با ۱۴ تکنیک، فروش تلفنی مغازه خود را افزایش دهید

فروش تلفنی مغازه چطور فروش کسب و کار ما را زیاد می کند؟

فروش تلفنی مغازه افزایش مشتری در فروشگاه های زنجیره ای از طریق فروش تلفنی نیازمند آگاهی از علم فروش است؛ علمی که همانند دیگر عرصه ها با تجربه و تمرین کافی تکمیل می شود. قانون طلایی فروش به ما می آموزد که چگونه در یک معامله رفتار کنیم تا خرید برای مشتری آسان شود.

به همین دلیل هر یک ما به عنوان یک فروشنده در فروش تلفنی مغازه باید در خاطر داشته باشیم که در صورت کسب دانش کافی در این زمینه می توانیم به توسعه روند فروش خود و شکستن رکورد

های قبلی دست بیابیم. یک فروشنده خوب همانند یک سوپراستار ورزشی همواره باید به فکر پیشرفت و کسب یک دستاورد بهتر برای آینده خود باشد.

علم فروش در فروش تلفنی مغازه

رویکرد اصلی ما در این مقاله تمرکز بر مشتریان جدید و قدیمی می باشد. افرادی که از ما خرید کرده اند و ما می خواهیم که همین فروش و ارتباط باقی بماند و حتی بهتر هم شود. به همین دلیل در این بخش و به منظور آگاهی شما از نحوه فروش تلفنی فروشگاه های زنجیره ای و هایپرمارکت ها بر مبنای تماس های تلفنی علم محور، سعی کردیم که به ۱۴ نکته تأثیرگذار در مورد فروش تلفنی مغازه با پشتوانه علمی اشاره کنیم و در هر بخش نیز توضیحات و مثال هایی را برای درک بهتر مفاهیم ارائه دهیم. با کلیک رو عکس زیر فوق ستاره فروش شوید.

فوق ستاره فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی

۱ . تماس های فروش خود را با جملات ویژه و انگیزشی شروع کنید

در فروش تلفنی مغازه برای ارتباط با مشتریان، سبک مختص به خود را داشته باشید و خود را حرفه ای و با نشاط نشان دهید. در شروع تماس سعی کنید کلمات" سلام و روز بخیر" را به همراه یک جمله ی انگیزشی و متفاوت بیان کنید. به عنوان مثال در آغاز تماس با مخاطب می توانید اینگونه گفت و گو را شروع کنید: "سلام آقا/خانم؛ امیدوارم زندگی تان به زیبایی و رنگارنگی این عصری پاییزی و کسب و کارتان همواره پررونق و بادوام باشد".

۲ . پرهیز از بدگویی در مورد رقبای خود در امر فروش.

در طی تماس های خود در فروش تلفنی مغازه، هیچگاه از رقبای خود بد نگویید؛ زیرا طبق یک حالت روانشناختی به اسم "انتقال خود به خودی" ، اگر شما از رقیب خود در امر فروش بد بگویید او نیز برای جبران همان ادبیات بد را در مورد شما بکار می برد. این کار عملا باعث می شود که وجهه ی شما در کارتان مثلا درعرصه ی فروش تلفنی فروشگاه، نزد مشتریانی که از فروشگاه شما خرید می کنند به خطر بیفتد.

۳ . از برچسب هایی مناسب برای تعریف از مشتریان استفاده کنید.

یکی از نکات قابل توجه در فروش تلفنی مغازه ، اختصاص دادن برچسب ها و خصوصیات مثبت و خوب مانند : هوش بالا و سلیقه ی عالی و ... به مخاطبان و مشتریان است. این کار باعث می شود که این افراد به این صفات باور پیدا کرده و آنها را در خود حفظ کنند و انگیزه ی بیشتری برای ادامه همکاری با شما داشته باشند. به عنوان مثال، در یک تحقیق انجام شده در باب فروش تلفنی فروشگاه زنجیره ای، آن دسته از مخاطبانی که برچسب خوش

سلیقتگی به آن ها زده شده بود، بیشترین خرید مشاهده شد. برای شناخت هر چه بیشتر تیپ شخصیتی مشتریان توصیه می کنیم که حتماً ویدیو آموزشی رفتارشناسی مشتری با متد دیسک در بازاریابی و فروش تلفنی را از دست ندهید.

