



آموزش بازاریابی تلفنی راه مدیران ۱۴۰۴

آموزش بازاریابی تلفنی را از کجا شروع کنید؟

آموزش بازاریابی تلفنی می‌تواند باعث ارتقای عملکرد تیم فروش شرکت‌های بزرگ و کوچک شود. بسیاری از افراد گمان می‌کنند با روی کار آمدن شبکه‌های مجازی گسترده مانند اینستاگرام، واتساپ،



تلگرام، سایت‌ها و وبلاگ‌ها بازاریابی تلفنی تاثیر خود را از دست داده است و این نوع بازاریابی یکی از روش‌های موثر بازاریابی در قدیم بوده است. در حالی که به دلایل زیر هنوز هم می‌توان بازاریابی تلفنی را یکی از بهترین روش‌های بازاریابی در نظر گرفت:

۱- ارتباط زنده با مشتری:

فروش تلفنی امکان برقراری ارتباط و مکالمه دو طرفه را با مشتری برقرار می‌سازد. ارتباط زنده به فروشنده فرصت بیشتری برای تحت تاثیر قرار دادن مشتری می‌دهد.

۲- ارتباط شفاف با مشتری:

از طریق تماس تلفنی بهتر می‌توان مسائل تکنیکی و نقاط قوت محصولات یا خدمات را برای مشتری توضیح داد. در این روش بهتر می‌توان علت خرید نکردن مشتریان را کشف کرد و مشتریان را به راحتی از ابهام خارج کرد.

۳- هدایت بهتر مشتری:

از طریق بازاریابی تلفنی بهتر می‌توان مشتری را هدایت کرد و در



صورت نیاز تماس بعدی را تعیین کرد.

۴- هزینه کمتر:

بازاریابی تلفنی نسبت به بسیاری از روش‌های تبلیغاتی مانند تبلیغات حضوری هزینه کمتری دارد. به عنوان مثال اگر شخصی بخواهد از طریق نصب بیلборدهای تبلیغاتی، بازاریابی کند. هزینه‌های کلانی را باید برای عکس‌برداری، قرارداد با شهرداری، دستمزد مدل‌ها و غیره بپردازد. در حالی که در فروش تلفنی این هزینه‌ها حذف می‌شود و تنها هزینه تلفن را فرد باید بپردازد که با ترفندهایی می‌توان هزینه تلفن را به حداقل نیز کاهش داد.



آموزش بازاریابی تلفنی | بهزاد استقامت
با وجود تمام مزیت‌هایی که برای فروش تلفنی برشمرده شد اما باید



این نکته را مدنظر قرار داد که **فروش تلفنی** یا **تله مارکتینگ** زمانی موثر است که یک تیم فروش قدرتمند که به مهارت‌های **فروش تلفنی** مسلط هستند؛ این روش را در پیش بگیرند. در غیر این صورت این روش بازاریابی بی نتیجه خواهد ماند. به همین سبب **آموزش بازاریابی تلفنی** از اهمیت زیادی برخوردار است. در این مطلب به صورت جامع به اهمیت این روش بازاریابی و استراتژی‌های مفید برای **فروش تلفنی** پرداخته می‌شود.

بازاریابی تلفنی چیست؟

بازاریابی تلفنی که تحت عنوان **تله مارکتینگ** و **فروش تلفنی** نیز از آن یاد می‌شود؛ یکی از روش‌های بازاریابی مستقیم است که به فروشندگان کمک می‌کند مشتری‌های پایدار و بالقوه‌ای را در لحظه شناسایی کنند.

با گسترش تجارت الکترونیک، روش‌های زیادی برای بازاریابی ابداع شده است؛ قطعاً فروشندگانی در حوزه بازاریابی موفق عمل خواهند کرد که از روش‌های تلفیقی برای معرفی و فروش محصولات خود -استفاده کنند. به همین سبب متخصصین امر بازاریابی توصیه می‌کنند با وجود گسترش شبکه‌های مجازی، بازاریابی مستقیم و تلفنی هیچ‌گاه کنار گذاشته نشود. زیرا بازاریابی تلفنی می‌تواند در آن واحد انگیزه خرید را در یک مشتری ایجاد کند و مشتری بالقوه به یک مشتری پایدار و همیشگی تبدیل شود.



در کل می‌توان از بازاریابی تلفنی به عنوان یکی از استراتژی‌های مهم -مارکتینگ یاد کرد. آشنایی با **فنون مذاکره تلفنی** و آشنایی با تکنیک‌های مهم بازاریابی می‌تواند افراد را به بازاریاب‌های تلفنی قدرتمندی تبدیل کند.

