۱۷ تکنیک کاربردی در فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک

آموزش فروش و بازاریابی تلفنی املاک

مشاوران املاک یکی از مهمترین صنف‌هایی هستند که در هنگام خرید و فروش ملک، رهن و اجاره و مستغلات با مردم در ارتباط هستند. اکثر فعالان این صنف مستقیم با مردم در ارتباط هستند و شاید هیچگاه از روش‌هایی مانند **بازاریابی تلفنی املاک** برای جذب مشتری استفاده نکنند. نحوه برقراری ارتباط با مشتریان از طریق

-**بازاریابی تلفنی املاک** کمی سخت است اما با به کارگیری استراتژی هایی که در ادامه مطلب

.بیان می‌شود؛ می‌توان باعث موفقیت این صنف در جذب و ارتباط با مشتری شد.

فعالان این صنف اکثرا از طریق تماس گرم با مشتریان ارتباط برقرار می‌کنند و ارتباط از طریق تماس سرد بسیار کم دیده می‌شود؛ با داشتن استراتژی هایی که در مدرسه بازاریابی تلفنی آموزش داده می‌شود حتی

این صنف نیز می‌تواند از طریق برقراری تماس سرد آمار معاملات خود را بالا ببرد

فوق ستاره فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی

ویژگی های بازاریاب موفق در بازاریابی تلفنی املاک

افزایش اعتماد به نفس:

داشتن اعتماد به نفس مهمترین عاملی است که می تواند به جذب مشتری در **بازاریابی تلفنی املاک** کمک کند. اعتماد به نفس باعث افزایش قدرت و نفوذ کلام می‌شود و همین امر باعث می‌شود تا مشتری به حرف‌های بازاریاب به دقت گوش کند و برای خرید و معامله مجاب شود. برای افزایش اعتماد به نفس، باید روی نقاط قوت خود کار کنید و خود را یک فرد توانمند ببینید. تکنیک‌هایی -برای افزایش اعتماد به نفس وجود دارد که با به کارگیری این تکنیک ها می‌توان در کمترین زمان ممکن مشکل کمبود اعتماد به نفس را حل کرد.

صبور بودن:

یک فروشنده باید بداند که دو عامل گذر زمان و سازگاری می‌تواند باعث موفقیت در **بازاریابی تلفنی املاک** شود. بازاریاب تلفنی باید صبور بودن و بردباری را تمرین کند. ممکن است بارها با کلمه نه از سوی مشتریان بالقوه طرد شوید؛ ممکن است بارها تلفن روی شما قطع شود و ممکن است با وجود پیگیری های منظم به نتیجه‌ای نرسید اما تمامی این ها دلیل قانع کننده‌ای برای استپ کردن نیست. موفقیت در **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** مستلزم صبر و

بردباری است.

دوره آموزشی رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک و مشاوران املاک

منظم بودن:

یک بازاریاب موفق منظم است و کارها را با نظم پیش می‌برد. بدین معنی که برای تک تک تماس های خود برنامه ریزی دارد و در ساعات مشخصی اقدام به تماس گرفتن می‌کند. همچنین می‌داند که در چه ساعتی از روز باید با چه شخصی صحبت کند و لیستی از مشتریان هدف خود دارد. داشتن برنامه ریزی یکی از مهمترین کلیدهای موفقیت در همه زمینه‌ها است.

آماده بودن برای اعتراض:

یک بازاریاب تلفنی موفق خود را برای اعتراض مشتریان بالقوه آماده کرده است. ممکن است برخی از مشتریان با تند خویی با بازاریاب برخورد کنند؛ بازاریاب در این گونه مواقع باید با نهایت خونسردی و ادب رفتار کند. رعایت ادب حتی در برابر بی ادبی یکی از مهمترین اصول اخلاقی است که یک بازاریاب باید رعایت کند. برای جوابدهی -به اعتراض‌ها و انتقادها باید با خونسردی و منطق جلو بروید. جواب های منطقی همیشه بهترین استراتژی برای پیروز شدن در مقابل منتقد است.

