



خلاصه کتاب تماس هوشمندانه نکات کلیدی خلاصه کتاب «تماس هوشمندانه، نوشته آرت زابچک»

- تماس تلفنی سنتی دیگر موثر نیست.
- چه دوست داشته باشید و چه نه، کار فروشنده صحبت با خریداران احتمالی است.
- بسیاری فروشندگان روش گفتگوی تلفنی با خریداران را بلد نیستند، بنابراین ترس و نفرت شدیدی از آن دارند.
- رشد هر کسب و کار به جذب تلفنی علاقه‌مندان بستگی دارد.
- روش‌های «تماس هوشمندانه» موثرترین روش دسترسی به حداکثر علاقه‌مندان است.
- همیشه با منشی‌ها با ادب و احترام برخورد کنید، زیرا می‌توانند کمک زیادی بکنند.

- هرگز قبل از پرسش از مشتری و فهمیدن موارد مهم از نظر آنها و شرکتشان محصول خود را معرفی نکنید.
- قبل از تماس همه اطلاعات ممکن درباره خریدار احتمالی را جمع‌آوری کنید.
- همیشه ساده و محاوره‌ای صحبت کنید.
- هنر زیرکانه مکث کوتاه میانه گفتگو را بیاموزید تا خریدار را به صحبت بیشتر تشویق کند.

آنچه در این چکیده می‌آموزید

آرت زابچک از چهارده سالگی در کار فروش تلفنی بوده و بسیار موفق است. او اکنون در دهه ۵۰ زندگی است و به نظر می‌رسد تقریباً همه چیز را درباره تماس تلفنی (یعنی جذب تلفنی خریداران) و فروش می‌داند. او در ویرایش دوم کتاب خود، رازهای کاری‌اش را با خوانندگان در میان می‌گذارد. نسخه اولیه کتاب در اولین روز انتشار به صدر فروش آمازون رسید و موسسه «جایزه فروش برتر» آن را بهترین کتاب فروش سال ۲۰۱۰ نامید. زابچک متخصص تماس هوشمندانه است. همه متخصصین فروش می‌توانند از این استراتژی پیروی کرده و جذب تلفنی خریداران را به تجربه‌ای مثبت برای دو طرف تبدیل کنند.

زابچک روش‌های گفتگوی متقاعدکننده‌ای را ارائه می‌دهد که جذب خریدار را به فعالیتی تبدیل می‌کند که نیازمند مهارت، هوش و تفکر سریع است. او فروش تلفنی (کاری که اغلب فروشندگان از آن اجتناب می‌کنند) را به تجربه‌ای جذاب یا حداقل قابل‌تحمل‌تر و موثرتر تبدیل کرده است. مدیر سبز مطالعه برنامه او را به همه پیشنهاد می‌دهد و طرح‌ها و توضیحات جذاب او را تحسین می‌کند. فروشندگان از مطالعه این دیدگاه‌ها لذت می‌برند و مطالعه آن برای همه کسانی که در راستای انجام خواسته خود نیازمند اقناع تلفنی افراد غریبه هستند، لازم است. مثل افرادی که در جستجوی کار هستند، دورکاری می‌کنند یا مسئولیت استخدام و تامین بودجه را

دارند.

توقف تماس تلفنی، شروع تماس هوشمندانه

تماس تلفنی (زنگ زدن به غریبه‌ها و تشویق آن‌ها به خرید) احمقانه و تحقیرآمیز است. به‌علاوه، هیچ اثری هم ندارد. اغلب فروشندگان ریزه‌کاری‌های جذب تلفنی خریدار را نمی‌دانند. بسیاری از آن‌ها به تکنیک‌های سستی تکیه می‌کنند که مطمئناً موجب عصبانیت خریدار و عدم‌پذیرش او می‌شود. اغلب فروشندگان روش صحیح تماس تلفنی را بلد نیستند و جای تعجب نیست که ترس و نفرت شدیدی نسبت به آن دارند.

