



## پاسخ به اعتراضات مشتریان در بازاریابی تلفنی

برقراری تماس تلفنی برای بسیاری از افراد یکی از سخت‌ترین کارها است. به خصوص اگر فرد مقابل را نشناسیم و همچنین بخواهیم به او چیزی بفروشیم. بسیاری از بازاریابان تلفنی مهارت کافی در برقراری ارتباط از طریق تلفن را ندارند و فروش‌های بسیاری را از دست می‌دهند.

دلیل این مشکل آن است که هنر مذاکره را یاد نگرفته‌اند و فکر می‌کنند که راز فروش تلفنی فقط آن است که تلاش‌هایشان بیشتر کنند. اگر بازاریابی تلفنی را به درستی انجام ندهید، خودتان سهواً موجب بروز اعتراضات فراوانی می‌شوید.

اولین گام در بهبود بازاریابی تلفنی آن است که یاد بگیرید چطور به جای اینکه یک فروشنده ساده باشید، یک دوست، مربی و مشاور باشید. نباید به مشتریان به چشم متقاضی محصولتان نگاه کنید، بلکه باید به عنوان مشتری خودتان به آنها نگاه کنید. باید قبل از هر چیز دیگری، خودتان را به آنها ثابت کنید.

در ادامه به اشتباهات رایج بازاریابان که ممکن است موجب اعتراض مشتریان

احتمالی شود اشاره کرده و روش‌های اجتناب از آن‌ها را ذکر می‌کنیم. با استفاده از این استراتژی‌ها، فرایند تبدیل علاقه‌مند به مشتری آسان‌تر شده و منجر به فروش بیشتر و نهایتاً رشد کسب‌وکار می‌شود.

## اعتراض ۱: الان کار دارم و نمی‌توانم صحبت کنم، لطفاً بعداً تماس بگیرید

### مشکل

در واقع مخاطب به شما می‌گوید دارید مزاحمت ایجاد می‌کنید. بسیاری از بازاریابان تلفنی فکر می‌کنند که باید همه چیز را ظرف ۱۰ ثانیه بیان کنند وگرنه مشتری تلفن را قطع می‌کند، در حالی که این موضوع بسیاری از مردم را فراری می‌دهد. شخصاً با بازاریابانی برخورد می‌کنم که آنقدر سریع صحبت می‌کنند که این ذهنیت را ایجاد می‌کنند که صرفاً تکلیف خود را انجام می‌دهند و باید متنی را از حفظ بگویند و کار را تمام کنند.

### راه‌حل

در ابتدا خود را معرفی کنید. آهسته پیش بروید! بپرسید: آیا زمان مناسبی برای مکالمه است؟ اگر پاسخ مشتری منفی بود، از او بپرسید کی می‌توانید دوباره تماس بگیرید؟ وقتی مردم اختیار این را دارند که خودشان زمانی را تعیین کنند، حتی اگر نسبت به قصد و نیت شما تردید داشته باشند، احساس راحتی بیشتری می‌کنند. اگر بازاریاب پرگویی کند و مخاطب احساس کند وقتش تلف می‌شود، سریعاً بهانه‌ای برای قطع مکالمه می‌آورد یا گوشی را قطع می‌کند. با پرگویی و عدم کسب اجازه برای صحبت، شاید شخصی را از دست دهید که ممکن است یکی از بهترین مشتریان شما شود.

## اعتراض ۲: اگر لازم شد خودمان با شما تماس می‌گیریم

### مشکل

مخاطب هیچ مطلب قابل توجه و با ارزشی در صحبت‌های شما نیافته است. مخاطب احساس می‌کند شما فقط به فکر فروش خود هستید و اگر با شما معامله کند، شما برنده می‌شوید و او به عنوان خریدار بازنده خواهد بود.

### راه حل

بسیاری از بازاریابان قبل از دریافت اطلاعات کافی درباره مخاطب شروع به توضیح دادن می‌کنند. راز بازاریابان موفق در سوال کردن است. سعی کنید در بازاریابی تلفنی گفت‌وگو انجام دهید. گفت‌وگو با سخنرانی فرق می‌کند. در گفت‌وگو دو طرف صحبت می‌کنند و هر بخش از مکالمه با توجه به صحبت‌های شخص مقابل شکل می‌گیرد. در سخنرانی یک نفر صحبت می‌کند و طرف مقابل مجبور است گوش فرا دهد. با سوالات به موقع می‌توانید مخاطب را بهتر بشناسید و مزایای محصولات و خدمات خود را متناسب با نیازها و خواسته‌های مخاطب توضیح دهید.

## اعتراض ۳: مسئولیت همه جلسات و تصمیمات مالی به عهده فرد دیگری است

### مشکل

پس از مکالمات و تماس‌های مکرر با شخصی، در می‌یابید که او هیچ نقشی در فرایند تصمیم‌گیری خرید ندارد و شما فقط وقت خود را تلف کرده‌اید. صرف اینکه فردی حاضر است به صحبت‌های شما گوش فرا دهد، نشان نمی‌دهد که قدرت خرید دارد.

### راه حل

مطمئن شوید با شخص مناسبی صحبت می‌کنید. معمولاً بازاریابان برای فرار از دردسر و مکالمات سخت با افرادی صحبت می‌کنند که قدرت تصمیم‌گیری ندارند و با این کار وقت خود را تلف می‌کنند. بعضی خانم‌ها ترجیح می‌دهند برای تصمیم‌گیری خرید با

شوهرانشان صحبت کنید. اگر در طول روز یا آخر هفته تماس بگیرید، ممکن است پرستار بچه یا خدمتکار خانه به تلفن شما پاسخ دهد. همچنین، با فرهنگ‌های محدوده‌ای که تماس می‌گیرید آشنا شوید، در نتیجه شخص مقابل را نمی‌رنجانید.

