



مدرسه بازاریابی تلفنی بهترین راهکار برای افزایش درآمد در ۱۴۰۰

در مدرسه بازاریابی تلفنی چه مواردی آموزش داده می‌شود؟

مدرسه بازاریابی تلفنی می‌تواند باعث ارتقای تمامی کسب و کارها شود. با وجود پیشرفت تکنولوژی و ابداع روش‌های مختلف بازاریابی، می‌توان بازاریابی تلفنی را همچنان یکی از قدرتمندترین روش‌ها برای هدایت کسب و کارها به سمت فروش بیشتر دانست. تمرکز روی چالش‌های مشتری از طریق به کار بردن **اصول بازاریابی تلفنی** راحت‌تر از سایر روش‌های بازاریابی است. مدیران کسب و کارها می‌توانند از طریق تجزیه و تحلیل داده‌های



تیم فروش تلفنی نرخ تولید و فروش را افزایش دهند. مدیرانی که روی افزایش مهارت‌های فروش کارکنان خود سرمایه‌گذاری کنند و از **مدرسه بازاریابی تلفنی** برای آموزش تیم فروش خود کمک بگیرند؛ می‌توانند به راحتی باعث تحولات شگفت‌انگیز در کسب و کار خود شوند. در ادامه مطلب در خصوص اهداف **مدرسه بازاریابی تلفنی** و **اصول بازاریابی تلفنی** بیشتر بحث خواهد شد.

اهداف مدرسه بازاریابی تلفنی چیست؟

مدرسه بازاریابی تلفنی با هدف افزایش فروش، افزایش قراردادهای معاملاتی یک شرکت یا یک کسب و کار، هدایت بهتر و بیشتر صاحبان کسب و کار، آموزش مهارت‌ها و **اصول بازاریابی تلفنی** به فعالان حوزه تجارت تاسیس شده است. با آموزش یادگیری تکنیک‌ها و راهکارهایی که در **مدرسه بازاریابی تلفنی** آموزش داده می‌شود؛ فروشندگان تلفنی در تماس سرد احساس راحتی بیشتری خواهند کرد و می‌توانند یک تماس سرد را به خوبی مدیریت کنند و آن را به سرانجام برسانند.

مدرسه بازاریابی تلفنی پس از برگزاری دوره‌های مربوط به **اصول بازاریابی تلفنی**، گواهینامه فروش تلفنی حرفه‌ای را به آموزش دیدگان اعطا می‌کند. دارندگان این مدرک می‌توانند در انواع کسب و کارها و شرکت‌های تجاری و بازرگانی معتبر به عنوان بازاریاب و مدیر



فروش مشغول کار شوند.



اهداف مدرسه بازاریابی تلفنی | مدرسه فروش تلفنی

دوره های مدرسه بازاریابی تلفنی برای چه کسانی مناسب است؟

بسیاری از افراد گمان می‌کنند دوره‌های بازاریابی تلفنی که توسط مدرسه بازاریابی تلفنی برگزار می‌شود؛ صرفاً برای بازاریابان تلفنی و



کسانی که قصد دارند؛ فروشنده شوند مناسب است در صورتی که این دوره می‌تواند برای افراد ذیل نیز مفید باشد:

کارکنان و مدیران فروش:

مدیران فروش برای افزایش عملکرد تیم فروش لازم است تا با اصول **بازاریابی تلفنی** آشنایی داشته باشند. از آنجا که در این دوره نحوه مدیریت تیم فروش نیز تدریس می‌شود؛ این دوره می‌تواند باعث ارتقای عملکرد مدیران و کارکنان فروش یک شرکت شود.

مدیران توسعه تجارت:

مدیران توسعه تجارت نقش مهمی را در بنگاه‌های بزرگ اقتصادی ایفا می‌کنند. این مدیران از طریق ارائه راهکارها و انجام رایزنی‌ها باعث افزایش فروش، افزایش صادرات، بستن قراردادهای جدید همکاری، ارائه انواع معاملات جدید و گسترش همکاری‌ها باعث توسعه یک کسب و کار می‌شوند؛ این دوره می‌تواند چشم اندازه‌های جدیدی را برای مدیران توسعه کسب و کار ایجاد کند و باعث قوی‌تر شدن روابط عمومی آنها شود.