فروش تلفنی به دو روش برونی یا outbound و درونی یا inbound انجام می‌شود. در روش برونی کارشناسان فروش لیستی از مشتریان هدف را تهیه می‌کنند و با آنها شروع به برقراری ارتباط می‌کنند. در روش درونی بازاریاب منتظر تماس از جانب مشتری است؛ مشتریان از طرق مختلف تبلیغات را مشاهده می‌کنند و برای خرید با بازاریاب تماس می‌گیرند و بازاریاب مشتری را برای خرید راهنمایی می‌کند.

مهم‌ترین ویژگی‌های بازاریاب تلفنی چیست؟



آموزش بازاریابی تلفنی | بهزاد استقامت
بدون شک مهارت بازاریاب تلفنی می‌تواند به موفقیت در فروش
تلفنی منجر شود. به همین سبب بسیاری از ارگان‌ها و شرکت‌ها دوره



آموزش بازاریابی تلفنی را برای کارکنان و کارشناسان فروش خود برگزار می‌کنند. قطعاً **آموزش بازاریابی تلفنی** می‌تواند به ارتقای مهارت‌های کارشناسان فروش منجر شود.

همدلی، صبر، داشتن جذابیت و نفوذ در کلام، داشتن مهارت‌های عالی ارتباطی از جمله مهمترین ویژگی‌های یک بازاریاب تلفنی است.

بازاریابان باید در نظر داشته باشند که قرار است؛ یک برند با صدای آنها معرفی شود و صدای آنها در اعتبار یک برند نقش مهمی را ایفا می‌کند.

تقویت مهارت‌های زیر در کنار ویژگی‌های ذکر شده می‌تواند؛ بازاریابان را در فروش تلفنی موفق کند.

۱- آشنایی با متد بازاریابی:

باید به این مورد اقرار کرد که بازاریابی یک علم است که از رشته‌های مختلف روانشناسی، جامعه‌شناسی، علوم اجتماعی و علوم ارتباطات تشکیل شده است. متدهای بازاریابی گسترده هستند و با گذر زمان و تغییر فرهنگ‌ها، سبک زندگی و نیازهای افراد جامعه تغییراتی پیدا کرده اند.

در **آموزش بازاریابی تلفنی** انواع مدل‌های بازاریابی بررسی می‌شود و به بازاریاب کمک می‌شود که از یک فروشنده غیر حرفه ای به یک



فروشنده حرفه ای تبدیل شود. نکته مهم در **فروش تلفنی** این است که فرد به تمامی جوانب محصول از فواید تا نقاط ضعف محصول آگاهی کامل داشته باشد و بتواند با توجه به نوع محصول، نیاز بازار و **شخصیت خریدار** روش تبلیغی منحصر به فردی ارائه دهد.

۲- برنامه ریزی صحیح و اصولی:

در **آموزش فروشندگی** اصول صحیح برنامه ریزی و تنظیم امور مربوط به مشتریان به بازاریابان تلفنی آموزش داده می شود. بازاریاب تلفنی ممکن است به صورت فریلنسری یا حضوری مشغول به کار شود. مزیت‌ها و معایب کار به صورت فریلنسری و حضوری در دوره **آموزش بازاریابی تلفنی** به طور دقیق بررسی می‌شود و نحوه برنامه ریزی در هر دو صورت به بازاریاب آموزش داده می شود.

۳- فن بیان و مهارت ارتباطی:

مهمترین تکنیکی که یک بازاریاب در دوره **آموزش بازاریابی تلفنی** آموزش می بیند؛ فن بیان و مهارت ارتباطی است. البته این مهارت در این دوره به صورت فشرده تدریس می‌شود؛ اگر بازاریابان بتوانند در دوره‌های تخصصی‌تر و گسترده‌تر فن بیان شرکت کنند بعد از مدتی نتایج شگفت انگیزی مشاهده خواهند کرد. به طور کلی فن بیان به بازاریاب کمک می‌کند که بتواند با صدا و لحن صحبت کردن خود خریدار را برای استفاده از یک محصول یا خدمات قانع کند. فن



بیان کمک می‌کند که بازاریاب به خوبی بتواند در مشتری احساس نیاز را القا کند. وسعت دادن به دایره واژگان از طریق مطالعه می‌تواند در تقویت این مهارت کمک زیادی کند.

