



## تماس سرد را چگونه مدیریت کنیم؟ | راهکار فروش کلدکالینگ

### کلدکالینگ چیست و چه ارتباطی با بازاریابی تلفنی دارد؟

کلد کالینگ یا تماس سرد به تماس‌هایی گفته می‌شود که بازاریابان و فروشندگان تلفنی با مشتری‌های احتمالی برقرار می‌کنند. به خاطر اینکه مشتری‌های احتمالی منتظر چنین تماس‌هایی نیستند و اغلب موارد برای آنها آزار دهنده است؛ به این تماس **کلد کالینگ** یا تماس سرد می‌گویند. با به کارگیری ترفندهای خاصی می‌توان **تماس سرد** را



به یک تماس گرم تبدیل کرد. آشنایی با این استراتژی ها توسط شرکت هایی که از بازاریابی تلفنی استفاده می‌کنند؛ یک امر ضروری است. برای آموزش های بیشتر در زمینه فروش تلفنی کلیک کنید.

برخی افراد گمان می‌کنند که با روی کار آمدن شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام و غیره تله مارکتینگ کارایی خود را از دست داده است. گسترش بازاریابی محتوایی و راه اندازی سایت‌های فروشگاهی و گسترش خریدهای آنلاین و امکان مسدود کردن بازاریابان تلفنی از طریق گوشی های هوشمند، به این تفکر نیز دامن زده است و صاحبان بسیاری از کسب و کارها تله مارکتینگ را یک استراتژی بدون بازده تلقی می‌کنند؛ در حالیکه بازاریابی تلفنی همچنان می‌تواند باعث گسترش کسب و کار افراد شود. به شرط آنکه بازاریابی تلفنی به صورت تلفیقی در کنار سایر روش‌های بازاریابی مورد توجه قرار بگیرد.



تماس سرد | کلدکالینگ | کلد کالینگ

تماس گرم می‌تواند بیشتر از **تماس سرد** در افزایش فروش نقش ایفا کند؛ اما به هر حال گاهی اوقات نیاز است تا **کلد کالینگ** نیز به عنوان یکی از روش‌های بازاریابی مورد استفاده قرار بگیرد. در این مطلب سعی شده است راه‌هایی برای موفقیت بیشتر در **تماس سرد** ذکر شود و در کنار آن راه‌هایی برای آنکه **کلد کالینگ** به وارم کالینگ تبدیل شود؛ به صاحبان کسب و کارها ارائه شود. به همین جهت توصیه می‌شود این مطلب را تا آخر با ما دنبال کنید.

## راه‌هایی برای افزایش موفقیت در کلد کالینگ | تماس سرد

برخی از افراد تصورات اشتباهی در خصوص **کلد کالینگ** و تله مارکتینگ دارند؛ برخی از افراد گمان می‌کنند که داشتن یک تلفن و



آگاهی از یک محصول برای برقراری **تماس سرد** کافی است؛ در حالی که این تصور کاملاً اشتباه است و فرد با وجود گذراندن زمان زیاد، صحبت‌های طولانی مدت و مبتلا شدن به سردردهای تنشی نتیجه‌ای در افزایش آمار فروش مشاهده نمی‌کند و به مرور زمان دچار ناامیدی می‌شود و این کار را برای همیشه کنار می‌گذارد. در صورتی که آگاهی با تاکتیک‌های برقراری **کلد کالینگ** می‌تواند سود زیادی به شما برساند.



تماس سرد | کلدکالینگ | کلد کالینگ

برخی از این راهکارها که می‌تواند باعث افزایش موفقیت در **تماس سرد** شود؛ عبارتند از:



• **داشتن طرح تماس:** برخی از افراد گمان می کنند که منظور از داشتن طرح تماس، داشتن یک اسکریپت مکالمه است. در صورتی که اسکریپت مکالمه بخشی از طرح تماس است. در طرح تماس فرد باید تمامی جوانب **کلد کالینگ** را بسنجد و برای آن به خوبی برنامه ریزی کند. تهیه لیست مشتریان هدف، طرح مدیریت تماس ها، نحوه مکالمه با مشتری های مختلف، زمان بندی و برنامه ریزی برای ایجاد **کلد کالینگ**، طرح ریزی برای قانع کردن مشتری در ثانیه های اول تماس از جمله موارد مربوط به طرح تماس است.