فروشنندگان:

فرقی نمی‌کند که افراد جزو فروشنندگان حضوری، مجازی یا تلفنی هستند. **اصول بازاریابی تلفنی** می‌تواند برای تمامی فروشنندگان



مفید باشد و باعث ارتقای مهارت‌های ارتباطی آنها شود.

مدیران روابط عمومی:

مدیران روابط عمومی از دیگر افرادی هستند که می‌توانند در دوره اصول بازاریابی تلفنی که مدرسه بازاریابی تلفنی آن را برگزار می‌کند؛ شرکت کنند. آموزش مبانی فن بیان، آموزش مبانی فنون مذاکره و نحوه برقراری ارتباط موثر با مشتریان از جمله سرفصل‌های آموزشی این دوره است که می‌تواند به ارتقای مهارت‌های مدیران روابط عمومی کمک کند.

مدیران حسابداری و بازرگانی:

مدیران حسابداری و بازرگانی جزو مدیرانی هستند که به صورت مستقیم با تیم فروش در ارتباط هستند. آشنایی با نحوه عملکرد تیم‌های فروش می‌تواند به برقراری ارتباط موثر مدیران بازرگانی و حسابداری با فروشندگان کمک زیادی کند. از طرفی آشنایی با اصول بازاریابی تلفنی می‌تواند منجر به مدیریت بهتر شود.



دوره مدرسه بازاریابی تلفنی | مدرسه فروش تلفنی

چه سرفصل‌هایی در اصول بازاریابی تلفنی تدریس می‌شود؟

مهمترین مباحثی که مدرسه بازاریابی تلفنی تدریس می‌کند؛ عبارتند از:

آشنایی با پارامترهای کسب و کارهای موفق:



یک کسب و کار بدون دلیل و بدون طراحی استراتژی و چهارچوب های اصولی نمی‌تواند گسترش پیدا کند و موفق شود. قوانین مهمی برای موفق شدن در دنیای تجارت وجود دارد که آشنایی با این قوانین و پارامترهای موثر در موفقیت می‌تواند باعث تحول کسب و کارها شود. در **مدرسه بازاریابی تلفنی** به صورت مفصل به این قوانین پرداخته می‌شود. عوامل موفقیت کسب و کارها یک به یک ذکر می‌شود و فروشندگان تلفنی بعد از اتمام این دوره می‌توانند به عنوان مشاور نیز فعالیت کنند و راهکارهایی برای افزایش تولید و فروش ارائه دهند.

موثرترین شیوه‌های بازاریابی و فروش تلفنی:

شیوه‌های بازاریابی و فروش تلفنی می‌توانند به تعداد بازاریابان تلفنی متفاوت باشند؛ اما همه شیوه‌ها موثر نیستند. در **مدرسه بازاریابی تلفنی** چند شیوه موثر بازاریابی تلفنی مورد بررسی قرار می‌گیرد و افراد با توجه به نوع محصول و خدمات، نوع مشتری و موقعیت یکی از این روش‌ها را می‌توانند انتخاب کنند.

شناسایی نیازهای خاص و الزامات مشتریان:

شناسایی نیازهای خاص مشتریان یکی از کلیدهای موفقیت در بازاریابی تلفنی است. نحوه شناسایی این نیازها تکنیک‌های خاصی دارد که در **مدرسه بازاریابی تلفنی** به بازاریابان آموزش داده می‌شود.



در **مدرسه بازاریابی تلفنی** به صاحبان کسب و کار، مدیران بازاریابی، فروشندگان و کار آفرینان نحوه تطابق نیاز مشتری با محصول را آموزش می‌دهند. اگر مشتری بداند که یک محصول یا یک خدمت خاص می‌تواند به یکی از نیازهای آنها پاسخ بدهد؛ قطعاً از آن استقبال خواهند کرد.

