



۱۲۵ نکته برای بازاریابی تلفنی موفق

بازاریابی تلفنی چیست؟ **بازاریابی تلفنی** یکی از مهم‌ترین و کم‌هزینه‌ترین روش‌های جذب مشتری است. در این مقاله به ۱۲۵ ترفند بازاریابی و فروش تلفنی می‌پردازیم که قبلاً در کارگاه‌های آموزشی مدیرسبز ارائه شده است.

برنامه‌ریزی بازاریابی تلفنی

۱. در ساعات کاری، تماس‌های تلفنی شخصی را به حداقل برسانید. با انجام این کار فروش‌تان بیشتر می‌شود. اگر در روز تنها ۳ تماس تلفنی شخصی داشته باشید و هر تماس به‌طور متوسط ۴ دقیقه طول بکشد در طی سال، ۴۸ ساعت از وقت شما گرفته شده است. اختصاص ۴۸ ساعت برای فروش می‌تواند چندین مشتری جدید ایجاد کند.

۲. بیش از حد نگران بهترین زمان تماس با مشتریان نباشید. بعضی از فروشندگان، اول ساعت کاری و حدود ظهر با مشتریان تماس نمی‌گیرند و با خود می‌اندیشند که

مشتری در دسترس نخواهد بود. از تمام روز کاری برای تماس‌های تلفنی استفاده کنید، اگر تلفن نکنید هیچ‌گاه آن‌ها را نخواهید یافت.

۳. در برنامه‌ریزی خود بهتر است حدود یک ساعت با تلفن صحبت کنید و سپس حداقل ۱۵ دقیقه استراحت کنید.

۴. اگر هدف شما از تماس تلفنی تنها دادن اطلاعات است؛ مثلاً می‌خواهید موضوعی را یادآوری کنید، بهتر است بعد از ساعت کاری تماس گرفته و برای شخص مقابل پیغام بگذارید، این کار باعث صرفه‌جویی در وقت خواهد شد.

۵. برای تماس‌های تلفنی، هدف‌های روزانه قرار دهید و سعی کنید در هر شرایطی به آن اهداف برسید. وقتی بدانید در روز باید به تعداد مشخصی برسید، متمرکزتر و سریع‌تر کار خواهید کرد.

۶. برای روز بعد، همین امروز برنامه‌ریزی کنید. اولین ساعت روز کاری بسیار باارزش است، چون با انرژی هستید؛ پس آن را به تماس گرفتن اختصاص دهید و نه به برنامه‌ریزی.

۷. تعداد تماس‌های روزانه خود را در دفتری یادداشت کنید. هر روز سعی کنید حداقل یک تماس بیشتر از روز قبل بگیرید. وقتی پس از چند هفته نتایج را ببینید متعجب خواهید شد.

۸. اگر از روی فهرست مشخصی از مشتریان پیش می‌روید، به تک‌تک شماره‌ها زنگ بزنید. در مقابل این تمایل که به‌طور اتفاقی زنگ بزنید و یا از افرادی صرف‌نظر کنید بایستید. هیچ‌گاه پیش‌داوری نکنید؛ زیرا ممکن است فروش بزرگی را از دست بدهید.

۹. میزان درآمدها را از هر تماس محاسبه کنید. درآمد هفتگی را به‌طور متوسط حساب کرده و بر تعداد مکالمات هفتگی تقسیم کنید، مقدار حاصل را در دفتر خود یادداشت کنید و سعی کنید این مقدار را افزایش دهید؛ یعنی بر این موضوع کار کنید که در تعداد تماس‌های مشخص، به افراد بیشتری بفروشید.

۱۰. اهداف کوتاه‌مدت برای خود بگذارید. مثلاً تعداد تماس‌های روزانه خود را به ۵۰

برای تماس‌های تلفنی، هدف‌های روزانه قرار دهید و سعی کنید در هر شرایطی به آن اهداف برسید.



نگرش درست در بازاریابی تلفنی

۱۱. اگر فکر می‌کنید موفق خواهید شد، درست فکر می‌کنید و اگر فکر می‌کنید شکست خواهید خورد، باز هم حق با شماست. (هنری فورد). پس همیشه خوش‌بین باشید.

۱۲. اگر از صحبت با تلفن هراس دارید، از خود بپرسید در بدترین شرایط چه پیش خواهد آمد؟ شخص مقابل بر سرتان فریاد خواهد زد.

۱۳. وقتی جواب نه می‌شنوید، آن را شخصی نپندارید. آن پیشنهاد شماست که مورد مخالفت واقع می‌شود و نه خود شما. بر پیشنهادتان کار کنید تا مخالفت‌ها کمتر شود.

۱۴. ۸۰ درصد زمان مکالمه را به گوش دادن و ۲۰ درصد آن را به صحبت کردن اختصاص دهید. مطالبی که آن‌ها می‌گویند، بارزتر از مطالبی است که شما

می‌خواهید بگویید.

