לקוח סמוי · מכירה טלפונית ישירה · תקציר קייס

ארבע דקות אחרי שהלקוחה אמרה מה כואב לה, העסקה כבר הייתה אבודה

שיחת מכירה טלפונית על מכשיר טיפוח ביתי בעלות 4,490 שקלים. השיחה נשמעת סבירה. הניתוח מראה איפה בדיוק נשרפו הכסף והאמון

החברה הנבדקת (חסוי)	הענף	המוצר	שווי העסקה	משך השיחה	פרמטרים שנבדקו
	קוסמטיקה וטיפוח	מכשיר ביתי וסדרת מוצרים	4,490 ש"ח	14:22	33

6

ציון משוקלל מתוך 10

דגל אדום

הכשל אינו בנציגה. הוא בשגרת המכירה שהחברה נתנה לה

הנציגה יודעת את המוצר לעומק ומשאירה רושם נעים. היא מנהלת מצגת מוצר במקום שיחת מכירה: אין שאלת סיבת פנייה, אין ביסוס כאב, אין הוכחה אחת ואין טכניקת סגירה. עם עליית התנגדות המחיר ניתנה הנחה בתוך שניות, ביוזמתה. שיחה כזו אינה נכשלת בגלל אופי, אלא בגלל היעדר תסריט ובקרה

תוצאת השיחה	זמן תגובה לליד	יחס דיבור הנציגה	טכניקות סגירה	הוכחות שהוצגו
לא נסגרה	61 שעות	72%	0	0

תמצית מנהלים

חמש נקודות

1. **הליד היה קר לפני שהשיחה התחילה.** 61 שעות מהשארת הפרטים ועד השיחה, נסיון חזרה אחד, ואפס חומרים שנשלחו
2. **שאלת סיבת הפנייה לא נשאלה כלל.** בשנייה ה-31 החלה מצגת מוצר, וכל הצגת הפתרון נשענה על ניחוש
3. **הכאב היחיד שנמסר לא נאסף.** כבר בדקה השלישית מסרה הלקוחה מה מטריד אותה. הנושא לא הוזכר שוב. זהו הפער היקר ביותר
4. **הנחה של 500 שקלים ניתנה ביוזמת הנציגה, שניות ספורות מעליית התנגדות המחיר.** ההתנגדות לא תושאלה ולא בודדה, והשווי הנתפס ירד יחד עם המחיר
5. **השיחה הסתיימה בלי שלב הבא.** אפס טכניקות סגירה, בלי מועד חזרה, וההודעה שהובטחה בסיום לא נשלחה מעולם

ציר זמן: העסקה נפגעה עוד לפני הצלצול

נתוני מערכת

השארת פרטים	מענה ראשון	השיחה	המשך
21:40 ,21.06	11:05 ,24.06	11:05-11:19 ,24.06	14 יום לאחר מכן
הליד נכנס	**שיחה ראשונה ויחידה**	**14 דקות ו-22 שניות**	**לא בוצעה כל פנייה**
טופס מלא, כולל בקשה מפורשת לחזרה בשעות הבוקר	נסיון חזרה אחד, בלי גיבוי במסרון או בדוא"ל	מהפתיחה ועד הסיום. העסקה לא נסגרה	החומר שהובטח בסיום השיחה לא נשלח
	פער של 61 שעות		אפס מעקב

המשמעות העסקית: ליד שקיבל מענה כעבור יומיים וחצי כבר בדק אלטרנטיבות. זה אינו פער של איכות שיחה אלא של שגרת עבודה, והוא ניתן לתיקון תוך שבוע

טבלת ציונים לפי קטגוריות

8 קטגוריות · 33 פרמטרים

קטגוריה	ציון	הממצא המרכזי
פתיחה ובניית אמון	7	טון נעים, אך שאלת סיבת הפנייה לא נשאלה ומשפט התועלת לא נאמר
איתור צרכים וכאב	6	ארבע שאלות ב-14 דקות, שלוש מהן סגורות. הכאב שנמסר לא הועמק
הקשבה ואינטראקציה	6	מונולוג רצוף של קרוב לשלוש דקות. יחס דיבור 72 אחוזים לנציגה
הצגת פתרון וערך	6	שפה מוצרית, אפס הוכחות, ומחיר שהוצג כמספר עירום בלי בניית ערך
טיפול בהתנגדויות	5	שלוש התנגדויות, אף אחת לא תושאלה ולא בודדה. הנחה מיידית במקום ערך
הנעה לפעולה וסגירה	6	אפס טכניקות סגירה. השיחה נסגרה בלי שלב הבא ובלי מועד חזרה
שפת תקשורת	6	אנרגיה טובה ויציבה, אך שפה מהוססת ומרככת שאינה מקדמת החלטה
סיכום שיחה	5	לא סוכמו תועלות, ולא ניתנה ללקוחה צידה לדרך מול המתחרים
ציון משוקלל כללי	**6**	**דגל אדום. הסיבה: ציון ממוצע כללי מתחת ל-7**