فن بیان و فنون مذاکره:

فن بیان و فنون مذاکره از دیگر کلیدهای مهم بازاریابی تلفنی است. لحن صحبت، نفوذ کلام، نحوه استفاده از عبارات، نحوه شروع و پایان گفتگو از مهمترین مباحثی است که در این سرفصل به بازاریابان آموزش داده می‌شود.

همچنین در این سرفصل موثرترین عبارات برای افزایش فروش به بازاریابان آموزش داده می‌شود؛ قطعاً با به کارگیری این عبارات می‌توان شاهد افزایش فروش شد.

نحوه مدیریت بحران:

بسیاری از کسب و کارها ممکن است با بحران کاهش فروش یا رکود اقتصادی مواجه شوند. در **مدرسه بازاریابی تلفنی** نحوه برخورد و مدیریت این بحران‌ها آموزش داده می‌شود. به عنوان مثال به بازاریابان تلفنی آموزش می‌دهند که چگونه عوامل کاهش دهنده



فروش را شناسایی کنند و از طریق چه روش‌هایی این عوامل را از بین ببرند و با عوامل تقویت کننده جایگزین کنند.

نحوه پاسخگویی به مخالفت‌ها:

بازاریابان تلفنی ممکن است در حین مکالمه با مخالفت، بهانه‌گیری و نقد از طرف مشتریان احتمالی روبرو شوند؛ نحوه برخورد با مخالفت، نقد و بهانه‌گیری‌های مشتریان می‌تواند یک مشتری احتمالی را به یک مشتری پایدار تبدیل کند. در **مدرسه بازاریابی تلفنی** نحوه برخورد منطقی و اصولی در برابر نقد آموزش داده می‌شود.

درک روند فروش تلفنی:

برای اینکه بازاریاب‌ها بتوانند بهترین عملکرد را در فروش تلفنی از خود نشان دهند باید به خوبی روند فروش تلفنی را درک کنند؛ با مراحل و چرخه‌ی فروش تلفن آشنا شوند و مهارت کنترل تماس را به دست آورند. باید متوجه باشند که این شغل آنهاست و برای آن برنامه‌ریزی و تلاش کنند؛ در **مدرسه بازاریابی تلفنی** تمامی این موارد در سرفصل‌ها وجود دارد و به آنها آموزش داده می‌شود.

درک مشتری:

مشتری مداری و درک مشتری در تمامی روش‌های بازاریابی مطرح است و یکی از مهمترین عواملی است که می‌تواند سبب ایجاد



مشتریان وفادار شود. یک فروشنده زمانی می‌تواند مشتری را درک کند که به اصطلاح با کفش‌های او راه رفته باشد و خود را در موقعیت او قرار داده باشد؛ با بیان مهمترین نکات روانشناسی این مهارت و همدلی به بازاریابان آموزش داده می‌شود.

آموزش نکات روانشناختی:

بدون قطع موفقیت در روابط و توانایی گسترش ارتباط‌های موفق مستلزم به کارگیری نکات روانشناختی است. قرار نیست که در دوره **اصول بازاریابی تلفنی** افراد روانشناس شوند زیرا روانشناسی علم بسیار گسترده‌ای است؛ اما در این دوره افراد با مهمترین نکات روانشناختی و مهارت‌های زندگی آشنا می‌شوند و می‌توانند روابط خود را بهبود بخشند و آنها را گسترش دهند. یادگیری تنها همین مهارت تضمین کننده موفقیت بازاریابان در عرصه کار و زندگی است. آنها با یادگیری همین نکته می‌توانند علاوه بر موفقیت در بازاریابی مهارت‌های دیگری در مدیریت نیز به دست آورند.