۱۵. همیشه به یاد داشته باشید که فروش، کمک به مشتری برای خرید است. دنبال راه‌هایی برای کمک بیشتر به دیگران باشید و مطمئن باشید فروش به‌طور خودکار افزایش خواهد یافت.

۱۶. برای مردم مهم نیست که شما در مورد محصول و خدمات خود چه نظری دارید، آن‌ها فقط می‌خواهند بدانند که در صورت انجام معامله با شما برای خودشان چه منفعتی حاصل خواهد شد.

۱۷. اگر می‌خواهید شرکت شما همواره در حال پیشرفت باشد، در بهترین شرایط نیز فعالیت‌های بازاریابی‌تان را کم نکنید و همیشه دنبال مشتریان جدید باشید.

۱۸. همیشه به خاطر داشته باشید که مشتریان شما از دیگران نیز خرید می‌کنند، پس سعی کنید در هر تماس حرفی با ارزش و متمایز از دیگران داشته باشید.

۱۹. یکی از دلایل مهم شکست در فروش تلفنی آن است که فروشنده به‌طور واضح از مشتری تقاضای خرید نمی‌کند.

۲۰. هیچ‌گاه فرض نکنید که مشتری در مورد محصول شما اطلاعات کافی دارد. تمامی کاربردها و مزایای محصول را به‌طور واضح و دقیق بیان کنید.

۲۱. مردم عاشق خرید هستند ولی از آن که کسی بخواهد چیزی به آنان بفروشد متنفرند. به آن‌ها کمک کنید تا خودشان خرید کنند.

۲۲. به خود به عنوان یک مشاور حرفه‌ای نگاه کنید و سعی کنید به مشتری کمک کنید تا همیشه پیروز شود.

۲۳. در ابتدای هر روز ترسناک‌ترین و مشکل‌ترین تماس‌ها را بگیرید.

۲۴. کاتالوگ و اطلاعات به تنهایی باعث فروش نخواهند شد، این شما هستید که با ترغیب مشتری، فروش ایجاد می‌کنید.



آمادگی قبل از تماس در بازاریابی تلفنی

۲۵. میز کارتان را تمیز نگه دارید. در هنگام مکالمه روزنامه و مطالبی خواندنی اضافی را از میزتان بردارید تا در هنگام صحبت، تمامی حواس شما به گفته‌های مشتری باشد.

۲۶. فهرستی از رقبیان تهیه کنید. محصولات و خدمات آن‌ها را به دقت بررسی کنید، برتری‌های شرکت خودتان را نسبت به آن‌ها مشخص کنید و آن‌ها را مکتوب سازید. هنگامی که مشتری می‌خواهد شما را با رقبیان مقایسه کند، نقاط قوت خودتان را بیان کنید.

۲۷. جدیدترین اخبار مربوط به زمینه کاریتان را جمع‌آوری کرده و در حین مکالمه از آن‌ها استفاده کنید. مشتری احساس خوبی خواهد داشت وقتی بداند شما در جریان آخرین وقایع هستید.

۲۸. با رقبیان تماس گرفته و به عنوان مشتری با آن‌ها صحبت کنید. به دقت بررسی کنید که آن‌ها چگونه با مشتری برخورد می‌کنند و به اعتراضات چگونه پاسخ می‌دهند، شاید از آن‌ها مطالبی بیاموزید. نکات ضعف آنان را نیز بررسی کنید تا به مشتریان خود خدمات بهتری بدهید.

۲۹. از این مزیت که مشتری شما را نمی‌بیند، به خوبی استفاده کنید. اطلاعات و آمار و ارقام لازم را در دسترس قرار دهید تا در صورت لزوم از آن‌ها استفاده کنید.

۳۰. هر روز زمانی مشخص حتی ۱۵ دقیقه را به یادگیری مهارت‌های فروش اختصاص دهید. کتاب‌ها و مجلات مختلف در این زمینه را مطالعه کنید.

۳۱. مشتریان چرا از شما خرید می‌کنند؟ پاسخ واقعی این سوال را بیابید. برای این کار به حدس و گمان متوسل نشوید؛ بلکه از بهترین مشتریان خود این موضوع را بپرسید، وقتی دلیل را یافتید این موضوع را به مشتریان جدید بگویید.

ایجاد ذهنیت اولیه خوب در بازاریابی تلفنی

۳۲. هدف از گفتن جمله ابتدایی دو موضوع است؛ ترغیب آن‌ها به طرح سوال و ایجاد نظری مثبت و پذیرنده در آن‌ها.

۳۳. پس از تماس بلافاصله خودتان را به‌طور کامل معرفی کنید و هدفتان را از تماس تلفنی بگویید در غیر اینصورت سوالاتی در ذهن شخص مقابل پیش خواهد آمد و باید به چند سوال پاسخ دهید.