• **داشتن پیشنهادات ویژه برای مشتری:** ارائه پیشنهادات ویژه به مشتری می تواند باعث افزایش موفقیت در **کلد کالینگ** شود. این پیشنهادات ویژه می تواند فروش عمده محصولات و تخفیفات ویژه باشد. آگاه کردن مشتریان از زمان حراج محصولات یا تماس گرفتن با مشتریان در زمان حراج از دیگر تاکتیک های اثبات شده است که می تواند مشتریان احتمالی را برای خرید ترغیب کند.



• **شناسایی رقبا:** شناسایی رقبای موفق، الگوگیری از آنان و رقابت با آنها در نحوه ارائه محصولات، خدمات پس از فروش، ارائه با قیمت مناسب‌تر می‌تواند در افزایش فروش به شما کمک کند؛ شاید برایتان جای سوال باشد که تاکتیک چه رابطه‌ای با تماس سرد دارد؟ کاملاً بدیهی و واضح هست که اگر شما نقاط قوت و ضعف رقبای خود را شناسایی کرده باشید؛ می‌توانید پرقدرت‌تر در تماس سرد ظاهر شوید؛ به عنوان مثال فرض کنید یکی از رقبای مطرح شما خدمات پس از فروشی برای محصول خود در نظر نگرفته است؛

شما با در نظر گرفتن خدمات پس از فروش و توضیح آن طی تماس‌های تلفنی می‌توانید فروش خود را افزایش دهید و نسبت به رقبا پیشی بگیرید. البته این موضوع را نیز باید در نظر بگیرید که در طی **تماس سرد** در رابطه با برند خود صحبت کنید و به صورت غیر مستقیم تفاوت برند خود با سایر برندها را برای مشتری بیان کنید؛ مشتری‌ها را افرادی باهوش در نظر بگیرید و با آنها هوشمندانه تعامل کنید.

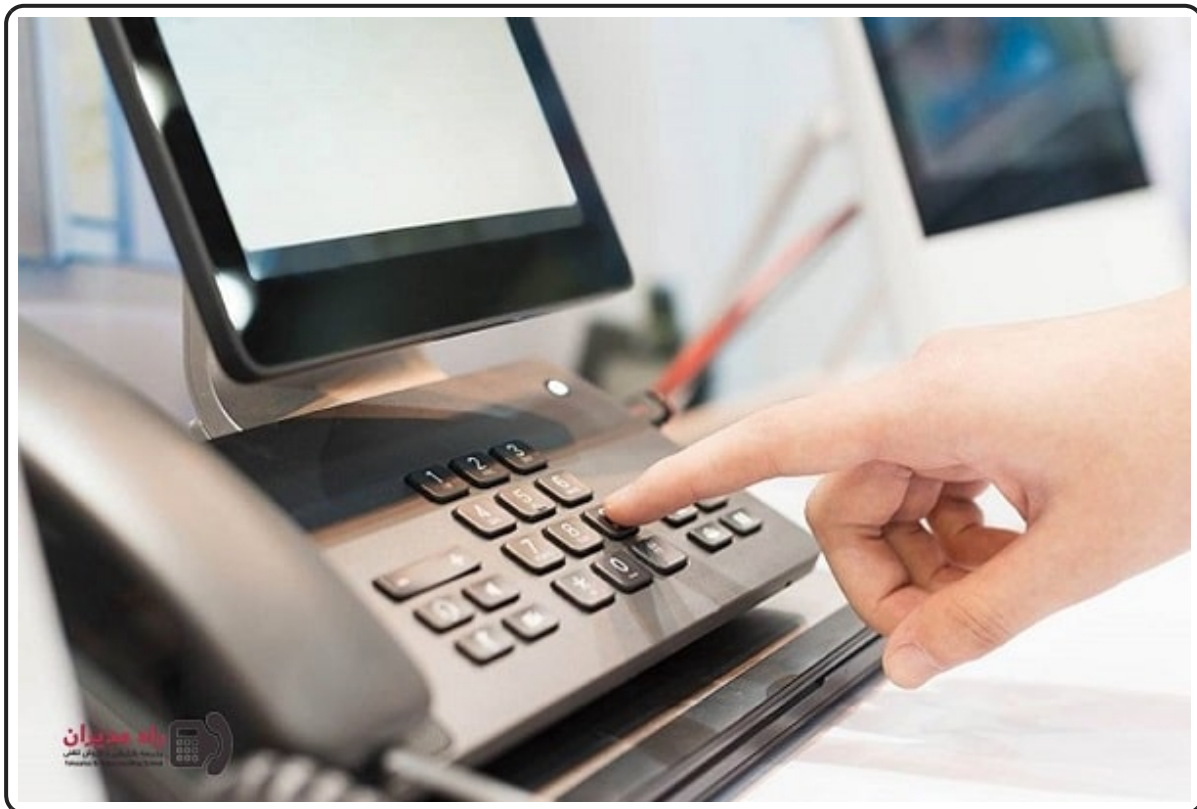
• **زنده نگه داشتن مشتریان:** زنده نگه داشتن مشتریان به معنای واقعی می‌تواند تاثیر بسیار مهمی در افزایش فروش شما داشته باشد. زنده نگه‌داشتن مشتری به معنی اهمیت دادن به نظرات مشتریان، پاسخگویی منطقی به انتقادات آنان و عذرخواهی به‌جا



از آنان است.

