

STRATEGIE DI CONTATTO VIA EMAIL: GUIDA E MODELLI PER RICHIEDERE EFFICACEMENTE APPUNTAMENTI A POTENZIALI CLIENTI



Introduzione:

Prospecting e il primo incontro con potenziali clienti sono fasi cruciali per qualsiasi venditore. Inserire con successo appuntamenti nell'agenda dei clienti è essenziale per il successo nelle vendite.

Questa guida ti illustrerà strategie efficaci di contatto via e-mail per aumentare le tue possibilità di fissare i prossimi appuntamenti.

Leggi questo ebook per imparare:

- Come scrivere e inviare inviti per le riunioni.
- Struttura di un'e-mail di invito a un incontro.
- Modelli di e-mail per richiedere il primo incontro con i potenziali clienti.



Come Scrivere Inviti per Riunioni Efficaci e Modelli per Iniziare:

Il primo passo per organizzare con successo un incontro di vendita con un potenziale cliente è iniziare efficacemente la conversazione. Considerando che i tuoi potenziali clienti ricevono quotidianamente numerose proposte commerciali, è fondamentale distinguersi per aumentare le probabilità di ottenere una risposta positiva.

Prima di scrivere le tue e-mail, assicurati di utilizzare un indirizzo "Mittente" che stimoli interesse. È consigliabile che le e-mail di contatto siano inviate personalmente da te o da un collega, piuttosto che da indirizzi mail generici come quello della tua azienda o del team nel suo complesso.

Secondo studi di SuperOffice, più del 45% dei destinatari di e-mail decide se aprire un messaggio in base a chi lo ha inviato.

Per redigere efficacemente il tuo invito all'incontro, segui questi passaggi:

1. **Scegli un oggetto dell'e-mail chiaro e conciso**, limitandoti all'essenziale per presentare l'incontro. Cerca di non superare i 40 caratteri o le sette parole, per garantire che il tuo messaggio spicchi nelle caselle di posta elettronica.
2. Fornisci dettagli precisi su data, ora e luogo. Anche se questi dettagli sono inclusi nell'invito del calendario, ripetili nel corpo della tua e-mail. **Specifica chiaramente la data e l'ora dell'incontro, la sua durata** e il modo in cui i partecipanti possono accedere all'incontro (nel caso esso sia virtuale).
3. **Spiega brevemente lo scopo** dell'incontro all'inizio dell'e-mail, limitandoti a una o due frasi.
4. Allega un'agenda dell'incontro, se possibile, per **dettagliare ulteriormente gli argomenti da discutere**. Non è necessario entrare nei minimi dettagli, ma è **utile indicare i punti chiave e allegare eventuali documenti di supporto**.
5. Includi un invito a confermare la partecipazione, fornendo un **link per la pianificazione dell'incontro che i tuoi potenziali clienti possano utilizzare per fissare e confermare un orario**. Questo approccio semplifica notevolmente la programmazione degli incontri e dei successivi follow-up, rendendo il processo più agevole per tutti i partecipanti. Nella sezione successiva, scoprirai come condividere in modo cortese il tuo link per la pianificazione degli incontri.
6. **Aggiungi una firma e-mail professionale** e il branding. Dopo aver completato tutti i passaggi sopra, concludi in modo efficace con una firma e-mail professionale per fornire ai destinatari interessati informazioni sulla tua azienda. Puoi anche includere il tuo link per la programmazione degli incontri qui o indirizzarli a pagine con il branding aziendale.

Non è solo ciò che dici (o chiedi), ma come lo dici.

Dopo aver abbozzato la struttura per la tua e-mail di invito all'incontro, prenditi un momento per incorporare alcuni di questi consigli per ottenere il miglior tasso di risposta possibile:

Considera il tono: Rifletti su chi sono i tuoi destinatari e su quanto formale possa essere l'incontro, poi formula l'invito di conseguenza.

Personalizza il tuo invito: Ove possibile, aggiungi il nome del destinatario per un tocco personale. Potresti anche decidere di aggiungere un'introduzione amichevole o includere un argomento rilevante che sai risuonerà con il tuo potenziale cliente.

Mantieni la brevità: Le persone apprezzano la brevità nelle e-mail, specialmente quando chiedi qualcosa da loro. Copri le informazioni essenziali, poi concludi.

Ecco un modello per aiutarti a iniziare

Gentile [Nome o Cognome dell'Invitato],

Spero che lei stia al meglio. [Inserisci un tocco personale].

Le scrivo per proporle un incontro [fascia temporale] per discutere di [argomento].