۳۴. شما ۳ ثانیه زمان دارید! در همان جمله اولیه برای شنونده مشخص کنید که این تماس چه سودی برای او دارد و چرا به نفعش است که مکالمه را ادامه دهد.

۳۵. روی جملات ابتدایی در هر مکالمه به اندازه کافی فکر کنید. آن‌ها را یادداشت کنید و هرگاه ایده بهتری به ذهنتان رسید آن‌ها را ویرایش کرده و از جملات جدید استفاده کنید.

۳۶. به اندازه کافی تمرین کنید تا جملات ابتدایی مکالمه را با خونسردی، آرامش و قطعیت بگویید. دستپاچگی و عدم اطمینان تاثیر نامناسبی بر مشتری می‌گذارد.

۳۷. جمله ابتدایی شما مانند زیربنای یک ساختمان است که در صورت ضعیف بودن، کل ساختمان را ناپایدار خواهد ساخت.

۳۸. سعی کنید قبل از گفتن نام شرکت در مورد مزایایی صحبت کنید که نصیب مشتری خواهد شد، مثلاً: «آقای بقوسیان، شرکت ما به بازنشستگان کمک می‌کند تا به سفرهای تفریحی کوتاه‌مدت و ارزان بروند».

نکات بازاریابی تلفنی هنگام تماس

۳۹. هنگام صحبت تلفنی، با ذوق و شوق تمام، این کار را انجام دهید. طوری صحبت کنید که شخص مقابل احساس کند مهم‌ترین شخص در جهان است.

۴۰. در هنگام مکالمه لبخند بزنید این کار بر تن صدایتان تاثیر خواهد گذاشت و صدایتان دلپذیرتر خواهد شد.

۴۱. وقتی با یک شرکت تماس می‌گیرید در صورت امکان با بالاترین مقام صحبت کنید؛ زیرا او قدرت تصمیم‌گیری دارد و اگر شما را به افراد دیگری ارجاع داد می‌توانید بگویید که شخص با بالاترین مقام از شما خواسته تا با او هماهنگ کنید.

۴۲. اگر به شما گفته شد که شخص موردنظر دیگر در اینجا فعالیت نمی‌کند، بدون وقفه بپرسید چه کسی جای او را گرفته است و با او صحبت کنید، فرصت صحبت با یک مشتری جدید را از دست ندهید.

۴۳. اگر مشتری در حین صحبت هر گونه اطلاعاتی از امور شخصی خود را به شما می‌دهد، آن را یادداشت کرده و در تماس‌های بعدی از آن استفاده کنید. علایق شخصی و نگرانی‌های مشتری فرصت خوبی برای صحبت با او فراهم می‌کند.

۴۴. وقتی منشی یک شرکت به شما پاسخ می‌دهد از او کمک بخواهید و نشان دهید که برای کارش ارزش قائلید، اگر آن‌ها احساس کنند که اهمیت دارند اطلاعات باارزشی را در اختیارتان قرار خواهند داد.

۴۵. اگر شخصی که می‌خواهید با او صحبت کنید، حضور ندارد به جای تماس در وقت دیگر، بپرسید که آیا شماره دیگری برای تماس با او وجود دارد؟ بسیاری از

مسئولان به راحتی شماره موبایلشان را در اختیار قرار می‌دهند.

۴۶. با هر شخصی که صحبت می‌کنید، فرض کنید مهم‌ترین و بالاترین شخص در سازمان است زیرا شاید واقعا چنین باشد.

۴۷. در صحبت‌های خود از اسم شخص مقابل استفاده کنید تا توجه او را به گفته‌هایتان جلب کنید. مثال: آقای بقوسیان، من فکر می‌کنم دستگاه چاپگر لیزری برای کار شما مناسب‌تر باشد.

۴۸. وقتی پیام خود را به سیستم پاسخگوی تلفنی می‌گویید، آرام‌تر و شمرده‌تر از معمول صحبت کنید تا در صورت لزوم، شخص مقابل فرصت یادداشت مطالب مهم را داشته باشد.

۴۹. اگر با سازمان یا شرکتی تماس می‌گیرید، از مخاطب بپرسید آیا شخص دیگری را می‌شناسد که علاقه‌مند به استفاده از خدمات و محصولات شما باشد؟ اطلاعات آن شخص را یادداشت کنید.

۵۰. هر قوی را که به مشتری می‌دهید در دفترتان یادداشت کنید و حتما به آن عمل کنید. اگر قوی بدهید و سپس آن را فراموش کنید، احتمالا مشتری را از دست خواهید داد.

۵۱. اگر باید با مشتری تماس مجدد بگیرید، روز و ساعت آن را مشخص کنید و از او بخواهید صبر کند تا در دفترتان یادداشت کنید. این کار نشان می‌دهد شما حرفه‌ای هستید.



نبایدهای بازاریابی تلفنی

۵۲. هیچ‌گاه به مشتریان نگویید: سعی خودم را خواهم کرد. به آن‌ها بگویید این کار را حتما انجام خواهم داد.