ארבעה פרמטרים שקבעו את התוצאה

הציונים הנמוכים

שאלת סיבת הפנייה — 4

שאלת החובה לא נשאלה בשום שלב. כל מה שנבנה אחריה, הפתרון, הערך והמענה להתנגדות, נשען על ניחוש

זיהוי התנגדות אמיתית — 4

שלוש התנגדויות עלו ואף אחת לא בודדה. לא נעשה נסיון להבחין בין ההתנגדות המוצהרת לבין מה שעומד מאחוריה

עדויות והוכחות — 4

לא הוצגה עדות, נתון או מקרה, גם כשהלקוחה ביקשה זאת במפורש. בעסקה של אלפי שקלים זה חסר מהותי

הנעה לפעולה — 4

לא נעשה שימוש באף טכניקת סגירה: לא בחירה בין שתי אפשרויות, לא דחיפות ולא קריאה ישירה

שלושת הלמה: אף אחת מהשאלות לא נענתה

אבחון

לא הושג

למה דווקא המוצר הזה?

הוצגו מאפיינים טכניים, לא סיבה. הלקוחה לא קיבלה תשובה לשאלה מה המוצר הזה עושה עבורה שאחר לא עושה

לא הושג

למה דווקא עכשיו?

לא נבנתה דחיפות מכל סוג: לא מבצע, לא מלאי ולא היגיון של תוצאה בזמן. בהיעדר סיבה לפעול היום, לא פועלים בכלל

לא הושג

למה דווקא מאיתנו?

הכשל החמור מבין השלושה. לא נאמר בידול אחד של החברה: לא ייבוא ישיר, לא אחריות מקומית ולא ליווי

המשמעות העסקית: זו לא עסקה אחת

כימות

4,490 ש"ח	11.1%	360,000 ש"ח	7 שניות
עסקה בודדת שאבדה בשיחה הזו	הנחה שניתנה ביוזמת הנציגה, בלי שהלקוחה ביקשה	שחיקת רווח שנתית להמחשה, אם ההנחה ניתנת אוטומטית	מרגע ההתנגדות ועד הוויתור על המחיר

הנחת החישוב, להמחשה בלבד: 60 עסקאות בחודש בהיקף דומה, והנחה יזומה של 500 שקלים בכל אחת. הנתון אינו מדידה בפועל אלא סדר גודל, ומטרתו להמחיש את עלות ההרגל ולא את עלות השיחה

המלצות פעולה

מדורג לפי אופק

7 ימים

לעצור את הדימום

- לאסור מתן הנחה ביוזמת הנציג. כל הנחה מחייבת אישור מנהל ורישום סיבה
- יעד מענה לליד: עד 60 דקות בשעות הפעילות, ולפחות שלושה נסיונות חזרה
- שאלת חובה בפתיחת כל שיחה: "מה הסיבה שהשארת לנו פרטים?"

30 יום

מצגת מוצר הופכת לתהליך מכירה

- תסריט שיחה בשישה שלבים קבועים, עם משפט תועלת אחד מנוסח מראש
- ערכת הוכחות זמינה לכל נציג: שלוש עדויות, שני נתוני שימוש ותמונות לפני ואחרי
- תרגול שמונת שלבי הטיפול בהתנגדות מחיר בסימולציות שבועיות

90 יום

בקרה שמחזיקה את השיפור

- האזנה לשלוש שיחות לנציג בחודש וניקוד לפי אותה מסגרת פרמטרים
- ארבעה מדדים חודשיים: זמן מענה, אחוז המרה, הנחה ממוצעת ואחוז שיחות עם מועד חזרה
- בדיקת לקוח סמוי חוזרת בעוד 90 יום והשוואת ציונים מול הדוח הזה

על הקייס: מקרה מייצג. פרטי החברה חסויים ואינם מוצגים, והנתונים המספריים משמשים להמחשת סדרי גודל. מבנה הניתוח, הפרמטרים, סולם הציונים ומודל שלושת הלמה הם אלה שבהם אנחנו עובדים בפועל בניתוחי לקוח סמוי

Game Changer · ייעוץ עסקי וארגוני · ניתוח לקוח סמוי ומערכי מכירה