۴ . برای خود دستورکار تنظیم کنید و بدان مسلط باشید

در فروش تلفنی مغازه تماس هایتان را از روی یک لیست از قبل آماده شده انتخاب کنید. در این لیست، مخاطبان و مشتریان خود را ذکرنموده و دستور کارهای مشخصی را برای هر کدام از آنها در نظر بگیرید. این روش باعث پیگیری بهتر تماس ها می شود و به مشتری حس مهم بودن را منتقل می کنید؛ چرا که به او القا می کنید خواسته ها و نیازهایشان برایتان مهم بوده و تحت پوشش فروشگاه شما می باشند.

۵ . پر شور باشید

در فروش تلفنی مغازه، فروشنده باید اشتیاق و هیجان لازم برای ارتباط موثر با مخاطب و فراهم نمودن شرایط فروش خوب را داشته باشد. از این رو به جای حبس نمودن خود در یک اتاقک یا اتاق کنفرانس، سعی کنید در یک فضای باز و در کنار سایر همکاران تان به تماس فروش تلفنی بپردازید. به گفته دانیل موریل، حین گفت وگو محکم و با صلابت باشید و این ریتم را تا پایان گفت وگو

به خوبی حفظ کنید.

۶ . کلمات و عبارات تاکیدی را با دقت انتخاب کنید

برجسته سازی کلمات یا عبارات خاص در فروش تلفنی مغازه، یک ابزار ارتباطی موثر خواهد بود که به شما کمک می کند پیام فروش خود را بهتر منتقل کنید. دقت کافی در انتخاب این کلمات مخصوصا در پیام های صوتی، همچون یک سلاح، شما را در پیشبرد اهداف فروش تان یاری خواهد داد. سعی کنید با پر رنگ نمودن کلمات یا تاکید بر عبارات خاص، شور و هیجان لازم در گفت وگو را برای اقناع مخاطب تان فراهم کنید.

۷ . گزینه های فروش را از حالت پیچیده خارج کنید

در فروش تلفنی مغازه، بیان گزینه های فروش بسیار زیاد باعث گیج شدن مخاطب و مشتری شما می شود و قدرت انتخاب، مقایسه و اتخاذ یک تصمیم قطعی از سوی آنها را با مشکل روبه رو می کند. از این رو سعی کنید با ساده سازی و جمع بندی مناسب در گزینه های پیش رو، آنها را در دستیابی به یک انتخاب درست یاری کنید.

۸ . برای محصول خود یک چارچوب مشخص و هوشمندانه

اتخاذ کنید

در فروش تلفنی مغازه، محدوده و چارچوبی که شما برای محصول یا کالای خود در نظر می گیرید می تواند عامل اصلی در بستن فروش در بازاریابی تلفنی یا حتی از دست داده مشتری باشد. این محدوده و چارچوب می تواند در مورد قیمت کالا یا درمورد مزایای پس از فروش آن باشد . از نظر پیشگامان اقتصاد، چارچوب گذاری برای فروش یک محصول در عرصه های مختلف، مانند فروش تلفنی هایپر مارکت، می تواند تاثیر بسزایی برای جذب مشتریان و بسته شدن معاملات باشد. به عنوان مثال برای فروش محصولات در فروشگاه های زنجیره ای بزرگ، دامنه ی تخفیف مناسب می تواند به فروش موثر و ادامه دار در آنها کمک کند.

۹ . احساس را وارد مقوله فروش خود کنید

بنا بر یافته ی علم اقتصاد رفتاری، افراد به ندرت تصمیمات خود را با دلایل کاملا منطقی انجام می دهند. از این رو در فروش تلفنی مغازه هم همین رفتار کاملا مشهود است؛ چرا که در اکثر قریب به اتفاق موارد، مشتریان به دلیل عوامل عاطفی و گاها غیرمنطقی به خرید محصولات مورد نظر خود می پردازند. مواردی چون حس نوستالژی، وفاداری به یک مارک تجاری، وابستگی های احساسی به یک محصول ویژه و ... می تواند مخاطبان و مشتریان شما را بیشتر از مزایای فنی محصولات، به خود جلب کند.

۱۰ . ارزشمندی محصول را به روشنی بیان کنید.

در فروش تلفنی مغازه با بیان مزایای عینی (مبتنی بر واقعیت) و مزایای ذهنی (مبتنی بر احساس) محصول، شرایط را برای برقراری ارتباط بیشتر مشتری با واحد صنفی خود فراهم کنید. با روش های قصه گویی و چارچوب سازی مذکور در نکته شماره ۸ ، سعی کنید به ارزش واقعی محصول خود و متمایز بودن آن از سایر محصولات مشابه در بازار اشاره کنید. در ادامه اگر روش فروش عاطفی کارساز نبود، با برداشتن یک ماشین حساب و بازی با ارقام سعی کنید ارزشمندی محصول خود را بسیار برتر از قیمت تعیین شده برای آن نشان دهید.