[Nel caso si svolga online]

L'incontro si svolgerà su [piattaforma di teleconferenza/videoconferenza] e durerà circa [numero] minuti. Gli argomenti più rilevanti che vorrei discutere con lei sono i seguenti, in allegato troverà [documenti allegati inerenti]:

- [argomento 1]
- [argomento 2]

[nel caso si svolga in presenza]

L'incontro durerà circa [numero] minuti. Gli argomenti più rilevanti che vorrei discutere con lei sono i seguenti, in allegato troverà [documenti allegati inerenti]:

- [argomento 1]
- [argomento 2]

Nel caso non sia disponibile nell'orario o nella data proposta, può cliccare sul seguente link [inserisci link per la pianificazione sul calendario] per riprogrammare l'appuntamento in base alle sue disponibilità.

Cordiali saluti,

[Il tuo nome]

[Il tuo ruolo e informazioni di contatto]

[Nome della tua azienda]

L'uso dei Link per la Pianificazione degli Incontri

Il prospecting e l'invio di inviti a incontri sono processi che richiedono molto tempo. Anche con un modello infallibile, il contatto può risultare oneroso. Quindi, perché non minimizzare il lavoro intorno ai follow-up e alla pianificazione?

Strumenti di pianificazione degli incontri come Calendly sono risorse inestimabili per innumerevoli venditori che fissano appuntamenti ogni giorno. Possono aiutarti a organizzare gli incontri quando i clienti preferiscono, eliminando il fastidio di dover inviare email avanti e indietro per confermare "Quale giorno/orario è migliore per te?".

Ricorda che la cordialità è importante. In base a con chi ti interfacci e della tua relazione, è essenziale adattare il tuo approccio. Sii consapevole che non tutti useranno il link per la pianificazione (o potrebbero non riceverli bene o non saperli utilizzare). Con questo in mente, non è difficile condividere il tuo link per la pianificazione degli incontri in modo consapevole e cortese.

Cosa NON fare: "Ecco il mio link per la pianificazione per fissare un incontro".

Cosa fare: "Sentiti libero di condividere alcuni orari in cui sei disponibile, oppure puoi scegliere tra i miei orari disponibili se ti risulta più semplice."

La conclusione è che gli strumenti di pianificazione rappresentano un importante risparmio di tempo quando si tratta di trovare orari reciproci, prenotare incontri e fornire dettagli, promemoria e follow-up. Tuttavia, è altrettanto importante essere attenti e cortesi nel richiedere il tempo delle persone.

Modelli di E-mail:

E-mail per il primo contatto:

Scenario: Stai cercando di individuare il responsabile nell'azienda.

Gentile [NOME],

Mi rivolgo a Lei con la speranza di individuare la persona responsabile del [REPARTO]. Ho già inviato richieste a [PERSONA X, PERSONA Y e PERSONA Z] nel mio tentativo di individuare la figura appropriata.

Vorrei gentilmente chiederLe se, per caso, Lei è la persona competente con cui poter discutere riguardo a [ARGOMENTO]. Nel caso affermativo, sarebbe possibile concordare un appuntamento? In alternativa, potrebbe cortesemente suggerirmi la persona appropriata a cui rivolgermi?

La ringrazio anticipatamente per la Sua gentile attenzione.

Cordiali saluti,

[FIRMA]

Punti forti di questa mail:

- È educata e rispettosa nel tono, rivolgendosi al destinatario con cortesia.
- Specifica chiaramente lo scopo dell'e-mail, ossia identificare la persona responsabile nel dipartimento.
- Riconosce tentativi precedenti di contattare altre persone, dimostrando diligenza nella ricerca del contatto giusto.
- Pone una domanda chiara e diretta sul ruolo del destinatario, indicando la volontà di ottenere una risposta specifica.
- Offre la possibilità di fissare un appuntamento, dimostrando una disponibilità a interagire ulteriormente.

Questa e-mail per il primo contatto sfrutta le gerarchie aziendali esistenti per pianificare il vostro incontro. Nove volte su dieci, questo modello è tutto ciò di cui avete bisogno per prenotare una riunione.

E-mail di risposta strategica:

Scenario: Il tuo potenziale cliente ti risponde alla mail ponendoti delle domande.

Gentile [NOME],

Apprezzo le Sue domande. Poiché desidero fornirle informazioni accurate, sarebbe possibile organizzare un breve incontro di [INDICARE LA DURATA PREFERITA] per discutere nel dettaglio i suoi quesiti? Nel caso, mi indichi pure le sue disponibilità.

Ringrazio per il Suo interesse.

