo personale! Tutti i tuoi clienti soddisfatti saranno coloro che si occuperanno di farti pubblicità: si sa che molti utenti di internet cercano un'opinione di conferma, prima di prendere una decisione su un prodotto o un altro. Stessa identica regola (sempre più frequente) vale per la ricerca di un professionista come te.

Per quale motivo è importante che altri clienti possano leggere le opinioni di altri utenti?

Perché in questo modo acquisterai maggiore credibilità. Se avessi buone referenze, questo aumenterebbe le tue probabilità di ottenere un cliente in più. Chiedi loro attivamente direttamente dal tuo profilo di Cronoshare.

Come fare fronte alle scuse dei clienti

Prezzo

"È troppo caro". Dietro a questa scusa ci potrebbe essere il seguente problema: il cliente, effettivamente, ha un budget limitato.

Suggerimento: studia il linguaggio non verbale che trasmette il tuo potenziale cliente ogni volta che mette delle scuse al prezzo. Risulta credibile?

Se per esempio, ti confida che non dispone del denaro in quel momento, puoi chiedergli:

"Potresti pagarmi più in là?", saresti interessato?" Se ti risponde di no, è evidente che era una semplice scusa per rifiutarsi. Se al contrario invece, ti dice di sì, tenta di concludere un pre-contratto (pagamento a rate o altra tipologia di pagamento, ecc.

Abbi l'abitudine di negoziare

Suggerimento: anche se abbassare le tariffe dei prezzi non è mai il camino migliore da prendere, a volte però risulta essere l'unico da prendere. In ogni caso, abbassare la tariffa dei prezzi è una concessione e le concessioni non sono mai gratuite. Si potrebbe trattare per esempio di evitare di ridurre i prezzi a cambio di qualcosa: dei lavoretti extra per il progetto, un altro servizio extra con un costo minore, ecc.

Insicurezze

Suggerimento: in questo caso, con il fine di trasmettere più sicurezza e fiducia affinché ti scelga per svolgere il servizio, potresti offrire loro delle garanzie:

- Relazionate alla durata
- Relazionate alla funzionalità

Questo ad esempio, potrebbe essere un buon momento per fare sapere al cliente tutte le opinioni positive che altri clienti lasceranno o hanno lasciato nel tuo profilo Cronoshare sul lavoro svolto.

Poco valore percepito

Suggerimento: visto che anche il cliente intende conoscere il prezzo in anticipo, non commettere l'errore di stabilire prezzi e tariffe sul tavolo prima ancora di conoscere tutte le sue necessità. Posponi l'argomento "prezzi e tariffe" e approfondisci la questione conoscendo al meglio tutte le necessità del cliente.

Se si devono effettuare delle modifiche, invece che abbassare i prezzi, è sempre meglio aggiungere miglioramenti al servizio fornito.

Concorrenza

Suggerimento: non è un buon segnale se il cliente vede la tua offerta o servizio esattamente uguale a quello della concorrenza. In questo caso, l'unica risorsa rimasta per poterti difendere è facendo fronte alla concorrenza è lasciando i prezzi e tariffe più basse. Dopo aver presentato la tua proposta per telefono, qualora il cliente non ti rispondesse dopo diversi giorni, chiamalo di nuovo! Il modo migliore per sapere e conoscere il motivo per cui il cliente posticipa la sua decisione e tutte le sue obiezioni, sarà quella di chiamarlo o inviare direttamente loro una mail.

Come stabilire i prezzi e tariffe per i clienti

Quando dovrai contattare con un cliente, ci sono tre forme generali diverse per poter indicare loro le tue tariffe. In base al tipo di servizio, potresti indicare un prezzo fisso, una tariffa ad ore o se necessario richiedere ulteriori informazioni per poter fornire poi un preventivo.

Servizi con prezzo/preventivo fisso

Chiarisci al cliente tutto ciò che è compreso nel prezzo o tariffa oraria. Ti consigliamo di indicare e stimare un prezzo/tariffa reale e competitivo con il mercato. Se non vuoi sbagliare, fissa un prezzo minimo e indica i servizi extra che farebbero salire la tariffa base.

Servizi con prezzi ora per ora

Spiega cosa è compreso nella tariffa ad ore e se ci sarebbe una possibilità di sconto in base al numero di ore realizzate, se saranno molte risulterebbe più vantaggioso.

Se ci sono delle tariffe extra non compresi nel prezzo, spiegale il più chiaro possibile.

Servizi in cui avrai bisogno di ulteriori informazioni per fornire un preventivo

Per fornire un buon preventivo, se avrai bisogno di informazioni extra (come effettuare un sopralluogo, prendere le misure, ecc.), quando lo contatterai cerca di spiegare e richiedere quante più informazioni possibili a riguardo. In questo modo sarai in grado di fornire un ottimo preventivo. Ricorda, qualora ti mancassero ancora alcune informazioni necessarie, di fornire al cliente un calcolo approssimativo del prezzo finale. I clienti sono soliti assumere professionisti capaci di fornire un prezzo approssimativo, anche con un ampio margine, poichè questo dimostra professionalità ed esperienza.