۴- توسعه مهارت های فردی:

توسعه مهارت‌های فردی مانند آشنایی با اپلیکیشن‌ها و نرم افزارها، آشنایی با متدهای نوین بازاریابی در جهان، مسلط بودن به حداقل یک زبان، کنار گذاشتن ترس و تقویت اعتماد به نفس می‌تواند افراد را به یک بازاریاب تلفنی قدرتمند تبدیل کند. دوره **آموزش بازاریابی تلفنی** به خوبی می‌تواند باعث توسعه مهارت‌های فردی شود. این نکته را باید در نظر داشت که یک بازاریاب تلفنی به توسعه مداوم مهارت‌های خود نیاز دارد.

فنون مذاکره تلفنی در بازاریابی تلفنی



آموزش بازاریابی تلفنی | بهزاد استقامت
در دوره **آموزش بازاریابی تلفنی** تکنیک‌هایی به افراد آموزش داده می‌شود که با کمک آنها می‌توانند فروش را افزایش دهند. برخی از این



تکنیک ها عبارتند از:

۱- تعیین هدف:

یک فروشنده باید بتواند به صورت دقیق هدف خود را از یک تماس تلفنی تعریف کند. این نکته را باید در نظر داشت که در نظر گرفتن چندین هدف برای یک تماس تلفنی احتمال موفقیت یک تماس را کاهش می‌دهد. به عنوان مثال فرد باید به طور دقیق مشخص کند که در این تماس قرار است محصول توصیف شود، با خریدار وارد مذاکره شود یا ملاقات برای فروش محصول تعیین شود. پس از تعیین هدف فرد باید برای تماس برنامه‌ریزی کند.

۲- از نه شنیدن خسته نشوید:

یک فروشنده تلفنی باید بداند اگر قرار است برای فروش یک محصول با لیستی از مشتریان تماس بگیرد؛ با نه شنیدن های مکرر روبرو می‌شود. اگر فروشندگان در ابتدای راه به خاطر نه شنیدن خسته و ناامید شوند؛ هیچگاه نمی‌توانند فروش خوبی از محصولات به دست آورند. بازاریابان ممکن است پس از ده‌ها بار تماس گرفتن یک مشتری بالقوه پیدا کنند.

۳- تهیه لیستی از مشتریان هدف:

قطعاً اگر بخواهید به صورت رندومی شماره‌گیری کنید؛ به موفقیت



زیادی در فروش دست پیدا نخواهید کرد. در **آموزش بازاریابی تلفنی** به نحوه تهیه لیست مشتریان هدف آموزش داده می‌شود. لیست مشتریان هدف با توجه به نوع کالا تعیین می‌شود. به عنوان مثال افرادی که در زمینه فروش محصولات پزشکی فعالیت می‌کنند باید مشتریان هدف آنها شرکت‌های تجهیزات پزشکی، مراکز توزیع تجهیزات پزشکی، جامعه پزشکی و پرستاری کشور باشد.

۴- نوع صدا و لحن:

نوع صدا و لحن تاثیر بسیار زیادی در دنبال کردن صحبت‌های گوینده توسط شنونده دارد. رعایت ادب، صحبت با حالتی بشاش، صحبت با ولوم پایین و داشتن ریتمی کند از جمله نکاتی است که باید در صحبت کردن رعایت شود. در دوره **آموزش بازاریابی تلفنی** روی لحن و گفتار بازاریابان کار می‌شود.

۵- نوشتن اسکریپت یا متن بازاریابی:

در دوره **آموزش بازاریابی تلفنی** نحوه نوشتن متن بازاریابی یا اسکریپت به فروشندگان تلفنی آموزش داده می‌شود. نوشتن اسکریپت در بازاریابی اهمیت بسیار زیادی دارد زیرا از استرس فروشنده در هنگام صحبت کردن جلوگیری می‌کند؛ باعث انسجام فکری فروشنده می‌شود؛ از پریشان‌گویی فروشنده جلوگیری می‌کند؛ تماس تلفنی را هدفمندتر می‌سازد؛ نرخ فروش را افزایش می‌دهد؛



مشتری را راحت‌تر متقاعد می‌کند؛ در وقت صرفه جویی می‌شود و ارتباط با مشتری را تسهیل می‌کند.

۶- ساده صحبت کردن:

بازاریاب باید ساده و به دور از تکلف صحبت کند. لحن صحبت کردن بازاریاب باید به گونه‌ای باشد که در عین احترام گذاشتن به مشتری رابطه‌ی نسبتاً صمیمانه با او داشته باشد.

