



۱۰ باید و نباید در بازاریابی تلفنی

آیا تا به حال هنگام **بازاریابی تلفنی** احساس بدی به شما دست داده است؟ آیا از اینکه پیشنهاداتتان مورد قبول واقع نمی‌شود، ناراحت شده‌اید؟ آیا از موفقیت محدودتان ناامید شده‌اید؟

هشدارهای زیر هشدارهایی کاملاً جدی هستند که می‌توانند لذت کار را در شما از بین ببرند و فروشتان را به حداقل برسانند. در بازاریابی تلفنی به این نکات توجه کنید.

۱. هل ندهید؛ به سوی خودتان بکشید

بیشتر ما از کسانی که اصرار می‌کنند و تمام مدت در مورد خودشان صحبت می‌کنند، خوشمان نمی‌آیند. به بازاریابی خود فکر کنید. آیا مدام در حال ارائه مصرانه اطلاعات در مورد خودتان یا محصول و خدماتتان هستید؟ این کار ممکن است مشتریانانتان را فراری دهد، در حالی که تنها کاری که باید انجام دهید این است که آن‌ها را به درون بکشید.

روی نیازها و دغدغه‌های مشتریان بالقوه‌تان تمرکز کنید و به آن‌ها چیزی پیشنهاد کنید که می‌خواهند. شما به آن‌ها کمک می‌کنید، آن‌ها را به مشتری تبدیل می‌کنید و درآمد بیشتری به دست می‌آورید.

۲. مشتری بالقوه کافی ایجاد کنید

بازاریابی تلفنی به معنای شروع مکالمه با مشتریان بالقوه، شناخت نیازهای آنان و کمک به آن‌ها در درک راه‌حل‌های پیشنهادی شماست. برای اینکه مشتریان بیشتری به دست آورید، به افراد بیشتری کمک کنید تا نوع محصول یا خدمات شما را درک کنند و مشتریان بالقوه‌تان را تشویق کنید تا با شما تماس بگیرند.

آیا نوع بازاریابی‌تان به شما کمک می‌کند تا مشتری بالقوه کافی به دست آورید و با آن‌ها گفت‌وگو کنید؟ شما می‌توانید با یک پیام تبلیغاتی مناسب و استراتژی آنلاین و آفلاین جریان مداومی از مشتریان بالقوه شایسته را برای خود ایجاد کنید.

۳. با ایمیل یا نامه به استعلام مشتری پاسخ دهید

در نود درصد اوقات ارائه پاسخ کتبی به استعلام مشتری به فروش منجر نمی‌شود. تلفن را بردارید و از سوالات آن شخص برای شروع مکالمه استفاده کنید با پرسیدن چند سوال بیشتر می‌توانید دریابید که او چه اهداف و نیازهایی دارد و سپس راه‌حل خود را به او معرفی کنید.

۴. قیمت را خیلی زود اعلام نکنید

زمانی که مشتریان بالقوه تماس می‌گیرند، یکی از اولین سوالاتی که می‌پرسند در مورد قیمت محصول یا خدمات است. اگر به سرعت به آن‌ها پاسخ دهید، احتمالاً مکالمه به زودی پایان می‌یابد و فروش را از دست خواهید داد؛ چون هنوز قیمت‌ها از نظر

آن‌ها معنایی ندارند.

زمانی که یک مشتری از شما قیمت می‌پرسد تا زمانی که کاملاً متوجه نشده‌اید او چه چیزی می‌خواهد قیمت را اعلام نکنید. سپس قیمت را در قالب راه‌حل‌هایی ارزشمند و با کیفیت به او عنوان کنید.

۵. زمانتان را برای کسانی که خریدار نیستند، هدر ندهید

هر چقدر هم که سیستم کاریتان خوب باشد، گاهی می‌بینید که دارید با افرادی صحبت می‌کنید که یا نمی‌توانند از پس هزینه خدماتتان برآیند یا محصولات شما سودی برای آن‌ها ندارد. مکالماتی از این قبیل باعث هدر رفتن بخش زیادی از زمانتان می‌شود.