• **صحبت نکردن بدون وقفه:** یکی از دلایل مهم شکست بازاریابان تلفنی در **کلد کالینگ** بدون وقفه صحبت کردن آنها است. زمانی که بازاریاب تلفنی بدون وقفه صحبت می‌کند؛ این احساس در مشتری ایجاد می‌شود که بازاریاب اهمیتی برای مشتری قائل نیست و صرفاً می‌خواهد با هر ترفندی محصول خود را به فروش برساند. پس صحبت کردن با رعایت ادب و وارد کردن مشتری در چالش و بحث می‌تواند تاثیر مهمی در افزایش بهره‌وری فروش داشته باشد.

• **سبک ارتباطی کششی:** بازاریابان تلفنی عمدتاً از دو نوع سبک ارتباطی کششی و فشاری، برای برقراری ارتباط با مشتری استفاده می‌کنند. استفاده از سبک ارتباطی کششی و منعطف می‌تواند باعث افزایش موفقیت در فروش تلفنی و **کلد کالینگ** شود. در این نوع سبک ارتباطی سوالاتی به صورت بله و خیر طراحی می‌شود و سوال‌هایی مطرح می‌شود که در اولویت‌های مشتری باشد. جمع‌آوری اطلاعات در این مورد می‌تواند به ارتباط بین بازاریاب و مشتری کمک زیادی کند.



تماس سرد | کلدکالینگ | کلد کالینگ

## مزیت های تماس سرد یا کلد کالینگ چیست؟

برخی از صاحبان کسب و کار فکر می‌کنند در عصر امروزی کلد کالینگ خالی از مزیت است؛ در حالیکه برخی اوقات کلد کالینگ می‌تواند



مزیت های زیادی از جمله موارد زیر در پی داشته باشد:

۱- **نگه داشتن مشتری:** همیشه این نکته را در نظر داشته باشید که استراتژی‌هایی برای نگه‌داشتن مشتری می‌تواند به طور موثری در موفقیت یک کسب و کار نقش مهمی را ایفا کند. نگه داشتن مشتری می‌تواند مزیت‌های زیادی در پی داشته باشد. به عنوان مثال هزینه نگه داشتن مشتری نسبت به پیدا کردن مشتری جدید حداقل ۵ برابر کمتر است؛ پس با صرف هزینه کم می‌توان به افزایش فروش رسید. برای نگهداری مشتری می‌توان راهکارهای موثری را به کار برد؛ به عنوان مثال پس از خرید یک محصول یا خدمات خاص توسط مشتری، می‌توان برای کسب نظر مشتری با او تماس گرفت. پیگیری مشتری نشان دهنده این است که شما اهمیت زیادی به رضایت مشتری می‌دهید و این باعث ایجاد حس مهم بودن در مشتری می‌شود و تبدیل کردن او به یک مشتری پایدار راحت تر خواهد شد.

۲- **دریافت بازخورد از مشتری به صورت مستقیم:** تماس تلفنی راحت ترین و بهترین راه برای این است که بتوان از **بازخورد مشتری** به صورت مستقیم اطلاع پیدا کرد. از نحوه برخورد مشتری و رد و بدل کردن تعدادی سوال می‌توان نظر مشتری را جویا شد. همچنین **کلد کالینگ** امکان تعامل دو طرفه با مشتری را فراهم می‌سازد و می‌توان از این تعامل در افزایش کیفیت محصول و خدمات بهره جست. صاحبان کسب و کار اگر به نقاط ضعف خود آگاهی پیدا کنند؛ می



توانند با رفع آنها در پیدا کردن مشتریان جدید موفق تر عمل کنند. داشتن تعامل با مشتریان سابق و دریافت بازخورد از آنها می‌تواند در این مسیر به صاحبان کسب و کار کمک کند.