دوره آموزشی رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک و مشاوران املاک

مهمترین استراتژی‌ها در فروش و بازاریابی تلفنی املاک

به کار بردن استراتژی‌های زیر می‌تواند باعث رشد افراد در حوزه **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** شود:

۱- تاسیس محل کار به صورت حرفه ای:

تاسیس یک محل کار حرفه‌ای مانند یک دفتر کار، می‌تواند سهم بسزایی در موفقیت افراد داشته باشد. مشتری وقتی بداند با

شخصی صحبت می کند که محل کار مشخصی دارد و در صورت نیاز می‌تواند به محل کار بازاریاب مراجعه کند؛ بهتر و بیشتر می‌تواند اعتماد کند. حوزه املاک مانند حوزه‌های دیگر نیست که بتوان صرفاً از طریق برقراری تماس سرد در خانه به موفقیت رسید. اگر راه اندازی محل کار از شما وقت و هزینه زیادی می‌گیرد؛ بهتر است با یک مشاور املاک حرفه ای قرارداد ببندید و با او به صورت مشارکتی فعالیت کنید. داشتن یک محل کار مشخص به برنامه کاری شما نظم می‌دهد.

مکانی که برای کار خود در نظر می‌گیرید بهتر است یک مکان آرام باشد. البته این نکته را در نظر داشته باشید که شروع کار با برند خودتان بهتر می‌تواند به موفقیت شما کمک کند. اگر در هر صورت -نمی‌توانید محل کار مناسب تاسیس کنید؛ بهتر است از استراتژی های دیگری در این حوزه استفاده کنید.

۲- ارزیابی عینی تماس ها:

بهتر است مکالمات خود را در طول روز از طریق نرم افزارها و ابزارهای مختلف ضبط کنید و در پایان روز به صورت عینی تماس‌ها را ارزیابی کنید. ارزیابی عینی تماس‌ها باعث می‌شود تا با نقاط قوت و نقاط ضعف خود بیشتر آشنا شوید. بعد از ارزیابی تماس‌ها، نتایج تحلیل خود را در یک فایل یا دفتر به صورت جداگانه یادداشت کنید و تماس‌های ضبط شده را حذف کنید.

نگهداری فایل از تماس‌های ضبط شده فقط باعث شلوغ تر شدن حافظه داخلی موبایل و سیستم شما می‌شود و همواره این حس را به شما انتقال می‌دهد که حجم انبوهی کار نکرده دارید. از تلنبار شدن تماس‌های ضبط شده خودداری کنید و در پایان هر روز یک بازه زمانی مشخص را برای ارزیابی عینی تماس‌ها در نظر بگیرید.

۳- مرور شکست‌ها و موفقیت ها:

لیستی از شکست‌ها و موفقیت‌های خود در معاملات ملکی تهیه کنید. در پایان هر ماه یا هر هفته با توجه به تعداد معاملات، شکست‌ها و موفقیت‌های خود را تحلیل کنید و لیستی از عوامل موفقیت و شکست خود داشته باشید. با این کار تجربیات شما به صورت منظم در ذهنتان طبقه‌بندی می‌شود و عملکرد شما در تماس های گرم و سرد به مرور زمان افزایش پیدا می‌کند.

۴- برقراری رابطه صمیمی در عین احترام:

نحوه برخورد با مشتری تاثیر بسیار زیادی در جذب یا دفع مشتری دارد. نحوه برخورد شما باید به گونه‌ای باشد که مشتری احساس ارزشمند بودن و محترم بودن کند. برخورد صمیمانه در عین حفظ احترام بهترین برخورد است. همواره به این نکته توجه داشته باشید که کلمات در رابطه بین مشتری و فروشنده نقش بسیار مهم و حیاتی ایفا می‌کنند؛ از بیان کلمات عامیانه و سطحی خودداری کنید

و در عین رسمی بودن روان صحبت کنید. بین روان صحبت کردن و عامیانه صحبت کردن تفاوت وجود دارد؛ به این تفاوت در روابط خود توجه کنید.

دوره آموزشی رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک و مشاوران املاک

۵- شناسایی عبارات کلیدی مشتری:

شناختن عبارات کلیدی مشتری می‌تواند تاثیر زیادی در افزایش مشتری و موفقیت‌های مالی بازاریاب داشته باشد. وقتی با عبارات کلیدی مشتری در حوزه املاک آشنا شوید؛ بهتر می‌توانید نیازهای مشتریان را شناسایی کنید و روی آنها مانور دهید. برای شناسایی عبارات کلیدی مشتری می‌توانید از تجربه فعالان صنف املاک، سرچ در گوگل و تجربیات خود استفاده کنید. منظور از عبارات کلیدی مشتری، عباراتی است که مشتریان بیشتر از آنها استفاده می‌کنند و به نوعی دغدغه آنها است.