تماس تلفنی به معنی زنگ زدن به خریداران احتمالی است که اصلاً شما را نمی‌شناسند و شما هم آن‌ها را نمی‌شناسید یا اطلاعات کمی درباره خود و شرکتشان دارید. بدون هیچ آگاهی با آن‌ها تماس می‌گیرید و در منتهای جهالت سعی می‌کنید با روشی یکسان و بی‌اثر به همه آن‌ها بفروشید. جای تعجب نیست که این رویکرد اصلاً کار نمی‌کند.

جذب تلفنی خریداران کاملاً متفاوت، پیشرفته‌تر از یک تماس ساده تلفنی و بسیار موثر است. رشد هر کسب‌وکار به جذب تلفنی خریداران بستگی دارد. شرکت‌هایی که چیزی برای فروش دارند نباید منتظر تماس خریداران بنشینند. فروشنده باید تعامل را آغاز کند و تماس تلفنی بهترین راه آن است. مهم‌ترین کار فروشنده صحبت با خریداران است. تلفن نخستین ابزار فروشنده برای جذب خریدار است. نامه، ایمیل و رسانه‌های اجتماعی چنین جایگاهی ندارند.

تماس هوشمندانه

مربی فروش، باب اِترینگتون، معتقد است ۵ درصد فروشندگانی که رازهای جذب

تلفنی خریداران را می‌دانند، ۸۵ درصد موقعیت‌های کاری جدید را از آن خود می‌کنند. فروشندگان بیشتری باید روش جذب خریداران را یاد بگیرند. تماس هوشمندانه سریع‌ترین، کاراترین و تعاملی‌ترین روش ایجاد ارتباط و فروش تلفنی است. این روش قوی برای جلب علاقه و توجه خریدار از سوالات هوشمندانه استفاده می‌کند. تماس هوشمندانه خریدار را به اقدام تشویق می‌کند. مثلاً، او را تشویق می‌کند قرار ملاقاتی با شما داشته باشد یا محصول و خدمتتان را بخرد.

تماس هوشمندانه سه مرحله دارد:

۱. قبل از صحبت با فرد تصمیم‌گیرنده، همه اطلاعات لازم درباره شرکت خریدار را گردآوری کنید.
۲. هنگام صحبت با خریدار از این اطلاعات استفاده کنید. ساده و محاوره‌ای صحبت کنید تا هر دو راحت باشید.
۳. او را به خرید تشویق کنید و کاری کنید احساس خوبی نسبت به خرید یا قرار ملاقات داشته باشد.

وقتی از تماس هوشمندانه استفاده می‌کنید، می‌توانید با تصمیم‌گیرنده‌های بیشتری صحبت کنید، زیرا منشی‌ها به شما اعتماد دارند و اطلاعات مفیدی در اختیارتان قرار می‌دهند. در حقیقت، منشی‌های آن‌ها به دستیاران فروش شما تبدیل می‌شوند. از آنجاکه شرکت آن‌ها را می‌شناسید، خریداران در ۱۰ تا ۲۰ ثانیه نخست تماس احساس بهتری نسبت به شما دارند، زیرا اغلب تماس‌ها در این بازه زمانی حساس و مهم به شکست می‌انجامد. خریداران شما را شخصی می‌دانند که به تامین نیازهای مهمشان کمک می‌کند. از آنجاکه رویکرد تماس هوشمندانه استرس این فرایند را کاهش می‌دهد، هنگام ارائه محصول یا خدمت خود راحت‌تر و مطمئن‌تر هستید. به‌علاوه، با عدم‌پذیرش کمتری مواجه می‌شوید.

اجزای تماس هوشمندانه

جنبه‌های مهم تماس هوشمندانه عبارتند از:

ارائه ارزش

این مورد ترکیب واژگان و عباراتی است که برای جلب توجه افراد پشت خط استفاده می‌کنید. کاملاً آماده باشید، زیرا اطلاعاتی ارائه می‌دهید که برای آن‌ها مهم است. کلمات را متناسب با فرد مقابل انتخاب کنید. برای مثال، معاونان می‌خواهند بدانند آیا مطلب ارزشمندی برای گفتن به روسا دارید. خریداران احتمالی می‌خواهند مزایای محصولات و خدماتتان را بشناسند. سرپرست‌ها می‌خواهند بدانند کارکنانشان چگونه از محصولات شما استفاده می‌کنند و مدیران ارشد می‌خواهند اثر محصولاتتان در افزایش بازگشت سرمایه را بدانند.