نحوه پاسخگویی به عبارات رایج:

مدرسان **مدرسه بازاریابی تلفنی** با بررسی‌های آماری عبارات پرکاربرد که در مکالمات تلفنی توسط مشتریان به کار برده می‌شود را جمع‌آوری کرده‌اند و بهترین پاسخ را برای آن عبارات جمع‌آوری کرده‌اند و آنها را به بازاریابان آموزش می‌دهند. به عنوان مثال مشتری احتمالی



ممکن است از عباراتی مانند بعداً زنگ بزنید، من وقت ندارم، من بودجه ندارم، من علاقه ندارم، من از شخص دیگری خریداری می‌کنم و غیره استفاده کنند؛ با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها از بازخوردهای مشتریان بهترین جواب‌ها به این سوالات داده می‌شود.

نحوه پیدا کردن مشتری:

پیدا کردن مشتری یکی از چالش‌هایی است که روبروی صاحبان کسب و کار قرار دارد. افرادی که در حوزه کارآفرینی فعالیت می‌کنند یا افرادی که صاحب یک کسب و کار نوپا هستند و مهمتر از همه بازاریابان در دوره **اصول بازاریابی تلفنی** که توسط **مدرسه بازاریابی تلفنی** برگزار می‌شود می‌توانند با این چالش به خوبی برخورد کنند؛ زیرا نحوه پیدا کردن مشتری‌های پایدار و هدفمند در این دوره آموزش داده می‌شود. با یادگیری تنها این ترفند می‌توان نرخ فروش را حداقل دو برابر کرد.

روش‌های نوین بازاریابی تلفنی:

بسیاری از افراد گمان می‌کنند که بازاریابی تلفنی به همان شیوه قدیم انجام می‌شود در حالی که گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد تحولاتی در حوزه بازاریابی تلفنی شده است و این حوزه در دهه اخیر پیشرفت کرده است. امروزه اپلیکیشن‌ها و نرم افزارهای زیادی وارد حوزه بازاریابی تلفنی شده است که به



بازاریابان و مدیران فروش کمک می‌کند بتوانند در حداقل زمان ممکن عملکرد بالایی داشته باشند. با استفاده از این اپلیکیشن‌ها می‌توان مشتریان را لیست بندی و تقسیم بندی کرد و نتایج گفتگو را به راحتی ثبت کرد. با این روش حداقل ۱۷ درصد در وقت بازاریابان و مدیران فروش صرفه جویی می‌شود.

نحوه نوشتن اسکرپت:

تقریباً تمامی مشاوران بازاریابی تلفنی به نوشتن اسکرپت تاکید زیادی می‌کنند زیرا نوشتن اسکرپت یا متن بازاریابی تلفنی به گفتگو جهت می‌دهد و باعث موفقیت در گفتگوی تلفنی می‌شود. نوشتن متن بازاریابی اصول و قواعد خاصی دارد. در **مدرسه بازاریابی تلفنی** نحوه نوشتن اصولی متن بازاریابی آموزش داده می‌شود. بازاریابان بعد از آموزش این سرفصل می‌توانند یک اسکرپت جالب و هیجان انگیز بنویسند.



سر فصل مدرسه بازاریابی تلفنی | مدرسه فروش تلفنی

مزیت آموزش نوشتن اسکرپت چیست؟

یادگیری نوشتن متن بازاریابی می‌تواند اتفاق‌های مثبتی را در حین مکالمه دوطرفه تلفنی رقم بزند؛ برخی از این مزیت‌ها عبارتند از:

۱- جلوگیری از انحراف در گفت و گو:

نوشتن متن بازاریابی تلفنی می‌تواند از منحرف شدن بحث در حین مکالمه تلفنی جلوگیری کند؛ برخی از مواقع ممکن است بحث بین مشتری و بازاریاب به حاشیه رانده شود یا فروشنده تلفنی فراموش



کند برخی از نکات مهم و مزیت‌های یک محصول یا خدمت را بیان کند؛ برای حذر کردن از این اتفاقات لازم است تا بازاریاب با توجه به هدف مکالمه، هدف شرکت، نوع محصول و دیدگاه مشتری یک متن بازاریابی تهیه و تنظیم کند.