۶- پیگیری به موقع:

پیگیری به موقع یکی از مهمترین استراتژی ها در افزایش فروش است که متاسفانه توسط بسیاری از بازاریابان مورد غفلت واقع شده است. با پیگیری به موقع بسیاری از مشتریان بالقوه به مشتریان دائم تبدیل می‌شوند و بسیاری از معامله‌ها به سرانجام می‌رسند. پیگیری می‌تواند مقاومت مشتری را بشکند و در مجاب کردن مشتری نقش بسزایی دارد. پیگیری کردن مانند برقراری تماس قواعد و اصول خاصی دارد. به عنوان مثال پیگیری نباید همراه با اصرار زیاد باشد به گونه‌ای که بازاریاب در لیست رد تماس مشتری قرار بگیرد یا نباید انقدر کمرنگ باشد که مشتری بازاریاب را فراموش کند. پیگیری کردن بین سه تا پنج بار برای هر تماس می‌تواند مفید باشد.

۷- مکالمه در یک بازه زمانی قابل قبول:

بازاریاب باید بداند که در فروش و بازاریابی تلفنی املاک برای هر تماس وقت مشخص و محدودی در نظر بگیرد. بازاریاب باید در همان ثانیه‌های اول مشتری را تحت تاثیر نفوذ کلام خود قرار دهد و در همان دقایق اولیه به یک نتیجه کلی برسد. در غیر این صورت ادامه دادن صحبت و طولانی کردن مکالمه چیزی جز تلف کردن وقت نیست.

بازاریاب فقط در یک صورت می‌تواند صحبت خود را طولانی کند و از بازه زمانی که برای خود تعیین کرده است؛ عبور کند؛ آن هم زمانی است که مشتری تقریباً برای معامله مجاب شده است و سوال‌ها و نقدهایی در ذهن خود دارد که برای رسیدن به جواب آن ها در حال مذاکره و صحبت کردن با بازاریاب است.

۸- استفاده از سیستم های نوین بازاریابی:

در نظر بسیاری از افراد بازاریابی تلفنی یک روش قدیمی است؛ در حالیکه با وجود قدیمی بودن روش‌های جدید و ابزارهای جدیدی به این روش اضافه شده است. سیستم‌های نرم افزاری زیادی برای کمک به بازاریابی تلفنی ابداع شده است؛ این سیستم‌ها به کارهای بازاریاب نظم می‌دهد و از شلوغی بیش از حد جلوگیری می‌کند.

شغل بازاریابی تلفنی می‌تواند یک کار شلوغ و وقت گیر باشد؛ در صورتی که اگر بازاریاب با سیستم‌های نرم افزاری و ابزارها آشنایی

داشتـه باشـد می‌توانـد از شلـوغی و خسـتگی جلـوگیری کنـد. ایـن سیستم ها به صورت قابل توجهی باعث افزایش عملکرد بازاریابان می شود. همچنین این روش از پرت وقت بازاریاب جلوگیری می‌کند و به روند تحلیل تماس-های آنها کمک زیادی می‌کند.

۹- استفاده از تکنیک های روانشناختی:

بهتـر اسـت کـه بازاریـاب تلفنـی بـا تکنیک‌هـای روانشنـاختی آشنـایی داشته باشد. به هر حال باید بپذیریم که برقراری ارتباط از طریق تلفن نسبت به برقراری ارتباط از طریق روش‌های دیگر مانند حضوری کار -سخت‌تری است؛ در نتیجه لازم است بازاریاب در این روش مهارت های بیشتری کسب کند و انرژی بیشتری بگذارد.
آشنایی با تکنیک‌های روانشناختی مختلف مانند آشنایی با تیپ‌های مشتریان، آش‌نایی با تکنیک‌های متقاعد سازی و نحوه هدف قرار دادن ناخودآگاه مشترک می‌توانـد بخشی از تکنیک‌هـایی باشـد کـه آشنـایی بـا آنهـا می‌توانـد عملکـرد بازاریـاب را بـه طـور چشـم گیـری افزایش دهد. بازاریاب از طریق آشنایی با تکنیک‌های روانشناختی باید روی شخصیت خود نیز کار کند و به یک فرد منعطف تبدیل شود. افراد منعطف خونسرد هستند و در اثر کوچکترین تغییرات دچار اضطراب و پریشانی نمی‌شوند.
-نحوه مدیریت استرس و خشم و مدیریت فروش از مهمترین تکنیک هـایی اسـت کـه می‌توانـد بـاعث بهبـود سـبک زنـدگی بازاریـاب و