جمع‌آوری اطلاعات

تماس‌های تلفنی بی‌اثر هستند؛ زیرا هیچ تلاشی برای شناخت خریدار احتمالی یا شرکت او نمی‌کنند و رسیدن به این شناخت هدف نخست تماس هوشمندانه است. اطلاعاتی که نیاز دارید به آنچه می‌فروشید بستگی دارد. حقایق فیزیکی یا اطلاعات موقعیتی مثل مکان شرکت، تعداد کارمندان، نتایج مالی و کسب‌وکار واقعی آن‌ها را مشخص کنید. سوابق کارمندان را پیدا کنید تا موجب روابطی شود که به نهایی کردن فروش کمک می‌کند. وبسایت شرکت، آگهی‌های استخدام و خبرهای مربوط به آن‌ها را بررسی کنید.

مهندسی اجتماعی

با افرادی غیر از خریدار احتمالی صحبت کنید تا اطلاعاتی برای فروش بیشتر به دست آورید. با شرکت تماس بگیرید، خود و شرکتتان را معرفی کنید. با گفتن عبارت زیر از آن‌ها کمک بخواهید «می‌خواهم با مدیر فروش صحبت کنم و مطمئن شوم اطلاعاتم درست است». سپس سوال خود را مطرح کنید.

تعیین اهداف تماس هوشمندانه

قبل از تماس اهداف قاطعی برای خود تعیین کنید. اهداف موقت مثل «می‌خواهم

بدانم آیا نیازی دارید» مناسب نیست. نتایج نهایی را مطرح کنید تا خریدار را به اقدام مثبت تشویق کند. تعیین قرار ملاقات با خریدار یک نتیجه نهایی خوب است. ترغیب او به خرید از آن هم بهتر است.

استفاده هوشمندانه از پیغام صوتی

خریداری که شما را نمی‌شناسد و به شرکتتان اهمیت نمی‌دهد، به احتمال زیاد هرگز به تماس‌تان جواب نمی‌دهد و زنگ نمی‌زند. اگر نتوانستید با شخص موردنظر صحبت کنید، پیغام صوتی بگذارید. متن پیغام صوتی را آماده کرده و آن را تا حد ممکن جذاب کنید. مثلاً بگویید: «می‌دانم در حال پیدا کردن روشی برای جذب و حفظ استعدادهای برتر هستید. ما در این حوزه به شرکت‌های دیگر کمک کرده‌ایم تا هزینه‌های جذب و استخدام خود را کاهش دهند». بگویید حتماً دوباره تماس می‌گیرید.

هوشمند به نظر آمدن

شبهه فردی نباشید که فقط می‌خواهد بفروشد. ساده و محاوره‌ای صحبت کنید، انگار مشغول گفتگو با دوستان هستید. تماس‌های خود را ضبط کنید و دوباره به آن‌ها گوش دهید تا بتوانید روش صحبتتان را ارتقا دهید.

تعامل با مسئولان استخدام، منشی‌ها و معاونان

با کارمندان بحث نکنید. با آن‌ها باادب و احترام رفتار کنید. این کار هوشمندانه است، زیرا می‌توانند بسیار مفید باشند و درها را به روی‌تان باز کنند. می‌توانند اثر مثبتی بر تصمیم‌گیرندگان داشته باشند یا برعکس کاری کنند که هیچ‌کس در شرکت خریدار با شما صحبت نکند.

نگفتن بعضی مطالب در عبارات نخست

چند ثانیه اول تماس حیاتی است. با استفاده از کلمات نادرست آن را بر باد ندهید. برای مثال، از کلمه «فقط» (که ضعیف است) یا عبارت «می‌خواستم خودم را معرفی کنم» (هویت شما برای شخص مقابل مهم نیست) استفاده نکنید.

