



۹ تکنیک بازاریابی و فروش تلفنی موسسه خیریه

۹ تکنیک بازاریابی و فروش تلفنی موسسه خیریه

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه خیریه فروشندگان معمولاً با برخورد سرد مخاطبان یا به اصطلاح تماس سرد روبه رو می شوند. اما با این وجود بسیاری از مشاغل موفق در زمینه فروش تلفنی برای درآمدزایی به تماس سرد اعتماد می کنند، فروش های مشتاقانه ای دارند که بطور مداوم با آنها در تماس اند..



سال ۲۰۲۰ سال پر تلاطمی در زمینه فروش بود و با افزایش مشاغل خانگی، تیم های فروشی که توانسته بودند خود را با شرایط جدید وفق دهند ، موفقیت چشمگیری را پیدا کردند.



آموزش رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی موسسه خیریه
و سازمان خیریه



موسسه های خیریه چگونه فروش تلفنی موفق را تجربه کنند

موسسه خیریه به موسسه‌ی گفته می‌شود که تنها هدفش مسائل نیکوکارانه می‌باشد. این گونه موسسه‌ها می‌تواند به اشکال مختلف مانند: بنیاد، تضامنی، شرکت‌های به ثبت نرسیده، و حتی در برخی مکان‌ها به صورت شرکت‌های معمولی باشد که تنها برای تحقق بخشیدن به اهداف نیکوکارانه به وجود آمده باشند یا سپس به آن تبدیل گردند.

این موسسه‌ها همگی **موسسه غیرانتفاعی** هستند، در حالی که همه موسسه غیرانتفاعی لزوماً موسسه خیریه ممکن است نباشند. در برخی شرایط موسسه‌هایی که بخشی از آن‌ها نیز به امر نیکوکاری اختصاص داشته باشند نیز جزو موسسه‌های خیریه محسوب می‌گردند. برخی از موسسه‌های خیریه نیز ممکن است به دلیل سیاست‌های مالیاتی توسط شرکت‌ها به ثبت برسند.

روش متداول بازاریابی موسسات خیریه



شیوه های مرسوم و متداول در بازاریابی خیریه در ایران به چند روش ساده و پیش پا افتاده خلاصه می شود. یکی از این شیوه که شاید تجربه هم کرده باشید این است که یک سری بازاریاب که معمولاً خانم هم هستند در میادین شهر (بیشتر نزدیک عابر بانک ها) ایستاده اند و وقتی از آن محل عبور می کنید شما را به حرف می گیرند؛ عکس چند بچه یتیم را نشان می دهند که در موسسه فوق دارای اسناد هویتی هستند. از شما می خواهند که در این پروژه مشارکت کنید و خلاصه مبلغی را به عنوان خیریه پرداخت کنید.

بازاریابی تلفنی موسسات خیریه

یکی دیگر از روش ها، استفاده از بازاریابی تلفنی است که در روش آماتور آن، بصورت تصادفی با شماره های یک منطقه شهری تماس گرفته می شود و آدرس سایت و یا مشخصات خیریه داده می شود و در نهایت طلب کمک می کنند. همانطور که قبلاً هم اشاره کردیم از این روش به عنوان فروش تلفنی تماس سرد یاد می شود.

آیا **تماس های سرد** همچنان در سال ۲۰۲۱ موثر هستند؟ در بازاریابی و فروش تلفنی موسسات خیریه بسیاری از مخاطبان شما دوست دارند نه بگویند و بدون هیچ توجهی تماس را به پایان برسانند. با



توجه به نمونه های تماس سردی که در این رابطه دریافت شده، این مسئله منعکس می شود که مخاطبان، این کار را اتلاف وقت می دانند یا اعتماد کافی به انجام این کار ندارند.

حقیقتاً اگر قرار است در این زمینه تماس های سرد خود را به روش های قدیمی انجام دهید، لازم است بطور کلی از این کار اجتناب کنید؛ چرا که در بیش از ۲۰ سال گذشته خیلی چیزها تغییر کرده است.