۵۳. از گفتن مطالبی که به آسانی مورد شک و تردید واقع می‌شوند استفاده نکنید. مثال: ما بزرگ‌ترین ارائه‌کننده مواد غذایی در ایران هستیم بلکه دلایلی محکم و واضح ارائه دهید. مثال: مواد غذایی ما در ۱۷ شهر بزرگ ایران توزیع می‌شوند.

۵۴. هیچ‌گاه از شخص مقابل نخواهید در ابتدای مکالمه تصمیم‌گیری کند. ابتدا مزایا را بگویید و شخص مقابل را به تدریج برای قبول پیشنهاد آماده کنید.

۵۵. اگر از شخص مقابل احوال‌پرسی می‌کنید به دقت به او گوش کرده و عکس‌العمل نشان دهید. سعی نکنید به‌طور تصنعی همدردی نشان دهید. مردم از فروشندگان چاپلوس متنفرند.

۵۶. اگر با شخصی تماس می‌گیرید و او سریع و با عجله صحبت می‌کند، شما این کار را نکنید و به آرامی پیام خود را بگویید. بعضی افراد عادت دارند که سریع صحبت

کنند.

۵۷. اگر اطلاعاتی چاپ شده را از طریق پست برای مشتری ارسال کرده‌اید، در جمله ابتدایی نگویید که آیا آن اطلاعات به دستش رسیده است یا خیر. موضوع اصلی شما دریافت آن اطلاعات نیست بلکه پیشنهاد فروش است.

۵۸. اگر مشتری توضیحات مبهمی را می‌دهد از آن به راحتی نگذرید. با سوال از او بخواهید که منظورش را واضح‌تر بیان کند.

۵۹. طوری صحبت نکنید که شخص مقابل فکر کند هدفتان فقط اطلاع‌رسانی است. مثال: «به شما زنگ زدم تا فقط بگویم رنگ‌های جدیدی از پیراهن‌های تولیدی ما آماده شده است». از مشتریان بخواهید که از شما خرید کنند.

۶۰. کارها را به تاخیر نیندازید، یکی از همین روزها یعنی هیچ‌وقت. کارهای مهم را در اولین فرصت ممکن انجام دهید. سرعت می‌تواند باعث تمایز شما از رقیبان شود.

۶۱. هیچ‌گاه از رقیبان بدگویی نکنید و آن‌ها را زیر سوال نبرید. اطلاعات باارزش به مشتری بدهید و خود مشتری آن‌ها را زیر سوال خواهد برد.

۶۲. هیچ‌گاه به مشتری نگویید اشتباه می‌کند حتی اگر واقعا در اشتباه است. به جای آن خودتان مسئولیت را به عهده بگیرید و بگویید: ظاهرا نتوانستم مقصودم را به خوبی بیان کنم.

۶۳. به هیچ‌وجه از واژه‌های تخصصی کارتان استفاده نکنید. معادل‌هایی ساده‌تر و واضح‌تر بیابید تا در ذهن مشتری ابهامات بی‌موردی ایجاد نشود.

پرسش‌های مناسب در بازاریابی تلفنی

۶۴. تنها راه مناسب برای ارائه یک محصول پرسیدن سوالات مناسب، دریافت اطلاعات لازم و سپس دادن یک پیشنهاد مناسب است.

۶۵. کیفیت پاسخ‌های شما، مستقیما به کیفیت سوالات بستگی دارد. بنابراین

مشتری را تشویق کنید تا سوالات مناسب بپرسد.

۶۶. نکات مهمی را که مشتری بیان می‌کند، با سوال تکرار کنید. مثال: پس شما واقعا مشکل زمان دارید؟

۶۷ به جای پرسیدن نظرات مشتریان در موارد مختلف، از آنها بپرسید چه احساسی دارند. مهم‌ترین عامل در خرید، احساسات است و نه منطق.

۶۸. اگر مشتری حرفی غیرمنطقی می‌زند از او نپرسید چرا؟ بلکه بپرسید: چطور به این نتیجه رسیدید؟

۶۹. پس از پرسیدن هر سوالی مکس کنید و به شخص مقابل فرصت کافی برای پاسخ دادن بدهید. به او کمک نکنید تا پاسخ دهد و به هیچ‌وجه وسط حرف او نپرید.

۷۰. اگر مشتری در تماس اول، خودش را کاملا علاقه‌مند نشان داده ولی در تماس بعدی نظرش کاملا عوض شده، از او بپرسید که چه اتفاقی باعث این تغییر نظر شده است.

پاسخ به اعتراضات در بازاریابی تلفنی

۷۱. اعتراضات معمولا تنها بهانه‌ای هستند برای مشکلی بزرگ‌تر. سعی کنید آن مشکل را کشف کرده و آن را حل کنید.