۲- افزایش اعتماد به نفس بازاریاب:

اگر بازاریاب بخواهد به صورت اتفاقی و بدون داشتن هیچ پیش زمینه‌ای وارد مکالمه تلفنی شود؛ ممکن است توسط مشتری به چالش کشیده شود. نوشتن اسکرپت باعث افزایش اعتماد به نفس بازاریاب می‌شود و از پریشان‌گویی او در حین مکالمه جلوگیری می‌کند.

۳- افزایش عملکرد بازاریاب:

اگر بازاریاب با توجه به تکنیک‌هایی که در مدرسه بازاریابی تلفنی آموخته است؛ اقدام به نوشتن اسکرپت کند می‌تواند؛ افکار خود را به خوبی تنظیم کند و در نتیجه عملکرد بهتری از خود نشان دهد. در این صورت بازاریاب آمادگی کامل برای تماس را پیدا خواهد کرد.



مزیت مدرسه بازاریابی تلفنی | مدرسه فروش تلفنی

در نوشتن اسکرپت چه نکاتی باید رعایت شود؟

یک متن بازاریابی خوب باید دارای ویژگی‌های زیر باشد:

بیان روشن و واضح:

بازاریاب باید بتواند به صورت مستقیم، با بیانی شیوا و واضح مقصود خود را بیان کند. گفت و گو به صورت غیر مستقیم بازاریاب را از هدفش دور می‌سازد. سرعت ادای کلمات نیز علاوه بر بیان بدون پرده در حین مکالمه بسیار مهم است. بسیاری از بازاریابان متن بازاریابی را با عجله برای مشتری بیان می‌کنند؛ با عجله صحبت کردن فرصت فکر کردن را به شنونده نمی‌دهد. یکی از شروط تاثیر



گذاری کلام بازاریاب صحبت کردن با لحن آرام و بدون عجله است.

خلاصه صحبت کردن:

صحبت کردن با طول و تفصیل شنونده را خسته و سردرگم می‌کند. در متن اسکریپت باید به نکات مهم اشاره شود و به صورت خلاصه در خصوص محصول به مشتری توضیح داده شود. قوانین اساسی گفتار در **مدرسه بازاریابی تلفنی** به بازاریابان آموزش داده می‌شود. به کار بردن این قوانین باعث دلنشین‌تر شدن صحبت‌های گوینده می‌شود و شنونده بهتر اقناع خواهد شد.



آموزش اسکریپت مدرسه بازاریابی تلفنی | مدرسه فروش
تلفنی



مدرسه بازاریابی راه‌مدیران

مدرسه بازاریابی تلفنی راه‌مدیران افراد را از یک فروشنده مبتدی به یک فروشنده حرفه‌ای تبدیل خواهد کرد. این مدرسه چندین سال است که در حوزه آموزش بازاریابی تلفنی و مدیریت فروش فعالیت می‌کند و سهم بالایی در افزایش فروش بسیاری از شرکت‌های تجاری بزرگ ایفا کرده است. با شرکت در دوره‌های این مدرسه بازاریابی افراد مهارت‌های زیادی در حوزه تجارت، بازاریاب‌شناسی، روانشناسی و مدیریت کسب خواهند کرد.

دوره‌های این مدرسه بسیار متنوع است؛ به عنوان مثال می‌توان با شرکت در دوره مدیریت فروش و بازاریابی تلفنی مهارت‌های زیادی فرا گرفت. مهارت‌هایی که در این محتوا به آنها پرداخته شد تنها بخشی از مهارت‌هایی است که افراد با شرکت در این دوره‌ها به دست خواهند آورد. بارها برای هر کدام از ما پیش آمده است که از هوش، قدرت و نفوذ کلام و توانایی بالای مذاکره در یک بازاریاب شگفت زده شده‌ایم؛ این مهارت‌ها صرفاً به عوامل ژنتیکی وابسته نیست و می‌توان از طریق مدارس بزرگ بازاریابی آنها را به دست آورد و صاحب یک نفوذ و قدرت کلام بالا شد.

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.

نظر شما ارزشمند است

اگر این مطلب برای شما مفید بود، لطفا نظرات خود را در کامنت‌ها برای ما بنویسید.