آموزش رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی موسسه خیریه
و سازمان خیریه

نکات لازم و ضروری برای مدیریت تماس سرد

در این مطلب ما قصد داریم ۸ مورد از بهترین نکات مربوط به مدیریت تماس سرد را برای بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه که می خواهند فروش بیشتری داشته باشند و قرارداد های



بیشتری را ببندند ارائه می‌دهیم. این نکات با استفاده از روش‌ها بازاریابی تلفنی و استراتژی‌های تماس سرد که در اوایل سال ۲۰۲۱ مورد استفاده قرار گرفته‌اند، طراحی شده‌اند. در زیر به این نکات همراه با توضیحات لازم اشاره شده است:

۱. داشتن یک دستورالعمل فروش مناسب

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه‌های خیریه استفاده از یک دستورالعمل فروش مناسب و متناسب با فروش سرد از اولویت‌های این کار قبل از برقراری تماس با مخاطبان به شمار می‌رود. با استفاده از این دستورالعمل، با مزایای برقراری تماس سرد و چگونگی استفاده از آن برای رشد فروش به عنوان یک فروشنده تلفنی موفق، بطور کامل آشنا خواهید شد. اگر فکر می‌کنید ارتباط با مخاطبان با این دستورالعمل دشوار است یا نمی‌دانید چه باید بگویید و یا اینکه در اجرای آن احساس پیچیدگی دارید، به اختصار و سادگی بیان پناه ببرید.

هیچ اشکالی ندارد، فقط همین امروز با این دستورالعمل شروع کنید



و به مرور زمان آن را ویرایش کنید، زیرا در طول چند روز اول تماس تلفنی با مخاطبان، چیزهای بیشتری درمورد آنها یادگرفته اید و باتجربه شده اید.

۱. طرح یک نقشه و چارچوب موثر قبل تماس

یکی از مهمترین مبانی در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه، تهیه یک نقشه از مکالمه، قبل از برداشتن تلفن است. این طرح فراتر از دستورالعمل مورد استفاده بوده و شما را در مسیر صحیحی برای دستیابی به هدف سطح بالاتر در مدیریت تماس سرد قرار می دهد. این هدف سطح بالا می تواند در رابطه با افزایش صلاحیت شما در هدایت فروش، رزرو قرار ملاقات یا بستن معامله باشد. این چارچوب اصلی، روش موثری برای ساخت مکالمه های تماس سرد شما در هنگام برقراری مکالمه بازاریابی و فروش تلفنی موسسات خیریه خواهد بود.



۱. لحن صدای خوب هنگام مکالمه

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه، مهمتر از کلماتی که بکار می برید لحن صدای شماست. در واقع ، ۹۳٪ از موفقیت بالقوه تماس سرد شما به لحن و طرز بیان صدای تان بر می گردد. از ابتدای گفت وگو شما باید یک مخاطب با شک و تردید را به یک مشتری مطمئن تبدیل کنید. چطوری این کار را انجام می‌دهید؟

سه تکنیک موثر برای این کار وجود دارد تا اعتماد به نفس شما حین گفت وگو افزایش یابد و صدای شما گیرا تر شود. برای دریافت جزئیات بیشتر در مورد این سه تکنیک، در زمینه های میزان صدا ، گام زدن و زبان بدن به مطالعه بپردازید.

۱. غلبه بر مخالف های رایج حین فروش

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه چه بخواهید و چه نخواهید، شما با تماس سرد مخاطبان و عدم شنیدن آنها در شروع گفت وگو روبه رو می شوید. لذا یادگیری نحوه برخورد با مخالفت



هایی که از سوی مخاطبان مطرح می شود در اولویت توجه قرار دارد. سعی کنید یک راهنمای مدیریت اعتراض را از قبل تهیه کنید که اعتراضات رایج هنگام برقراری تماس های سرد را پوشش دهد و در نحوه بکار بردن آن تمرین کافی داشته باشید.