دوره آموزش رایگان بازاریابی تلفنی معازه و فروش تلفنی مغازه و فروشگاه زنجیره ای

۱۱ . راضی نگه داشتن مشتریان

مشتریان و مخاطبان شما در فروش تلفنی مغازه همانند سایر عرصه های فروش از کشف نکاتی که به آنها حس خوبی منتقل کند و مشکلات آنها را در زمینه یک خرید مناسب برطرف می سازد، احساس لذت می کنند. در طرف مقابل القای حس اجبار به مشتری، درگیری با او، فریب او با تصمیمات نادرست و غیره امکان برقراری یک تعامل درست در عرصه فروش را از بین می برد.

۱۲ . استفاده ی بهینه از زمانبندی ها

در عرصه ی بازاریابی تلفنی زمانبندی بسیار مهم است. سعی کنید با توجه به نوع واحد فروش و دامنه ی مشتریانی که در برمی گیرد زمان هایی را برای برقراری تماس های تلفنی، ارائه ی توضیحات تکمیلی، ارسال لیست محصولات، تماس های پیگیری، برنامه ریزی های جدید برای آینده و غیره اختصاص دهید.

۱۳ . پتانسل های بالا را شناسایی کنید.

در فروش تلفنی مغازه تماس های شما ممکن است با عکس العمل گرم یا سرد مشتریان روبه رو شود. برخوردهای سرد به ندرت به نتایج دلخواه ختم می شود؛ از این رو سعی کنید تماس های شما به برخوردهای گرم و با پتانسیل بالا منتهی شود. برای این کار لازم است با استفاده از ابزارهای موجود مانند پایگاه داده مشتریان، سوابق خرید آنها، شبکه های اجتماعی که در آن فعالیت دارند و غیره در مورد آنها تحقیق کنید . سپس با بررسی نتایج تحقیق و دستیابی به اشتراکات، زمینه را برای یافتن مشتریان گرم و با پتانسیل بالا فراهم کنید تا به یک فروش موثر دست یابید.

۱۴ . مشاهده، ثبت و پیش بینی

عرصه ی فروش نیز مانند سایر عرصه ها، از قاعده ی مشاهده نتایج، ثبت آنها و ارائه ی پیش بینی هایی برای آینده پیروی می کند. در حالات خاصی از پروسه ی فروش سعی کنید مکالمه خود را کوتاه کنید و به خواسته مخاطب هایتان گوش فرا دهید، آنها را ثبت کنید و در صورت وجود موارد مشابه در تجربیات قبلی، آنها را به سمت یک معامله دو سر سود هدایت کنید. اگرهم نتایج مشابهی را از لابه لای سخنان مشتریان دریافت نکردید، نیازهای جدید آنها را به عنوان یک تجربه جدید ثبت کرده و پیش بینی هایی را برای آینده ی چنین معاملاتی لحاظ کنید.

دوره آموزش رایگان بازاریابی تلفنی معازه و فروش تلفنی مغازه و فروشگاه زنجیره ای

نتیجه گیری

هدف از این مقاله، پاسخ به سوال "چگونه محصولات خود را به فروش برسانیم؟" بود. فروشی که از نوع بازاریابی تلفنی بوده و محصولات هدف هم محصولات فروشگاهی از جمله هایپرمارکت ها، سوپرمارکت ها، فروشگاه های زنجیره ای و حتی مغازه های کوچک می باشند. همانطور که توضیح دادیم؛ امروزه فروش یک علم است؛

علمی که باید به درستی آموخته و به کار گرفته شود به همین دلیل، لازم دانستیم تا به چند مورد از نکات علم محور و کاربردی فروش تلفنی مغازه اشاره کنیم. نکاتی که نتیجه سالها تجربه مدرسه بازاریـابی راه مـدیران بـوده و مـی توانـد شمـا را از یـک فروشنـده ی مبتدی به یک فروشنده حرفه ای در زمینه فروش تلفنی محصولات فروشگاهی تبدیل نماید.

همچنین می توانید از طریق سایت راه مدیران و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق خدمات مشاوره با پر کـردن فـرم مشـاوره در انتهـای صـفحه منتظـر تمـاس کارشناسـان مـا 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.