۷- از بحث کردن بپرهیزید:

ممکن است مشتری نقدهایی را به فروشنده وارد کند؛ فروشنده باید توانایی این را داشته باشد که با حفظ خونسردی و آرامش و در عین اعتماد به نفس به نقدهای مشتری پاسخ منطقی دهد. فروشنده نباید به هیچ عنوان وارد بحث با مشتری شود. بحث کردن علاوه بر اتلاف وقت نتیجه‌ای در بر نخواهد داشت و اعتماد مشتری نیز سلب می‌شود. در دوره آموزش بازاریابی تلفنی نحوه مذاکره و برخورد صحیح با نقدها به طور کامل به صورت تکنیکی شرح داده می‌شود.

چگونه متن بازاریابی تلفنی نوشته می‌شود؟

متن بازاریابی تلفنی یا اسکریپت فروش در آموزش بازاریابی تلفنی با



تمامی نکات آموزش داده می‌شود. اسکریپت فروش برای بازاریاب نقش راهنما را دارد و باعث انتقال واضح پیام به خریدار می‌شود.

در نوشتن اسکریپت فروش نکات زیر حیاتی است:

۱- بازگو کردن نیاز مشتری قبل از ویژگی محصول:

بهتر است بازاریاب در متنی که برای تماس تلفنی آماده می‌کند؛ ابتدا نیاز مشتری را بیان کند یا در مشتری احساس نیاز ایجاد کند سپس کاربرد و ویژگی محصول خود را بیان کند. بیان مطلب به اینگونه باعث می‌شود که در مشتری حس مهم بودن ایجاد شود. اگر بازاریاب بدون توجه به این نکته خصوصیات محصول را بیان کند و سپس به بیان کاربرد و نیاز مشتری بپردازد؛ در مشتری این حس ایجاد می‌شود که بازاریاب می‌خواهد به هر طریقی محصول خود را به فروش برساند.

۲- اطمینان دادن به مشتری:

یک مشتری بالقوه زمانی یک خریدار و مشتری پایدار می‌شود که از برند خریداری شده اطمینان حاصل کند؛ در متن بازاریابی فروش باید از ادبیاتی استفاده شود که مشتری اطمینان حاصل کند. صحبت کردن از نمونه کارها و معرفی نمونه‌های مشابه می‌تواند به افزایش فروش کمک کند.



۳- نحوه شروع گفتگو:

سلام، آقای / خانم

من هستم از شرکت

می‌تونم چند دقیقه در مورد با شما صحبت کنم. فقط ۳ دقیقه طول می‌کشد.

۴- پرداختن به ویژگی‌های محصول:

نام کامل محصول، کاربرد محصول، میزان رضایت مصرف‌کنندگان، عمده خریداران محصول، قیمت دقیق محصول، مشخصات فنی و محصولات مشابه و تخفیف‌های ویژه باید در متن بازاریابی به دقت ذکر شوند.

۵- فهرست بندی:

بازاریاب تلفنی باید مشتریان را بر اساس جنسیت، داشتن و نداشتن سابقه خرید از بازاریاب یا شرکت، محل فعالیت و میانگین درآمد طبقه بندی کند. با توجه به این فهرست بندی چند متن بازاریابی تهیه کنند و هر کدام از متن‌ها را در موقعیت‌های مختلف استفاده کنند. در آموزش بازاریابی تلفنی نحوه نوشتن متن در موقعیت‌های گوناگون تشریح می‌شود.



۶- نوشتن پاسخ های احتمالی:

بازاریاب باید بر حسب تجربه خود و همکاران، نظرسنجی‌های سایت و غیره سوال‌های احتمالی به همراه پاسخ کامل را در متن بازاریابی بنویسد تا در صورت مواجه شدن با آن بتواند در حالت آرامش و به صورت کامل مشتری پاسخ بدهد و اعتماد او را جلب کند.

شرکت‌هایی که برای تیم فروش خود متن بازاریابی آماده می‌کنند؛ راحت تر می‌توانند روش‌های فروش را اصلاح کنند. همچنین این شرکت‌ها می‌توانند تیم‌های فروش را با یکدیگر متحد کنند و ارتباط موثری با مشتری داشته باشند.

