



## ۱۶ نکته برای فروش تلفنی 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 عدم پذیرش 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 و 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 **بازاریابی تلفنی** 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.

["message\_box text\_color="light]

### 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.

[message\_box/]

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 عدم پذیرش کمتری مواجه می‌شوید.

جنبه‌های مهم تماس هوشمندانه عبارت‌اند از:

## ۱. ارائه ارزش

این مورد، ترکیب واژگان و عباراتی است که برای جلب‌توجه 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.

## ۲. 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.

### ۳. 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 این عبارت از آن‌ها کمک بخواهید: «می‌خواهم با مدیر فروش صحبت کنم و مطمئن شوم اطلاعاتم درست است». سپس سوال خود را مطرح کنید.

### ۴. 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.

### ۵. 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.

## ۶. تعامل با مسئولان استخدام، منشی‌ها و معاونان

با کارمندان بحث نکنید. با آن‌ها با ادب و احترام رفتار کنید. این کار هوشمندانه است؛ زیرا می‌تواند 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.

## ۷. 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.

## ۸. 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: «متشکرم که به تماس من پاسخ دادید»؛ زیرا محتاج به نظر می‌آیید. هرگز نگویید: «چند دقیقه وقت صحبت دارید؟»؛ زیرا تقریباً همیشه پاسخ منفی است.

## ۹. ایجاد علاقه

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

## ۱۰. 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: «بهرتر است بیشتر صحبت کنیم.»

## ۱۱. 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 محصولاتان علاقه‌مند نیست، سوالی بپرسید که جوانب مسئله را روشن کند؛ مثلاً بگویید: «در حال حاضر محصول مشابه ما را از کجا تهیه می‌کنید؟»

## ۱۲. 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.

### ۱۳. 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 با دقت 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.»

### ۱۴. 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.

### ۱۵. تعهد گرفتن برای اقدام بعدی

این مرحله تضمین است. در این گام، از خریدار احتمالی تعهد بگیرید که اقدام کند و خواسته 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. موافقید؟»

### ۱۶. 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.