۷۲. مقاومت اولیه در برابر خرید کاملا طبیعی است. مردم بلافاصله و به‌طور غریزی می‌گویند علاقه‌ای به خرید ندارند. سوالی را بیابید که پس از مقاومت مشتری بتوانید با او بیشتر صحبت کنید.

۷۳. سعی کنید اعتراضات احتمالی مشتری را زودتر از او مطرح کنید. مثال: اگر فکر می‌کنید یخچال‌های ما گران‌تر از حد معمول هستند دلیل آن اضافه شدن قسمتی است که باعث می‌شود میوه و سبزیجات تا چندین روز در آن تازه بمانند.

۷۴. وقتی مشتری به موضوعی اعتراض می‌کند، آن را با لحنی دوستانه پاسخ دهید. مثلا بگویید: بگذارید در این باره بیشتر توضیح دهم.

۷۵. اعتراضات مشترکی که اغلب مشتریان مطرح می‌کنند، را جمع‌آوری کرده و پاسخ‌هایی قانع‌کننده برای‌شان بیابید و در برخورد با مشتریان جدید از آن استفاده کنید.

۷۶. وقتی مشتری اعتراضی را بیان می‌کند، او را وادار کنید تا هر چه بیشتر در این باره صحبت کند. از او بپرسید: در این باره بیشتر توضیح دهد.

۷۷. اگر مشتری می‌گوید محصولات مشابه رقبای شما، ارزان‌تر است بگویید: «آیا تا به حال فکر کرده‌اید که در درازمدت برای آن کالای ارزان چه هزینه‌هایی باید بپردازید؟»

۷۸. اگر مشتری می‌گوید نیازی به این محصول ندارد به او بگویید در این باره کاملا مطمئن نیستیم. بیابید با چند سوال وضعیت شما را بررسی کنیم و ببینیم که آیا این کالا می‌تواند واقعا مفید باشد یا خیر؟

ارائه قیمت در بازاریابی تلفنی

۷۹. مشتریان نه بر اساس قیمت بلکه بر اساس ارزش خرید می‌کنند. با سوال سعی کنید دریابید چه چیزهایی واقعا در نظر مشتری باارزش هستند.

۸۰. قیمت رقبا را به تومان بگویید و قیمت خودتان را بدون واحد. مثال: درحالی‌که شرکت مدیر سبز این خدمات را با قیمت ۱.۸۰۰.۰۰۰ تومان ارائه می‌دهد، ما آن را با ۱.۲۰۰.۰۰۰ ارائه می‌کنیم.

۸۱. قیمت نهایی را با ارائه دلایلی توجیه کنید. قیمت را با لحنی قاطع و مصمم بگویید و به جای تخفیف سعی کنید مزایایی را بگویید که قیمت را توجیه می‌کند.

۸۲. اگر مشتری به قیمت محصول اعتراض می‌کند، از او بپرسید: اگر قیمت برای‌تان

مهم نبود آیا از محصول ما کاملا راضی بودید و آن را می‌خریدید؟ با این سوال، برتری محصول‌تان را به مشتری یادآوری می‌کنید.

۸۳. به جای واژه هزینه و بها از واژه سرمایه‌گذاری استفاده کنید. مثال: ۱.۸۰۰.۰۰۰ تومان برای بیمه اتومبیل خود سرمایه‌گذاری کنید تا در صورت بروز حادثه، شرکت تا ۵۰ میلیون تومان برای شما بپردازد.

۸۴. همیشه هنگام ارائه قیمت، مزیتی رایگان را هم با آن همراه سازید. مثال: قیمت این تلویزیون دو میلیون تومان است. البته همکاران من آن را با احتیاط تا درب منزل شما به‌طور رایگان حمل خواهند کرد و در صورت خرابی تا شش ماه می‌توانید آن را به صورت رایگان تعویض کنید.

۸۵. برای پی بردن به این موضوع که رقیبان چه قیمتی را به مشتری پیشنهاد کرده‌اند، از او بپرسید. هم‌اکنون برای این مورد چقدر هزینه پرداخت کرده‌اید؟

۸۶. کسانی بیشتر دریافت می‌کنند که توقع بیشتری داشته باشند. در هنگام فروش، بهترین‌ها و گران‌ترین‌ها را پیشنهاد دهید و اگر مشکل مشتری قیمت بود، موارد ارزان‌تر را پیشنهاد کنید.



ایجاد اعتبار در بازاریابی تلفنی

۸۷. در صورت امکان قبل از تماس تلفنی اطلاعاتی را برای مشتری با پست ارسال کنید. در اینصورت مشتری آمادگی بیشتری برای صحبت با شما دارد و احتمال فروش افزایش خواهد یافت.

۸۸. از اشخاص سومی برای اعتبار بخشیدن به کارتان استفاده کنید. مشتریان از این دستگاه چاروبرقی بسیار راضی هستند و می‌گویند در هنگام کار آن‌ها را خسته نمی‌کند.