موفقیت کاری او شود. بازاریاب ممکن است با استرس و فشارهای روانی مواجه شود و یا در اثر برخورد بد مشتریان دچار خشم شود به همین خاطر لازم است تا این تکنیک ها را آموزش ببیند.

۱۰- ساختن ذهن ثروتمند:

یکی از رموز موفقیت در حوزه کسب و کار داشتن ذهنی ثروتمند -است. افراد تا ذهنی ثروتمند نداشته باشند نمی‌توانند به موفقیت های بزرگ مالی برسند زیرا مدام به جای تفکر مثبت، فکرهای منفی می‌کنند و در اثر تلقین و فکرهای منفی معامله‌های آنها با شکست مواجه می‌شود. این نکته را در نظر داشته باشید که داشتن حال خوب لازمه موفقیت است در صورتی که اکثر ما گمان می‌کنیم؛ رسیدن به موفقیت است که حال ما را خوب می‌کند.
زمانی فرد می‌تواند از طریق **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** معاملات بزرگ انجام دهد که شخصیتی استوار، منعطف، صبور و همدل داشته باشد. برای رسیدن به این خصوصیات لازم است افراد روی ناخودآگاه و ذهن و روان خود نیز کار کنند. جایگزین کردن انرژی‌های مثبت به جای انرژی‌های منفی، مدیتیشن، مانترا درمانی، شکرگزاری و... روش‌هایی هستند که ذهن شما را به یک ذهن ثروتمند تبدیل می‌کنند و شما را در مسیر جذب پول از طریق کائنات قرار می‌دهند.

دوره آموزشی رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک و مشاوران املاک

۱۱- افزایش مهارت گوش دادن:

بازاریـاب **فـروش و بازاریـابی تلفنـی املاک** بایـد بدانـد کـه افزایـش مهارت در شنیدن و گوش دادن مخاطب می‌تواند عملکرد او را بالا ببرد. اگر بازاریاب **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** در شنیدن حرف‌های مشتری بالقوه تمرکز داشته باشد؛ به خوبی می‌تواند متوجه نیازهای مشتـری شـود و بـا مـانور دادن روی نیازهـا مـوفقیت در معـاملات را

افزایش دهد. از طرفی اگر مشتری احساس کند که بازاریاب به حرف او به خوبی گوش می‌دهد؛ احساس اطمینان و اعتماد بیشتری نسبت به بازاریاب پیدا می‌کند.
کسب اعتماد مشتری مهم‌ترین عامل در موفقیت یک معامله است -که از طریق خوب گوش دادن قسمت مهمی از اعتماد کسب می شود. یکی از نشانه‌های خوب گوش دادن این است که بازاریاب هیچگاه در میان حرف مشتری؛ صحبت نکند و اجازه دهد که مشتری حرف‌ه‌ای خود را به طور کامل بیان کند. یکی دیگر از نشانه‌های خوب گوش دادن این است که نقدها و سوال‌های مشتری را یک به یک یادداشت کند و پس از اتمام حرف مشتری به سوالات به خوبی جواب دهد. بازاریاب باید از میان صحبت‌های مشتری نیاز او را درک کند و راهکاری برای حل نیاز او ارائه دهد.

۱۲- تهیه اسکریپت:

خیلی از بازاریابان نسبت به تهیه اسکریپت سهل انگاری می‌کنند و مکالماتی که قرار است در طی تماس با مشتری برقرار شود را در ذهن خود مرور می‌کنند و گاهی یک سری از کلمات کلیدی را می‌نویسند تا در طی تماس بیان آن ها را فراموش نکنند؛
این کار می‌تواند به ضرر بازاریاب تمام شود؛ زیرا ممکن است در طی تماس تلفنی دچار استرس شود؛ سر خط مکالمه را فراموش کند و دچار پریشان گویی شود؛ یک نکته یا مزیت را چندین بار تکرار کند و

بیان یک مزیت مهم که می‌تواند منتج به معامله شود؛ را فراموش کند. برای جلوگیری از چنین اتفاقاتی لازم است تا بازاریاب **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** یک اسکریپت یا متن بازاریابی تهیه کند.