بررسی استراتژی های فروش در آموزش بازاریابی تلفنی



آموزش بازاریابی تلفنی | بهزاد استقامت
شرکتی در زمینه فروش محصولات خود می‌تواند موفق عمل کند که
برای بازاریابی از جمله **تله مارکتینگ** استراتژی داشته باشد. در
-آموزش بازاریابی تلفنی به مهمترین استراتژی‌های بازاریابی اشاره می
شود. بخشی از این استراتژی‌ها عبارتند از:

۱- داشتن نرم افزار مناسب بازاریابی تلفنی:

نرم افزارهای زیادی برای بازاریابی تلفنی طراحی شده‌اند. نرم افزارها
باعث مدیریت راحت‌تر تیم بازاریاب تلفنی می‌شود. با استفاده از
این نرم افزارها می‌توان به صورت خودکار شماره‌گیری کرد. دسته‌بندی



مشتریان، مشاهده سابقه ارتباط با مشتری، مشاهده اسکرپیت-مکالمه در حین تماس، ساده‌تر شدن تماس، ساده‌تر کردن برنامه ریزی برای تماس‌های تلفنی، پرونده‌سازی برای مشتری، برچسب زدن به مشتری‌ها با توجه به نتیجه تماس، دسترسی راحت‌تر به لیست شماره‌ها، ثبت وضعیت و نتیجه تماس با هر مشتری به صورت جداگانه، مشاهده عملکرد بازاریابی با توجه به نتیجه تماس‌ها، امکان تجزیه و تحلیل راحت‌تر تیم فروش و در نتیجه تسریع در روند بازاریابی از مهمترین مزیت‌های استفاده از نرم افزار بازاریاب تلفنی است. در **آموزش بازاریابی تلفنی** تمامی این نرم افزارها و نحوه عملکرد آنها آموزش داده می‌شود.

۲- پیگیری به وقت:

قبل از اینکه تماس با مشتری بالقوه به اتمام برسد باید وقت معینی برای تماس بعدی در نظر گرفته شود. بازاریاب باید در همان زمان تعیین شده با مشتری تماس بگیرد. در صورتی که بازاریاب با تماس بی پاسخ مواجه شد؛ بهتر است به جای برقراری تماس‌های مکرر پیامی تحت عنوان **در زمان مقرر با شما تماس گرفته شد و شما پاسخگو نبودید^۱** برای مشتری ارسال شود.

گاهی اوقات باید اجازه داد که مشتری فرصت تماس گرفتن پیدا کند؛ در غیر این صورت بازاریاب در چشم مشتری فردی به نظر می‌رسد که می‌خواهد به هر طریقی محصول خود را به فروش برساند.



۳- معرفی کامل:

مشتری باید بداند که دقیقاً چه کسی دارد با او صحبت می‌کند و قرار است در چه خصوصی با او مذاکره کند. به همین سبب باید نام بازاریاب، خصوصیات و نام محصول و نام شرکت تولید کننده به صورت کامل بیان شود. اگر چندمین بار است که با مشتری تماس حاصل می‌شود؛ به صورت مختصر در یک یا دو جمله نتیجه تماس قبلی به او یادآوری شود.

مدرسه بازاریابی و فروش تلفنی راه‌مدیران

مدرسه بازاریابی و فروش تلفنی راه‌مدیران، کلاس‌های **آموزش بازاریابی تلفنی** را با بازدهی بالا راه‌اندازی کرده است. آقای استقامت یکی از بهترین اساتید این دوره است که مبتدی‌ترین افراد را به حرفه‌ای‌ترین بازاریابان بدل می‌کند.

شاید در نگاه اول پیش خود بگویید که ممکن است با مطالعه یک یا چند کتاب بتوان این تکنیک‌ها را فرا گرفت؛ در حالیکه بازاریابی یک مبحث بسیار گسترده است و به تکنیک‌های ساده اما بسیار موثری وابسته است که قطعاً حضور استاد و تمرینات عملی تکنیک‌ها بیشتر از مطالعه چندین کتاب می‌تواند تاثیر داشته باشد.

در کلاس‌های **آموزش بازاریابی تلفنی**، بازاریابان تکنیک‌هایی فرا می‌گیرند که بتوانند اعتماد به نفس خود را تقویت کنند و با تکیه بر



این ویژگی سایر مهارت‌های زبانی و ارتباطی خود را ارتقا دهند. شرکت‌هایی که قصد دارند عملکرد تیم فروش خود را بالا ببرند می‌توانند این کلاس را برای کارشناسان فروش خود برگزار کنند..

شغل شما چیست؟ برای دیدن تکنیک‌ها و آموزش فروش و بازاریابی تلفنی کلیک کنید.

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.