**۳- داشتن هزینه کم:** کسانی که بودجه محدودی برای تبلیغات دارند؛ می‌توانند از طریق **کلد کالینگ** اقدام به بازاریابی کنند. بازاریابی تلفنی هزینه‌هایی به مراتب کمتر نسبت به سایر روش‌های بازاریابی دارد؛ به همین سبب با وجود تنوع زیاد در روش‌های بازاریابی همچنان این روش مورد توجه است.

**۴- شناسایی الزامات مشتریان:** ایجاد مشتریان جدید، نگهداشتن مشتریان قبلی و شناسایی الزامات مشتریان جزو مهمترین تاکتیک‌هایی است که در بازاریابی تلفنی در ارتباط با مشتریان باید مورد توجه قرار بگیرد. بهتر است بازاریابان تلفنی لیستی از علایق و اولویت‌های مشتریان تهیه کنند و در تماس‌های تلفنی به این موارد اشاره کنند. با توجه به بررسی‌های آماری و شنیدن نظرات مشتریان سابق می‌توان لیستی از الزامات مشتریان را به دست آورد.

**۵- تحلیل موفقیت کمپین فروش:** صاحبان کسب و کار با ایجاد کمپین استراتژیک در حوزه تله مارکتینگ و مدیریت این کمپین به راحتی می‌توانند موفقیت کمپین فروش را تحلیل کنند. تحلیل موفقیت کمپین فروشندگان تلفنی بسیار راحت‌تر از ادمین‌های شبکه‌های اجتماعی است.



تماس سرد | کلدکالینگ | کلد کالینگ

## چگونه می‌توان یک تماس سرد را به یک تماس گرم تبدیل کرد؟

تماس سرد با وجود تمامی مزیت‌هایی که دارد اما در نهایت تماس سرد است و خیلی از مشتریان احتمالی علاقه ای به شنیدن سخنان بازاریابان ندارند و حتی برخی از آنها در دقایق و ثانیه‌های اول تماس را قطع می‌کنند؛ به همین سبب به کاربردن راهکارهایی می‌تواند



**کلد کالینگ** را به یک تماس گرم تبدیل کند. برخی از این راهکارها عبارتند از:

۱- **رابطه گرم و صمیمانه با مشتری:** بازاریاب باید بتواند رابطه‌ای محترمانه و در عین حال گرم و صمیمانه با مشتری برقرار کند. صحبت کردن با لحن شاد و در عین حال مهربان می‌تواند یک تماس سرد را به یک تماس گرم تبدیل کند.

۲- **درگیر کردن مشتری:** وارد کردن مشتری به یک چالش، اجازه دادن به مشتری برای بیان نظر خود، گوش دادن به سخنان مشتری و داشتن تعامل دو طرفه می‌تواند یک **کلد کالینگ** را به یک وارم کالینگ بدل کند.

۳- **دنبال کردن سوالات، درخواست و انتقادات مشتریان:** ممکن است گاهی اوقات یک مشتری احتمالی درخواستی از فروشنده داشته باشد که در حال حاضر امکان برآورده کردن آن وجود نداشته باشد؛ بهتر است بازاریابان تلفنی این درخواست‌ها را به عنوان یک پیشنهاد در نظر بگیرند و برای ممکن شدن آن همراه با تیم فروش تلاش کنند.

به محض برآورده شدن آن امکان با مشتری تماس بگیرند؛ و مشتری را برای خرید ترغیب کنند. به عنوان مثال ممکن است برخی از مشتریان بخواهند محصولی را به صورت قسطی خریداری کنند که امکان آن در حال حاضر وجود نداشته باشد؛ در صورتی که مدیر



کسب و کار امکان خرید قسطی را در یک یا دو ماه آینده برای مشتری فراهم کرد بازاریاب تلفنی با مشتری تماس بگیرد و این امکان را به او اطلاع دهد.

**۴- قرار دادن پیغام برای تماس در سایت:** مدیرانی که از روش های تلفیقی مختلف برای بازاریابی استفاده می‌کنند؛ بهتر است در سایت فروشگاه خود قسمتی برای پیغام گذاشتن برای تماس در نظر بگیرند. بدین ترتیب بازاریابان با مشتریانی تماس برقرار می‌کنند که به برقراری تماس تمایل نشان داده‌اند؛ در این گونه مواقع تماس دیگر جزو تماس های **کلد کالینگ** نیست و جزو تماس های گرم است.