۸۹. به مشتریان جدید بگویید که چگونه در گذشته به شرکت‌ها و افراد کمک کرده‌اید تا به نتایج رضایت‌بخشی برسند. این اطمینان را در آن‌ها به وجود آورید که مطمئناً برای آنان نیز سودمند خواهید بود.

۹۰. اگر بابت هر فروش سود دریافت نمی‌کنید و حقوق ماهانه دارید، این موضوع را به مشتریان بگویید؛ زیرا مشتریان معمولاً دلیل پافشاری فروشنده را دریافت کمیسیون می‌دانند.

۹۱. اگر محصول شما معایبی دارد، آن‌ها را هم به مشتری بگویید. این کار اعتبار شما را افزایش خواهد داد.

۹۲. مزایای محصول را شماره‌گذاری کنید تا بیشتر مورد توجه واقع شود. مثال: سومین مزیت این تلفن همراه، وزن کم آن است.

۹۳. در برابر این وسوسه بایستید که بدون داشتن اطلاعات کافی از مشتری، به ارائه محصول پردازید. ابتدا با چند سوال پی به نیاز مشتری ببرید و سپس محصول خود را ارائه کنید.

۹۴. گارانتی عامل بسیار مهم برای فروش بیشتر است ولی بیش‌ازحد به گارانتی تکیه نکنید. هدف مشتری استفاده از محصول است و نه گارانتی آن. پس به ذکر مزایای

محصول بپردازید.

۹۵. خریداران معمولاً دنبال ارزان‌ترین کالاها نیستند بلکه به دنبال کالاهایی هستند که کم‌ترین ضرر و زیان را به آنها وارد سازد. به مشتریان نشان دهید با خرید از شما متحمل ریسکی نمی‌شوند.

هوشمندی در بازاریابی تلفنی

۹۶. اگر از روی فهرستی تماس می‌گیرید که در اختیار چندین نفر قرار می‌گیرد کار را از انتهای فهرست شروع کنید؛ زیرا معمولاً دیگران از ابتدای فهرست کارشان را شروع کرده‌اند و افراد انتهایی فهرست مورد توجه کمتری قرار می‌گیرند.

۹۷. بعید است که بالاترین رتبه در یک سازمان بگویند بودجه کافی برای این کار نداریم، بنابراین از ارائه قیمت خود نهراسید و تخفیف ندهید؛ بلکه مزایای بیشتری به آنها بدهید.

۹۸. اگر می‌خواهید در مورد شرکتی خاص و افراد آن اطلاعات باارزشی به دست آورید، با بخش فروش آن شرکت صحبت کنید؛ زیرا آنها معمولاً علاقه‌مند به صحبت و توضیح دادن هستند.

۹۹. اگر شخص مقابل حاضر نبود و پیام‌گیر فعال است، در پیام خود نکته جالب و باارزشی بگویید تا شخص مقابل را به تماس گرفتن با شما ترغیب کند.

۱۰۰. اگر مشتری بگوید به محصول شما علاقه‌مند است و در خرید بعدی از آن استفاده خواهد کرد، هر کاری که می‌توانید انجام دهید تا خرید بعدی برایش ساده‌تر شود. مثلاً به او بگویید: لطفاً مشخصات خود را بگویید تا شما را در فهرست مشتریان وارد کنم تا هنگام خرید نیازی به این کار نباشد.

۱۰۱. اگر با مشتریان سابق تماس می‌گیرید که غیرفعال هستند، به آنها نگویید که هیچ خریدی نداشته‌اند بلکه از این که در گذشته فرصت همکاری با آنها را داشته‌اید

تشکر کنید و سپس یک فرصت خاص را به آنها پیشنهاد کنید، مثلا یک فروش ویژه.

۱۰۲. اگر بروشوری برای مشتری فرستاده‌اید و وقتی تماس می‌گیرید او می‌گوید فرصت نکرده آن را بخواند، بگویید مهم نیست و من تنها در یک دقیقه نکات مهم آن را بازگو خواهم کرد. فرصت فروش را از دست ندهید.

۱۰۳. از مشتریان راضی و خوشحال بخواهید نظراتشان را برای تان بازگو کنند. آن‌ها را یادداشت کنید و در مکالمات استفاده کنید.

نهایی کردن فروش در بازاریابی تلفنی

۱۰۴. برای نهایی کردن فروش چنین سوال کنید: آیا به نظر شما دلیلی برای صبر بیشتر وجود دارد یا به ثبت سفارش بپردازم؟

۱۰۵. برای مشتری گزینه‌های کمی را باقی بگذارید و از او بخواهید، یکی را انتخاب کند. گزینه‌های زیاد باعث ترس از خرید خواهد شد.

۱۰۶. به مشتری نامطمئن توضیح دهید که در صورت از دست دادن این فرصت خرید، متحمل چه ضررهایی خواهد شد.