اشاره نکردن به محصول

اگر به محصول یا خدمتتان اشاره می‌کنید، به نتیجه یعنی خروجی مطلوبی که خریدار از محصول یا خدمت شما به دست می‌آورد هم اشاره کنید. هرگز نگویید: «متشکریم که به تماس من پاسخ دادید»، زیرا محتاج به نظر می‌آیید. هرگز نگویید: «چند دقیقه وقت صحبت دارید؟»، زیرا تقریباً همیشه پاسخ منفی است.

ایجاد علاقه

عبارت آغازین را طوری طراحی کنید که خریدار احساس خوبی نسبت به این تماس پیدا کند و به سوالاتتان پاسخ دهد.

استفاده از متن تماس

این عبارت‌ها را در متن بگنجانید: ۱. خودتان را معرفی کنید؛ ۲. از اطلاعاتی که برای تماس هوشمندانه جمع کرده‌اید، استفاده کرده و بگویید: «می‌دانم یکی از اصلی‌ترین برنامه‌های‌تان برای آغاز سال این است که...»؛ ۳. به ارزشی که می‌توانید ارائه دهید اشاره کنید، مثلاً درباره کمک‌هایی که به شرکت‌های دیگر کرده‌اید توضیح دهید؛ ۴. ارزش بیشتری را پیشنهاد دهید و چند سوال بپرسید «نظراتی دارم که شاید برای‌تان ارزشمند باشد...» و در نتیجه می‌خواهم چند سوال بپرسم؛ ۵. بحث را با چنین عبارتی تمام کنید: «بهتر است بیشتر صحبت کنیم».

رفع مقاومت اولیه

شاید همه کارهای درست تماس هوشمندانه را انجام دهید، اما باز هم با مقاومت روبه‌رو شوید. وقتی چنین می‌شود، از یک «نکته انحرافی» برای تغییر الگوی معمول گفتگوها استفاده کنید. اگر خریدار احتمالی گفت به محصولتان علاقه‌مند نیست، سوالی بپرسید که جوانب مسئله را روشن کند. مثلاً بگویید: «در حال حاضر محصول مشابه ما را از کجا تهیه می‌کنید؟» روش دیگر این است که خود را به نفهمی بزنید، مثلاً اگر مشتری بی‌اعتنایی کرد و گفت: «محصولتان به درد ما نمی‌خورد»، بگویید «متوجه منظورتان نشدم، می‌شود توضیح دهید؟»

استفاده از سوالات هوشمندانه

اجازه دهید فرد مقابل بیشتر صحبت کند. سوالاتی بپرسید که به شناخت بیشتر «نیازها، مشکلات، دردها و خواسته‌های احتمالی خریدار» کمک کند. اگر خریدار مشکلی را مطرح کرد «احساس می‌کنیم باید روش بهتری برای شناسایی متقاضیان در نظر بگیریم تا از اشتباهات استخدامی اجتناب کنیم»، با گفتن «بیشتر توضیح دهید» جزئیات ماجرا را بفهمید.

گوش دادن

برای اطمینان از اینکه خریدار پس از پرسیدن سوال پاسختان را می‌دهد، پس از اتمام حرف خود چند لحظه مکث کنید. پس از شنیدن پاسخ او هم کمی مکث کنید. همیشه بادقت گوش دهید. شاید بعضی عبارات او خیلی جالب باشد. مثل «چالش ما این است که...»، «بزرگترین مشکل ما این است که...» و «حوزه‌ای که باید در آن کار کنیم این است که...». بهتر است این‌طور پاسخ دهید «اگر می‌شود بیشتر توضیح دهید».

پیشنهاد گام بعدی

تبریک! تا اینجا به خوبی از عهده کار برآمدید و اکنون خریدار می‌خواهد مزایای محصول یا خدمت شما برای شرکتش را بداند. اقدام بعدی این است که از مرحله پرسش به مرحله پیشنهاد بروید و گام‌هایی که خریدار باید برای تحقق این کار بردارد را پیشنهاد دهید. این انتقال را این‌گونه مدیریت کنید «لوک، بر اساس آنچه درباره پوشش فعلی بیمه کسب و کارتان گفتید، فکر می‌کنم محصولی دارم که تقریباً با همان حق بیمه‌ای که اکنون می‌پردازید، شما را به طور کامل تحت پوشش قرار می‌دهد».