یکی دیگر از اشتباه‌هایی که بازاریاب **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** زیاد تکرار می کنند تهیه یک اسکریپت برای تمامی مکالمه‌ها است. بازاریابان بهتر است مشتریان خود را به صورت هدفمند انتخاب کنند و با توجه به نوع معامله، مشتری هدف و هدف معامله اسکریپت جداگانه‌ای تنظیم کنند.

همچنین بازاریابان باید یک اسکریپت معرفی از خود داشته باشند. در اسکریپت معرفی بازاریاب **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** به صورت کامل خود را معرفی می‌کند؛ هدف از تماس را بیان می‌کند و نام شرکت یا بنگاه معاملات ملکی را نیز عنوان می‌کند.

۱۳- ایجاد انگیزه در مشتری:

ایجاد انگیزه در مشتری یکی از تکنیک‌های مهم فروش است که بازاریاب **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** می‌تواند با استفاده از این -تکنیک مشتریان زیادی را برای معاملات ملکی جذب کند. از طریق راه های مختلف می‌توان در **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** در مشتریان انگیزه ایجاد کرد؛ به عنوان مثال مشارکت در ساخت یکی از کارهایی است که بنگاه‌های تخصصی و بزرگ املاک انجام می‌دهند؛ بسیاری از

بازاریابان برای این بنگاه‌ها مشتری جذب می‌کنند یا شرکت‌های بزرگ ساختمانی را به افراد برای مشارکت در ساخت معرفی می‌کنند.
مشتری زمانی می‌تواند برای شرکت در این معامله ترغیب شود که بداند قرار است از طریق سرمایه‌گذاری در این راه به سود کلانی برسد. به عنوان مثال بازاریاب تلفنی می‌تواند از نرخ تورم در ایران صحبت کند و با تمرکز روی این موضوع به مشتری بقبولاند که اگر پول وارد یک مسیر صحیح سرمایه گذاری نشود و در حال راکد باقی بماند؛ به زودی ارزش آن از دست می‌رود و با توجه به نرخ بالای تورم در ایران فرد ضرر اقتصادی زیادی را متحمل می‌شود. بازاریاب با بیان این جمله در مشتری ایجاد انگیزه می‌کند. در واقع مشتری برای کاهش استرس ناشی از تورم و برای افزایش سرمایه خود انگیزه پیدا می‌کند و وارد این معامله می‌شود.

۱۴- بررسی دلایل خرید:

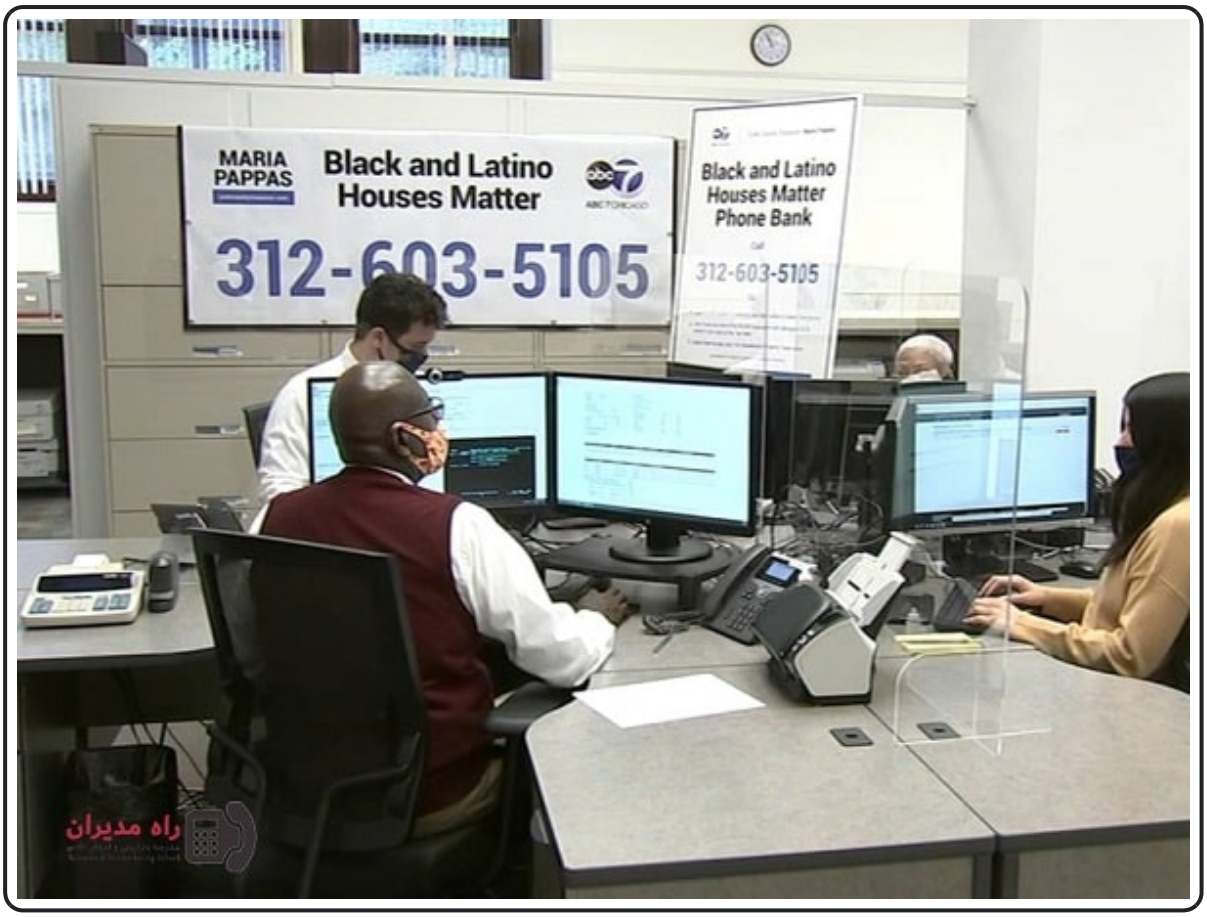
بررسی دلایل خرید می‌تواند کمک زیادی به بازاریاب برای ایجاد انگیزه در مشتری کند. بسیاری از بازاریابان نمی‌دانند که دقیقاً باید از چه راه‌هایی در مشتری برای خرید و معامله انگیزه ایجاد کنند. با بررسی دلایل خرید و معامله می‌توان عوامل انگیزه را شناسایی کرد.
با تحلیل موفقیت‌های فروش که در سرتیترهای قبل ذکر شد؛ نگاه انداختن به لیست بازاریابان همکار، سرچ در گوگل، بررسی پارامترهایی که می‌تواند باعث افزایش آرامش و آسایش از طریق

سرمایه‌گذاری در مسکن شود؛ می‌توان به این دلایل رسید. به عنوان مثال برخی از افراد ممکن است بازاریاب خانه‌های هوشمند باشند؛ این افراد می‌توانند با توضیح اینکه خرید خانه هوشمند می‌تواند باعث صرفه جویی در هزینه‌های انرژی شود؛ امنیت و آسایش اهل خانه را تامین کند؛ استرس ناشی از آتش سوزی و سرقت را کاهش دهد؛ در افراد برای خرید خانه‌های هوشمند انگیزه ایجاد کنند. ارائه پیشنهادها و خدمات به صرفه می‌تواند یک راه معقول و موثر برای ایجاد انگیزه در مشتری باشد. به عنوان مثال برخی از بنگاه‌ها و -مشاوران املاک در زمینه طراحی و معماری داخلی نیز فعالیت می کنند؛ بازاریاب **فروش و بازاریابی تلفنی املاک** در طی تماس با مشتری‌ها می‌تواند پیشنهاد تغییر دکوراسیون و ایجاد یک دکوراسیون شیک و در عین حال مدرن را با صرف هزینه ای نسبتا کم به مشتریان بدهد؛ اگر مشتری بداند که از طریق صرف هزینه‌ای معقول می‌تواند محیط داخلی خانه خود را رویایی کند قطعا این هزینه را تقبل می‌کند.