۱۰۷. با سوالات هوشمندانه مشتری را ترغیب به خرید کنید. مثال: آیا سفارشتان را ثبت کنم یا این کار را پس از توضیحات بیشتر انجام دهم؟

۱۰۸. اگر مشتری می‌گوید که باید بیشتر فکر کند و بعدا تصمیم بگیرد از او بپرسید در چه زمینه‌ای هنوز متقاعد نشده و نیاز به توضیح بیشتر دارد؟

۱۰۹. اگر به شما بگویند در ماه‌های آینده با من تماس بگیرید، از آن‌ها بپرسید: آیا تغییراتی در پیش دارید که آن زمان را مناسب‌تر می‌سازد؟

۱۱۰. برای ترغیب مشتری نامطمئن و وسواسی، به او توضیح دهید که در صورت عدم خرید، چه فرصت بزرگی را از دست خواهد داد.

۱۱۱. اهمیت اقدام سریع را به مشتریان نشان دهید. به آنها توضیح دهید که با تعلل و به تعویق انداختن خرید، چه چیزهایی را از دست خواهند داد. مثلاً: فروشندگان دوربین به تعطیلاتی که به زودی در پیش است اشاره می‌کنند که فرصت خوبی برای عکاسی است.

۱۱۲. در انتهای مکالمه کل بحث را به‌طور خلاصه بازگو کنید. آنها چه کاری انجام خواهند داد. شما چه کاری انجام خواهید داد و در تماس بعدی چه اتفاقی خواهد افتاد.



بهبود بازاریابی تلفنی

۱۱۳. اگر در روز زمان زیادی را به صحبت با تلفن اختصاص می‌دهید، به‌طور مرتب از نوشیدنی‌های گرم مانند چای استفاده کنید و نوشیدنی‌های خنک را کمتر بنوشید.

۱۱۴. از نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری استفاده کنید. این نرم‌افزارها با به صدا درآمدن زنگ تلفن، اطلاعات مشتری را بر روی مانیتور نمایش می‌دهند.

۱۱۵. مکالمات تلفنی را به‌طور کامل ضبط کنید و به آن‌ها گوش کنید. اگر این مکالمات از اول تکرار می‌شود، چه تغییراتی در آن‌ها ایجاد می‌کردید؟

۱۱۶. همواره اطلاعاتتان را در زمینه بازاریابی و فروش افزایش دهید. کتاب‌های جدید را مطالعه کنید. برای خود یک دفترچه نکات بازاریابی درست کنید و هر ایده‌ای را که فکر می‌کنید قابل استفاده است، در آن دفتر بنویسید و در اولین فرصت آن‌ها را بیازمایید. شاید یکی از آن‌ها فروش شما را متحول سازد. همیشه در حال پیشرفت باشید.

۱۱۷. پس از هر فروش موفق، به خود جایزه‌ای اختصاص دهید. آن می‌تواند یک شام خوب و یا حتی یک لیوان چای باشد.

ترفندهای پیشرفته بازاریابی تلفنی موفق

۱۱۸. با سوالات هوشمندانه در مشتری احساس مالکیت ایجاد کنید. مثال: بیابید فرض کنیم شما محصول ما را خریداری کردید، بیشتر در کجا از آن استفاده خواهید کرد؟

۱۱۹. در فروش از واژه‌هایی استفاده کنید که با احساسات سروکار دارند. مثال: نگرانی، سرمایه‌گذاری، آسایش و...

۱۲۰. کالا و خدمات خود را به سرمایه‌گذاری و صرفه‌جویی مربوط کنید. مثال: با خرید این لامپ کم‌مصرف، مصرف برق شما حداقل ۳۰ درصد کاهش خواهد یافت و در ماه در حدود ۱۰۰۰۰ تومان صرفه‌جویی خواهید کرد.

۱۲۱. از عباراتی استفاده کنید که نشان می‌دهند در کار خود متخصص هستید. مثال: من به شما توصیه می‌کنم اینترنت ADSL بخرید، زیرا با وجود گران‌تر بودن باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های تلفن می‌شود.

۱۲۲. در ارائه محصول از داستانی واقعی و کوتاه استفاده کنید. مشتری آن را در ذهن

خود تصور خواهد کرد و مزایای آن را احساس خواهد کرد.

۱۲۳. اگر نام مشتری ناآشنا و عجیب به نظر می‌رسد. این موضوع را به او نگویید زیرا احتمالاً افراد زیادی این موضوع را به او گفته‌اند و به این موضوع حساس است. با اسم او کاملاً عادی برخورد کنید.

۱۲۴. اگر می‌خواهید به مشتری امتیازاتی بدهید آن را به یکباره انجام ندهید؛ زیرا ارزش آن از دست خواهد رفت.

۱۲۵. هر بار با ایده‌های جالب و نکاتی جدید تماس بگیرید. مردم می‌توانند به راحتی در برابر محصولات و خدمات مقاومت کنند ولی در برابر ایده‌های جدید مقاومت خود را از دست می‌دهند و دوست دارند آن‌ها را بشنوند.