تعهد گرفتن برای اقدام بعدی

این مرحله تضمین است. در این گام، از خریدار احتمالی تعهد بگیرید که اقدام کند و خواست شما را انجام دهد، زیرا با توجه به گفتگوها برای شرکت خودش هم مفید است. برای مثال، بگویید: «تحقیقی میان کارمندان انجام دهید و ببینید چه ویژگی‌هایی را دوست دارند. اطلاعات بیشتر را در تماس بعدی ارائه می‌دهم».

موافقت کنید؟»

تمام کردن تماس

پس از تعهد گرفتن از خریدار گام بعدی را توضیح دهید: اینکه «چه کاری انجام می‌دهید، چه چیزی را ارسال می‌کنید. با چه کسی صحبت می‌کنید یا چه تعهداتی را می‌پذیرید». صریح صحبت کنید. به هیچ‌وجه طفره نروید. اگر گام بعدی، تماس برای پیگیری است، تاریخ و زمان آن را تعیین کنید.

نکاتی برای تماس هوشمندانه

عادت کنید تماس‌های تلفنی را در زمان مشخص مثل هر روز، هرچند روز، یا یکبار در هفته انجام دهید. وقتی زمان را تعیین کردید، حتماً به آن پایبند باشید. هرگز برای تماس با خریدار از موبایل استفاده نکنید. تلفن‌های ثابت قابل‌اعتمادتر هستند و شفاف‌ترین ارتباطات تلفنی را ایجاد می‌کنند.

تماس‌های هوشمندانه را با رده‌های بالاتر شرکت خریدار برقرار کنید. هرچه بالاتر روید، نتیجه بزرگتری می‌گیرید. بخشی از بزرگان‌اندیشی این است که تا حد ممکن بلندپرواز باشید. برای فهمیدن شماره‌تلفن ثابت فرد تصمیم‌گیرنده، به وب‌سایت شرکت و بخش تماس با ما سر بزنید. ایمیلی بزنید و نام و اطلاعات تماس تصمیم‌گیرنده اصلی بخش خرید را درخواست کنید. در طول تماس‌های هوشمندانه، سعی کنید اسم همه افراد دخیل در تصمیم‌گیری خرید را یاد بگیرید.

اگر با فردی از آن شرکت ارتباط مثبت برقرار کرده‌اید، اسم افراد تصمیم‌گیرنده در سایر شعبات شرکت را از او بپرسید. می‌توانید بپرسید: «چه شخص دیگری می‌تواند از کاری مشابه تعامل من و شما نفع ببرد؟»

انگیزش

برای جذب تلفنی خریداران باید انگیزه داشته باشید و با انگیزه باقی بمانید. انگیزش بر شرایط و توانایی ذهنی‌تان اثر می‌گذارد. جذب خریدار و فروش بازی‌های ذهنی هستند. باید از نظر ذهنی آماده مقابله با چالش‌ها باشید و انتخاب‌های درستی انجام

دهید. سعی کنید در هر تماس شاد و مثبت باشید. ذهنتان را طوری آماده کنید که افکار منفی بی‌اثر شوند.

تماس هوشمندانه نیازمند نگرش مثبت و شاد است. بدون آن سیستم کار نمی‌کند. اما با آن هرگز رد نمی‌شوید. شما مسئول عدم‌پذیرش خریدار هستید. فقط زمانی رد می‌شوید که خودتان هم همین نظر را داشته باشید. اگر حس کنید پذیرفته می‌شوید، حتماً می‌شوید. برای مثبت باقی ماندن باید بر ترس از جذب تلفنی خریداران غلبه کنید. از انجام آن طفره نروید. هر چه کمتر درباره‌اش فکر کنید، قدرتش کمتر می‌شود.

رویکرد ذهنی مثبت همیشه با افکار بزرگ همراه است. همواره باید آماده ارائه پیشنهاد به هر شرکت یا مدیری باشید. همیشه اهداف بزرگ داشته باشید: سعی کنید در هر تماس بفروشید.