اکثر نمایندگان بازاریابی و فروش تلفنی موسسات خیریه از این اعتراضات ترس دارند زیرا احتمال بستن فروش را در این شرایط پایین می بینند؛ به ویژه هنگام تماس سرد و شروع یک گفتگوی کاملاً جدید با مخاطبی که هنوز به شما اعتماد ندارد.

۱. نحوه پاسخ به "ارسال اطلاعات بیشتر به من"

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه ممکن است مخاطبان با این جمله که "اطلاعات تکمیلی را برایم بفرستید" سعی بر پایان دادن به گفت وگو را داشته باشند. این روش به ظاهر ساده ترین و بی ضررترین روش پایان دادن به یک تماس فروش از سوی مخاطبان است که معمولاً برای خلاص شدن از ادامه گفت وگوی فروش انجام می شود. در تماس های سرد از این قبیل شما به مرور



با این پرسش‌ها که : "آیا می‌توانید اطلاعات بیشتری برای من ارسال کنید؟ من آن را بررسی می‌کنم و به شما پاسخ می‌دهم." و غیره روبه‌رو می‌شوید.

فروشنده‌های کم‌تجربه و غیرحرفه‌ای نیز معمولاً اینگونه پاسخ می‌دهند "البته! من آن را برای شما ارسال خواهم کرد." سپس اطلاعات را از طریق یک پیام‌رسان مثل واتس‌آپ یا تلگرام و گاهی ایمیل می‌فرستند و تمام. ممکن است که مخاطب شما هیچوقت آن ایمیل را بررسی نکند یا پیام شما را در تلگرام یا واتس‌آپ چک نکند و به همین راحتی یک فروش تلفنی سرد از دست برود. سعی کنید در جواب این پرسش مخاطب، ضمن تایید درخواست او، بحث فروش را ادامه داده و به اختصار به موضوعات بیان شده در رابطه با اطلاعاتی که قرار است برای او بفرستید بپردازید.

۱. توجه مشتری را به خود جلب کنید

برای نتیجه‌گیری بهتر در زمینه بازاریابی و فروش تلفنی موسسه‌های خیریه کافی است که آنها صحبت‌های شما را بطور کامل بشنوند؛



بنابراین شما باید آنها را وادار کنید که واقعاً گوش دهند، در غیر این صورت مکالمه تماس سرد شما هیچ نتیجه ای به همراه نخواهد داشت.

برخی از افراد دارای جذابیت ذاتی هستند که به طور طبیعی شنوندگان را مسحور خود می کنند. اگر شما جزو این گروه نیستید، باید به تکنیک های جلب توجه تسلط پیدا کنید و آنها را در تماس های روزمره خود تمرین کنید.

۱. بر ترس خود غلبه کنید

فروشندهگان مبتدی در بازاریابی و فروش تلفنی موسسات خیریه معمولاً وقتی شروع به تماس تلفنی می کنند با مشکل روبرو می شوند؛ آنها از تماس گرفتن با مردم متنفر هستند و احساس می کنند برای این کار تمام انرژی شان را می گذارند تا فروش شان را بالا ببرند، در حالی که در این کار هم مهارت چندانی ندارند. معمولاً در رویکرد چنین افرادی ترس وجود دارد و وقتی با مقاومت روبرو می شوند خیلی زود تسلیم می شوند. آنها اعتراضات را به خوبی