**۵- ایجاد پایگاه داده با کیفیت:** درست است که بازاریابی تلفنی یک روش قدیمی برای بازاریابی است اما همین روش قدیمی با توجه به پیشرفت تکنولوژی بروز شده است؛ استفاده از سیستم‌های بازاریابی تلفنی و ایجاد پایگاه داده با کیفیت از طریق ابزارها و اپلیکیشن‌های مدرن می‌تواند به بازاریابان کمک کند تا مشتریان هدف را راحت‌تر شناسایی کنند. تماس با مشتریان هدف می‌تواند یک **کلد کالینگ** را به یک تماس گرم تبدیل کند زیرا احتمال ایجاد تماس‌های تصادفی و رندومی کاهش چشمگیری پیدا می‌کند.

مشتری با توجه به هدف فروش باید مشتری را انتخاب و تعیین کند که از طریق ابزارها و اپلیکیشن های مدرن و بازاریابی از طریق B۲B این اتفاق رخ خواهد داد. ۱۷ درصد فعالیت فروشنده صرف وارد



کردن اطلاعات مشتری می‌شود؛ از طریق ایجاد پایگاه داده‌های با کیفیت در این زمان صرفه جویی می‌شود و بازاریاب بهتر می‌تواند برای افزایش فروش و بهره‌وری تمرکز کند.



تماس سرد | کلدکالینگ | کلد کالینگ

## اشتباهات رایج در کلد کالینگ | تماس سرد

برخی از اشتباهات در کلد کالینگ می‌تواند باعث کاهش موفقیت فروشنده در تماس سرد شود. مدیران کسب و کار و بازاریابان تلفنی گاهی اوقات این اشتباهات را به عنوان پارامتر افزایش دهنده فروش در نظر می‌گیرند در حالی که این تصور کاملاً اشتباه است. در زیر به برخی از این اشتباهات اشاره می‌شود:



**۱- اصرار به خریدار:** برخی از بازاریابان تلفنی تماس‌های مکرر و پشت سر هم با مشتری برقرار می‌کنند؛ گاهی اوقات مشتریان برای خرید به بهانه‌های مختلف رو می‌آورند؛ یک بازاریاب تلفنی باید انقدر باهوش باشد که تفاوت بین بهانه و دلیل منطقی را متوجه شود. برقراری تماس‌های پی در پی با مشتری نه تنها باعث افزایش فروش نمی‌شود بلکه مشتری حس بدی نسبت به محصول و خدمات پیدا می‌کند.

**۲- تماس بی موقع:** برخی از بازاریابان تلفنی به زمان تماس توجهی نمی‌کنند؛ لازم است تا بازاریابان برای برقرار کردن تماس‌ها با مشتریان برنامه ریزی کنند. برقراری تماس در صبح زود، در ظهر و نزدیک ناهار و در شب به هیچ عنوان توصیه نمی‌شود. بهترین زمان برقراری میان روز و عصر است.

**۳- اجازه گرفتن از مشتری:** بهتر است بازاریابان تلفنی در ابتدای صحبت خود از مشتری برای تبلیغ محصول خود اجازه بگیرند؛ صحبت کردن بی وقفه مشتری را خسته می‌کند و ممکن است مشتری در موقعیت پاسخگویی نباشد و با قطع کردن ناگهانی تماس به بازاریاب بی احترامی شود.

**۴- توجه به فرهنگ و جنسیت:** بهتر است قبل از برقراری تماس تلفنی به پارامترهای فرهنگی و جنسیتی توجه شود. نوع کالا در تعیین چارچوب‌های فرهنگی نیز تاثیرگذار است. به عنوان مثال برای



فروش لوازم و قطعات یدکی به کارخانجات بهتر است بازاریابان مرد تماس برقرار کنند؛ شاید از نگاه روشنفکران تفاوتی بین بازاریاب زن و مرد وجود نداشته باشد اما همچنان هستند افرادی که نگاه جنسیتی به این موضوع دارند.

**۵- نپرداختن به حاشیه‌ها:** در هنگام **کلد کالینگ** بهتر است به حاشیه‌ها پرداخته نشود و روی موضوعات اصلی مانند پرداختن به سوال مشتری تمرکز شود. پرداختن به مسائل حاشیه ای شنونده را خسته می‌کند. تعریف بیش از حد از محصول و نقد رقبا جزو این حاشیه‌ها است.

**۶- استفاده از افراد مجرب و حرفه ای:** برخی از افراد گمان می‌کنند همه افراد می‌توانند اقدام به بازاریابی کنند؛ فقط کافی است یک متن اسکرپیت در اختیار آنها قرار داده شود در حالی که این یک تصور کاملاً غلط است و بازاریابان باید از بین افراد صبور، با بیان شیوا، همدل، با اعتماد به نفس بالا و داشتن توان بالا در اقناع کردن دیگران انتخاب شوند.

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.