۱۵- فن بیان و لحن درست:

فن بیان و لحن درست حداقل ۸۶ درصد در مکالمه تلفنی تاثیر گذار است و می‌تواند سهم بسزایی در جذب و جلب توجه مشتری داشته باشد. ادای صحیح کلمه ها، بازی با لحن، به کار بردن لحن صمیمی و مشتاق در جای درست مثلا در اول مکالمه، استفاده از لحن اطمینان

برای اعتماد سازی و استفاده از لحن گرم و همدلی برای درک مشتری در موفقیت تماس تاثیر گذار است.
داشتن صدایی گیرا، جذاب با نفوذ کلام بالا صرفا ژنتیکی نیست و می‌توان از طریق تکنیک‌هایی صدا و لحنی گرم به دست آورد.



دوره آموزشی رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک و مشاوران املاک

۱۶- پیگیری مشتریان قدیمی:

قطعا افراد در طی سال قراردادهای موفقیت آمیزی را انجام داده‌اند؛ بهتر است یک سررسید برای معامله‌های موفقیت آمیز داشته باشند و زمانی را برای پیگیری این معامله‌ها قرار دهند. به عنوان مثال ممکن است فردی در ۷ مهر قرار داد رهن و اجاره ای را سامان داده باشد؛ در تاریخ ۷ شهریور سال آینده بهتر است با دو طرف معامله تماسی گرفته شود و میزان رضایت دو طرف معامله سنجیده شود؛ اگر موجر به دنبال مستاجر جدید است باید پیگیری‌های لازم انجام شود یا اگر مستاجر به دنبال خانه‌ای مناسب‌تر است؛ پیگیری برای او انجام شود. از این طریق می‌توان موفقیت و رضایت معاملات را افزایش داد. باید بدانید که همیشه نباید منتظر بود که مشتری به سراغ ما بیاید؛ گاهی لازم است که ما به سراغ مشتری برویم.

۱۷- درک مشتری:

یک فروشنده باهوش باید بتواند مشتری را به خوبی درک کند و با او همراهی کند. فرض کنید شخصی برای اجاره یک خانه با شما تماس گرفته است؛ قبل از هر چیزی بهتر است وضعیت مشتری را شناسایی کنید. وضعیت مالی و خانوادگی، تعداد فرزندان و سطح درآمد او را بسنجید و متناسب با نیاز او برای او خانه پیدا کنید. درک تمامی نیازهای مشتری عامل مهم موفقیت در معاملات ملکی است.

-مثلا اگر فرزند دانش آموز دارد و سطح درآمد متوسطی دارد؛ می توانید خانه‌ای در نزدیکی مدرسه را به او پشنهاد کنید که نیازی به پرداخت هزینه سرویس نداشته باشد یا خانه‌ای که برای این مشتری در نظر می‌گیرید تعداد اتاق‌هایش باید نسبت به متراژ خانه در اولویت باشد؛ مثلا خانه ۷۰ متری با دو اتاق نسبت به خانه ۱۰۰ متری با یک اتاق در اولویت است. تمامی این نکات و مشاوره ها را با مشتری در میان بگذارید تا مشتری احساس کند که به خوبی نیاز او سنجیده شده است و مشاور املاک همدرد و طرف او است.

دوره آموزشی رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی املاک و مشاوران املاک

نتیجه گیری

مدرسه آموزش فروش تلفنی راه مدیران با برگزاری دوره‌های موثر **آموزش فروش و بازاریابی تلفنی املاک** در جهت موفقیت بازاریابان گام های موثری برداشته است. آموزش فروش و بازاریابی تلفنی از این جهت حائز اهمیت است که بازاریاب بعد از گذراندن این دوره‌ها تکنیک‌هایی را فرا می‌گیرد که باعث افزایش عملکرد آن در فروش می‌شود. تکنیک های فروش تلفنی، تکنیک‌های متقاعد سازی، آموزش مدیریت فروش تلفنی، آموزش فن بیان و گفتار، آموزش لحن تنها تعدادی از تکنیک هایی است که در این مدرسه به صورت پیشرفته تدریس می‌شود.

همچنین می توانید از طریق سایت راه مدیران و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق خدمات مشاوره با پر کردن فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

نظر شما ارشمند است

اگر این مطلب برای شما مفید بوده خوشحال میشیم نظر خود را در

بخش کامنت ها ارسال کنید و دوستان خود را به خواندن این مقاله دعوت کنید.