## **اعتراض ۴: افراد زیادی هر روز با من تماس می‌گیرند و سعی می‌کنند چیزی بفروشند. چرا باید به شما اعتماد کنم**

### **مشکل**

مخاطب نمی‌تواند به راحتی به شما اعتماد کند. حتی اگر محصولی بی‌نظیر دارید و مخاطب با استفاده از آن سود می‌برد، پیش‌فرض مخاطب آن است که نمی‌توان به افراد ناشناس اعتماد کرد و بهتر است از محصولات و راه‌حل‌های قبلی استفاده کرد.

### **راه‌حل**

آقای ست گادین در کتابش با عنوان «تمامی بازاریابان دروغگو هستند» توضیح می‌دهد که پیش‌فرض غالب مشتریان آن است که شما دروغگو هستید. پس بسیار سنجیده صحبت کنید. کافی است در ابتدای مکالمه بگویید: ما بزرگ‌ترین عرضه‌کننده ... هستیم. اگر مکالمه‌ای را این‌گونه آغاز کنید، به احتمال زیاد امکان فروش را از دست داده‌اید. مخاطب همان ابتدای مکالمه با خود می‌گوید: درست فکر می‌کردم، این بازاریاب هم دروغگویی بیش نیست!

در صحبت‌های خود کلی‌گویی نکنید. اگر از اعداد و ارقام و آمار استفاده می‌کنید، باید کاملاً دقیق و قابل استناد باشد. بسیاری از بازاریابان می‌گویند: ۹۰ درصد مشتریان از محصولات ما راضی هستند. آیا نظرسنجی دقیقی انجام شده است؟ جامعه آماری متشکل از چند نفر بودند؟

فهرستی از مشتریان راضی و خشنود خود تهیه کنید و از آنان اجازه بگیرید که شماره تماس یا آدرس ایمیل‌شان را به مشتریان جدید بدهید. اگر لازم شد این فهرست را در اختیار مخاطبان جدید قرار دهید. هرچه بیشتر اعتبارسازی کنید، سریع‌تر می‌توانید

کسب و کار خود را توسعه دهید. تبلیغات دهان به دهان یکی از سریع‌ترین راه‌های انجام این کار است.

## **اعتراض ۵: قبلاً سه بار برای این موضوع با من تماس گرفته‌اید. لطفاً دیگر با من تماس نگیرید!**

### **مشکل**

صحبت‌های شما تکراری است و در نهایت فقط می‌خواهید محصول خود را بفروشید. خریداران هیچ‌گاه دوست ندارند تحت فشار قرار گیرند. آن‌ها از فروشندگان سمج فرار می‌کنند. آن‌ها دوست دارند راهنمایی شوند، ولی تصمیم نهایی را خودشان بگیرند.

### **راه حل**

در هر تماس مطلب با ارزش و جدیدی برای ارائه داشته باشید. فرض کنید یک بار با مخاطب تماس گرفته‌اید. در تماس دوم بگویید پیرو صحبت‌های قبلی شما به محصولمان علاقه‌مند بودید. ما مقاله جدیدی آماده کرده‌ایم که اشتباهاتی که خریداران مرتکب می‌شوند را توضیح می‌دهد. آیا مایلید این مقاله رایگان را فکس کنم یا از طریق پست برایتان بفرستم؟

اگر محصولی را در یک بازار رقابتی می‌فروشید، باید بالاتر از بقیه باشید. بگذارید مشتریان تفاوت‌های شما و رقابتان را به وضوح ببینند. به آن‌ها روش‌هایی نشان دهید تا محصولات دیگران را بررسی کنند. آمار و مشخصات جمعیت‌شناختی فعلی و به‌روز بازار را در اختیار داشته باشید.

## **اعتراض ۶: ببخشید، معذرت می‌خواهم اما در حال حاضر کارهای مهم‌تری دارم که باید انجام دهم**

## مشکل

شما به مدت یک دقیقه تلفنی با یک مشتری احتمالی صحبت می‌کنید و ناگهان آن‌ها می‌خواهند بروند. چه اتفاقی افتاده است؟ در اغلب مواقع مشتری به سخنان شما علاقه نشان می‌دهد، سپس شما شروع به صحبت می‌کنید و حوصله آن‌ها را سر می‌برید و کار به جایی می‌رسد که کاسه صبر مخاطب لبریز می‌شود.

## راه حل

هر موضوع را مختصر و دوستانه بیان کنید. اگر برای قطعی کردن قرار ملاقات هیجان‌زده شوید و به حرافی درباره حرفه‌تان بپردازید، یک مشتری علاقه‌مند را از دست داده‌اید. موضوع بحث هر چه هست، چه خانواده، چه حوزه کاری و چه رویدادهای جاری، روش‌هایی برای مکالمه مختصر و کوتاه در تماس‌ها پیدا کنید. از تعارفات بیش از حد و اغراق‌آمیز بپرهیزید. این کار به مشتری کمک می‌کند تا بفهمد برای وقتش ارزش قائلید و آرامش بدهد. بیش از حد معمول آرام صحبت نکنید. این کار هم می‌تواند باعث خستگی مخاطب شود. صحبت را تا زمانی ادامه دهید که مخاطب با علاقه گوش می‌کند.