["message_box text_color="light]



برگه تقلب بازاریابی تلفنی

بازاریابی تلفنی یکی از موارد بسیار مهم در موفقیت یک کسب‌وکار است. اگر به بازاریابی تلفنی می‌پردازید یا کارمندانی دارید که این کار را انجام می‌دهند، مطمئن شوید مراحل این برگه تقلب را رعایت می‌کنید. با رعایت این موارد در بازاریابی تلفنی فروش بسیار بیشتری خواهید داشت.

۱. آیا قبل از تماس اطلاعات کافی درباره مخاطب جمع‌آوری کرده‌اید؟ شما می‌توانید به کمک اینترنت، رسانه‌های اجتماعی، کاتالوگ و بروشور یک شرکت یا ... درباره مخاطب اطلاعات کافی کسب کنید.

۲. به محض تماس آیا می‌پرسید: الان فرصت مناسبی برای صحبت است یا خیر؟ هیچ‌گاه نگذارید مخاطب بگوید کار دارم و بعدا تماس بگیرید. قبل از آن خودتان اجازه بگیرید. اگر مخاطب فرصت نداشت از او بپرسید چه زمانی برای تماس مناسب است.

۳. یخ شکنی انجام دهید. جملاتی بگویید تا نشان دهد شما مثل هزاران فروشنده دیگر نیستید که فقط به فکر فروش و سود خودشان هستند. شاید بهترین یخ‌شکنی دادن اطلاعات درباره طرف مقابل است؛ مثلا بگویید: دیروز سایتتان را نگاه می‌کردم و دیدم که ...

۴. آیا به اندازه کافی معاینه می‌کنید؟ مشکل بسیاری از بازاریابان آن است که بدون کسب اطلاعات کافی به معرفی محصول یا خدمت می‌پردازند. منظور از معاینه پرسیدن سوالات مناسب و کافی است تا بتوان پیشنهاد مناسبی ارائه داد.

۵. آیا پس از معاینه جواب‌های مشتری را برای خودش تکرار می‌کنید؟ این کار باعث می‌شود مخاطب به شما اعتماد کند، چون مطمئن می‌شود دقیقا شرایطش را درک کرده‌اید.

۶. آیا قانون سه جمله را رعایت می‌کنید؟ تا حد ممکن سعی کنید هیچ‌گاه بیشتر از سه جمله متوالی صحبت نکنید. پس از سه جمله حتما ادامه صحبت را به مشتری

واگذار کنید. اگر مشتری چیزی نمی‌گوید یک سوال بپرسید؛ مثلا بگویید: آیا به توضیح بیشتری نیاز دارید یا ادامه بدهم.

۷. آیا مرحله تجویز را به خوبی انجام می‌دهید؟ در مرحله تجویز باید به مشتری احتمالی چند گزینه پیشنهاد بدهیم. سعی کنید کم‌ترین گزینه‌های ممکن را پیشنهاد بدهید و از گران‌ترین گزینه شروع کنید.

۸. اگر مشتری در خرید مصمم نیست، آیا پیشنهاد ویژه‌ای ارائه می‌دهید؟ به مشتری یک مزیت خاص بدهید که با یک محدودیت همراه است! مثلا بگویید: با این خرید یک هدیه هم می‌گیرید، به شرطی که تا چهارشنبه ساعت ۴ بعد از ظهر خریدتان قطعی شود.

۹. آیا قبل از پایان زمان پیشنهاد ویژه این موضوع را به مشتری یادآوری می‌کنید؟ با رسانه‌ای مثل پیامک به مشتری یادآوری کنید که مهلت پیشنهاد ویژه شما در حال اتمام است.

۱۰. اگر مشتری تا پایان مهلت پیشنهاد ویژه خرید نکرد با او تماس بگیرید و بگویید از تمام کسانی که نمی‌خرند نظرسنجی می‌کنیم. دلیل نخریدن شما چه بود؟ برخی از افراد در این مرحله خرید می‌کنند. اگر هم نخریدند به شما کمک می‌کنند فروش‌های بعدی را بهتر انجام دهید.

۱۱. اگر مشتری خرید کرد، چند روز بعد برای تشکر با او تماس بگیرید. همچنین مطمئن شوید همه چیز به خوبی پیش رفته است و از خریدش راضی است.

۱۲. اگر مشتری خرید نکرد آیا با او تماس می‌گیرید تا دیگران را به شما معرفی کند؟ اغلب کسانی که نمی‌خرند مشکلشان نارضایتی از شما نیست. شاید آن‌ها به راحتی فرد یا افراد دیگری را به شما معرفی کنند که می‌توانند بازاریابی خود را بر آن‌ها متمرکز کنید.

دانلود اینفوگرافیک «برگه تقلب بازاریابی تلفنی»



"دانلود"=button size="medium" style="primary" text]
link="https://dle.modiresabz.com/cheaT_sheEt/Telemarketing.pdf"
["]=target

[message_box/]