Cordiali saluti,

[TUO NOME]

Punti forti di questa mail:

- Risponde prontamente ed efficacemente senza fornire informazioni inaccurate.
- Costruisce fiducia e professionalità.
- Rispettare i limiti e il tempo dei clienti aumenterà la percezione di professionalità.
- Spostare la comunicazione con i potenziali clienti dall'email al telefono o a una videochiamata aiuterà a comprendere in modo più efficace la loro situazione e a scoprire le loro esigenze, che sono la vera ragione della loro e-mail.
- Non stai "svelando i dettagli prematuramente" presentando informazioni prima del momento opportuno.

Ricorda, il tuo obiettivo dovrebbe comunque essere quello di portare la conversazione offline, non di chiudere una vendita tramite e-mail.

E-mail di Congratulazioni per un Nuovo Ruolo:

Scenario: Quando scopri che un potenziale cliente ha un nuovo ruolo.

Gentile [NOME DEL POTENZIALE CLIENTE],

Mi ha fatto sorridere leggermente quando questa mattina ho ricevuto una e-mail automatizzata dal suo predecessore, [NOME DEL PREDECESSORE], con il quale abbiamo collaborato in passato.

In primo luogo, le porgo le mie congratulazioni per il suo recente nuovo ruolo!

Comprendo che in questo momento potrebbe essere molto impegnato, quindi non vorrei importunarla. Se è al momento particolarmente occupato, questa conversazione può tranquillamente attendere.

Il mio ruolo consiste nel collaborare con le aziende al fine di aiutarle a [SCOPO DELL'AZIENDA].

Mi piacerebbe sapere: com'è iniziato il suo primo mese in relazione a questo aspetto?

Resto a sua disposizione per qualsiasi ulteriore informazione di cui possa aver bisogno.

Cordiali saluti,

[TUO NOME]

Punti forti di questa mail:

- Riferisce esperienze passate di assistenza all'azienda e menziona i nomi dei colleghi, dimostrando familiarità e connessione.
- Sfrutta un evento scatenante, ossia il fatto che il potenziale cliente ha assunto un nuovo ruolo, per stabilire un punto di contatto.
- Mostra empatia e comprensione verso il potenziale cliente, riconoscendo che il cambiamento di ruolo può essere stressante.
- Introduce in modo sottile la propria competenza, senza essere troppo assertiva o invadente.
- Evita di chiedere direttamente un appuntamento nel calendario del potenziale cliente, permettendo così un approccio più aperto e informale alla conversazione.

E-mail per Incoraggiare le decisioni:

Scenario: Quando hai avuto una serie di interazioni con un potenziale cliente, ma non stai ottenendo chiarezza o progressi significativi nella discussione.

Gentile [NOME DEL POTENZIALE CLIENTE],

Nella sua ultima comunicazione, ha menzionato la sua speranza di iniziare entro [PERIODO DI TEMPO SPECIFICATO]. Tuttavia, temo che non riusciremo a rispettare tale tempistica se non riusciamo ad organizzare un incontro nel corso di questo mese per discutere dei prossimi passi.

Non sembra che al momento Lei sia pronto a procedere ulteriormente. Desidero sinceramente sapere se dovrei considerare questa opportunità come chiusa, oppure ho frainteso la situazione?

Con cordialità,

[TUO NOME]

Punti forti di questa mail:

- Fa riferimento a sforzi passati per aiutare l'azienda del potenziale cliente, dimostrando impegno e dedizione.
- Rivela un lato umano del venditore, contribuendo a stabilire una connessione più autentica.
- Mette l'accento sui problemi o le sfide del compratore e sulla loro desiderata celerità nel far progredire l'accordo e ottenere risultati positivi. Questo dimostra un'attenzione alle esigenze e agli obiettivi del cliente.

Non abbiate paura di cercare il "no" e di ritirare l'offerta dal potenziale cliente. A volte, il modo migliore per spingere le persone all'azione è dar loro il permesso di concludere l'affare. Quando l'acquirente ha l'impressione che le cose stiano perdendo slancio, o tornerà indietro, o si sentirà a suo agio nel dirti che ha optato per un'altra soluzione. In entrambi i casi, avrai scoperto la verità.

Vuoi rendere le tue mail ancora più efficaci?

BiHilo ti permetterà di identificare i contatti più promettenti tra i potenziali clienti, comprenderne meglio gli interessi e personalizzare la tua comunicazione per massimizzare le opportunità di successo nelle vendite!

Scopri BiHilo richiedendo una Demo attraverso il sito web www.bihilo.com