Siamo coscienti che molti dei lavori richiedano parlare prima con il cliente nel dettaglio o effettuare un sopralluogo prima di poter inviare e fornire un qualsiasi preventivo. Ciò non ti impedisce però, di poterti basare su progetti passati. In questo modo potrai fornire un preventivo molto vicino alla realtà. Nel caso che anche così non ti ritenga in grado di fornire un preventivo approssimativo, puoi semplicemente essere sincero e spiegare i motivi al cliente. Anche questo ha un effetto positivo nei loro confronti perchè dimostrerà interesse nel volerlo aiutare e fornire un miglior preventivo.

Come essere assunto/a dal cliente

Cosa può fare Cronoshare per aiutarti ad ottenere nuovi impieghi e clienti? Qui ti mostreremo i nostri consigli preferiti per migliorare il tuo profilo e le tue opportunità di essere selezionato e assunto/a dai clienti:

- Completa il tuo profilo correttamente
- Ottieni valutazioni da clienti passati e referenze verificate
- Provoca una buona impressione durante il primo contatto coi clienti
-

Completa il tuo profilo

Il tuo profilo è il primo luogo che i clienti andranno a vedere per conoscere di più riguardo alla tua esperienza e i lavori passati svolti. Un profilo completo non solo aiuta i clienti a conoscerti meglio, ma ti darà anche l'opportunità di conoscere il tuo modo di lavorare, alcune delle tue tariffe, opinioni di altri clienti, in conclusione: l'opportunità che il cliente decida di assumere te invece che altri professionisti.

Sei pronto/a per completare il tuo profilo professionale? Entra nel tuo account Cronoshare e segui i seguenti passi:

- Completa in cosa hai lavorato e la tua esperienza nel settore
- Rispondi a delle domande riguardo alle tue esperienze e/o attività
- Inserisci fotografie di lavori svolti in passato
- Chiedi ai tuoi clienti di Cronoshare che ti facciano una valutazione
- Chiedi ai tuoi clienti fuori di Cronoshare la loro opinione su di te e la tua attività

Chiedi opinioni ai tuoi clienti

Le opinioni, sono uno dei principali fattori tenuti in conto dai clienti per poter decidere se assumerti o no. Abbiamo constatato che tutti i professionisti con almeno un'opinione hanno un 40% in più di probabilità di essere scelti rispetto a tutti coloro che non hanno alcuna valutazione o opinione. Se riesci ad avere più di cinque opinioni positive, le possibilità aumenteranno fino ad un 75% in più rispetto a non averne nessuna.

Come puoi vedere, è una buona idea chiedere valutazioni a clienti attuali e passati (incluso a colleghi di lavoro). Avrai maggiori informazioni su come chiedere valutazioni a clienti su Cronoshare e a clienti al di fuori di Cronoshare.

Causa una buona prima impressione durante il contatto

In linea generale i clienti prestano maggiore attenzione ai professionisti che inviano un messaggio ben dettagliato e gentile, perciò durante la chiamata o nell'invio dell'email dovrai causare una buona impressione, la stessa che vorresti fare di persona.

Per fare questo, l'inizio della prima presa di contatto tramite email e/o telefono dovrebbe includere:

- Usa il suo nome per rivolgerti a lui/lei.
- Immedesimati nella situazione del cliente e dimostrare interesse nel voler risolvere il suo problema.
- Spiega i tuoi prezzi e tariffe orarie o se hai bisogno di ulteriori informazioni per poter fornire un buon preventivo.
- Spiega come potresti aiutare il cliente in base alla tua esperienza.

Sii gentile e poni le cose in modo semplice

Essere professionale è molto importante, a volte però essere troppo formale potrebbe risultare impersonale e in certi casi anche troppo disinteressato e freddo. Tratta ogni cliente come se fosse l'unico, mostra interesse nel volerlo aiutare e contatta con il cliente nei tempi previsti ed indicati nell'offerta. Rispetta le forma di contatto richiesta inizialmente. Se indica solo per email, un motivo ci sarà.

Prezzi e tariffe trasparenti

Avere il prezzo più basso non significa che il cliente sceglierà te per forza. In molte occasioni si cerca di più un professionista che possa risolvere il loro problema e aiutarli non facendo molto caso al prezzo, sempre che questi siano prezzi di mercato. Se i tuoi prezzi o tariffe orarie sono superiori, spiega il motivo e le motivazioni logiche del perchè è più caro degli altri.

Puoi avere diverse tariffe in base ai servizi che offri, in fin dei conti sei tu l'esperto nel settore. Cerca di essere trasparente e non avere prezzi nascosti.

Quanti più tentativi di contatto effettuerai, maggiori saranno le possibilità che un cliente accetti i tuoi servizi. Devi essere costante, segui i nostri consigli. In media, i professionisti ottengono uno di ogni tre clienti contattati, pertanto risulta produttivo per i professionisti.

Inoltre ti raccomandiamo di inviare messaggi di verifica per fare sapere ai clienti che sei interessato/a. A volte la perseveranza, senza risultare troppo pesanti, è la migliore forma per far sì che tu riesca ad essere assunto.

Speriamo che questi consigli ti siano utili adesso così come lo saranno altrettanto in futuro. Ci vediamo su Cronoshare!