از سوالات تعیین‌کننده و پاسخ مشتری‌ها در طول ۳ دقیقه نخست مکالمه استفاده کنید و ببینید که آیا فردی که پشت خط است، مشتری واقعی است یا خیر. اگر نبود، از او به خاطر وقتی که گذاشته تشکر کنید و به سراغ فرد دیگری بروید.

۶. خیلی زیاد صحبت نکنید

شما از زیربوم محصولاتتان با خبر هستید؛ می‌توانید ساعت‌ها در مورد آن‌ها، فرآیند کاریتان، ویژگی‌ها و مزایای محصولات صحبت کنید. این کار را نکنید. شما با این کار حوصله مشتری را سر می‌برید و توجه او را از دست می‌دهید، به خصوص اگر بازاریابی‌تان از نوع تلفنی باشد.

هر زمان که با یک مشتری تماس می‌گیرید یا یکی از مشتریان بالقوه با شما تماس می‌گیرد، از آن تماس برای درک نیازهای مشتری استفاده کنید. سوال بپرسید. اجازه دهید آن‌ها صحبت کنند تا شما اطلاعات مورد نیاز خود را به دست آورید.

۷. ارزش از دیدگاه مشتری را مشخص کنید

شما کاملا از مزایای محصول و خدماتتان مطلع هستید؛ می‌خواهید که مشتریان بالقوه نیز این مزایا را کاملا متوجه شوند. برای اینکه به مشتریان کمک کنید تا ارزشی را که ایجاد کرده‌اید درک کنند، از آن‌ها بخواهید تا چیزی را که می‌خواهند، تعریف و آنچه را که برایشان ارزش دارد، مشخص کنند.

۸. جواب «بله» بگیرید

هدف اولیه شما این است که وقتی از مشتریان در مورد ثبت سفارش یا ثبت‌نام برای استفاده از خدمات سوال می‌کنید، از آن‌ها پاسخ «بله» را دریافت کنید اگر یک الگو از پاسخ‌های مثبت تهیه کنید، شانس شنیدن پاسخ مثبت را برای خود افزایش داده‌اید.

اهداف آن‌ها را بررسی کنید و از آن‌ها بپرسید که دقیقا دنبال چه چیزی هستند. راه‌حلی را هم که یافته‌اید بررسی کنید و از آن‌ها سوال کنید که آیا همان چیزی است که به دنبالش بودند یا خیر.

۹. یادتان نرود که شما باید درخواست فروش بدهید

اگر می‌خواهید مردم محصولات یا خدماتتان را بخرند، باید از آن‌ها درخواست کنید. به نظر مشخص می‌آید؛ اما بازاریاب‌های تلفنی معمولا منتظر می‌مانند تا مشتری علاقه‌اش به خرید را عنوان کند.

چرا این کار را می‌کنیم؟ شما تا زمانی که اعتماد به نفس کافی در زمینه تکنیک‌های فروش تلفنی را کسب نکنید، از شنیدن پاسخ رد در ازای درخواست فروش‌تان می‌ترسید. برای همین است که معمولا در ازای این کار فقط به بیان ویژگی‌ها و مزایای محصول یا خدمات می‌پردازید.

اگر با مشتریان بالقوه و مناسبی صحبت کنید، احتمال اینکه از شما خرید کنند بسیار زیاد است. به آن‌ها کمک کنید تا ارزش مدنظرشان را مشخص و سپس خرید را نهایی کنید.

۱۰. پیگیری را فراموش نکنید

شاید وقتی محصولی را به فروش می‌رسانید به نظر برسد که دیگر کارتان تمام شده است. اولین فروشتان را به عنوان یک «پایان» در نظر نگیرید، چون می‌توانید آن را به منزله دری به سوی روابط طولانی‌مدت و فروش بیشتر تلقی کنید.

زمانی که یک مشتری بالقوه به یک مشتری بالفعل تبدیل می‌شود، اعتمادش نسبت به شما و محصولاتان را نشان داده است. با برقراری یک تماس دیگر از رضایت مشتری و خرید مجدد احتمالی او آگاه شوید.

از بازاریابی تلفنی متنفر نباشید. یاد بگیرید که چه بگویید و چگونه یک مکالمه را سازماندهی کنید و آنگاه لذت بیشتری از کارتان ببرید و به حداکثر فروش برسید.