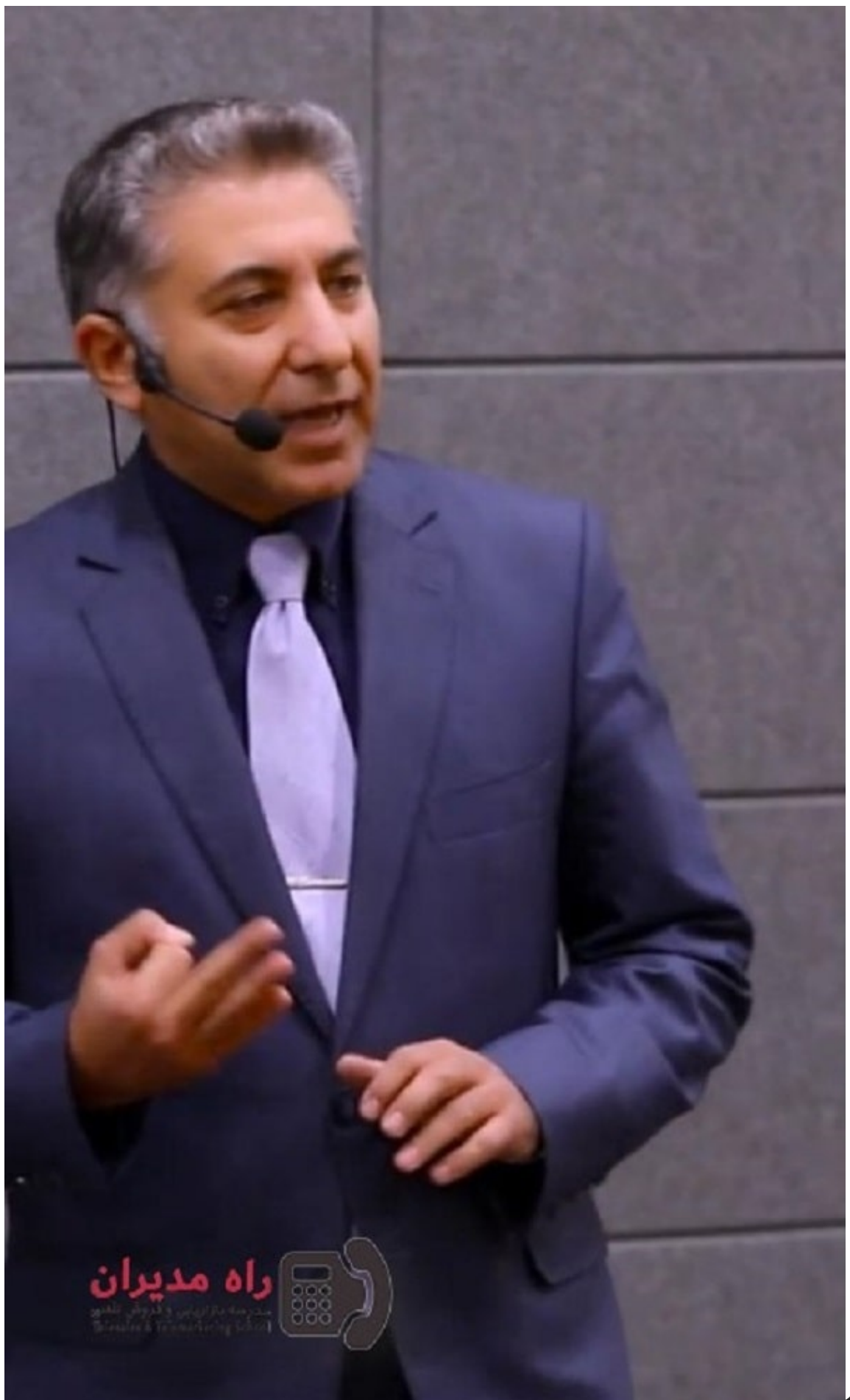


مدیریت نمی‌کنند و نمی‌توانند نتیجه مورد نظر را بگیرند.

از اینرو غلبه بر ترس اساسی‌ترین کاری است که این افراد باید انجام دهند. آنها می‌توانند با مرور و تمرین دستورالعمل‌های قوی فروش، برقرا ری تماس‌های بیشتر و برخورد با مخاطبان مختلف، به تدریج این ترس را در وجود خود ریشه‌کن کنند.







راه مدیران

مدرسۀ بازاریابی و فروش تلفنی
(تکنیک و استراتژیهای موفقیت آمیز)





آموزش رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی موسسه خیریه
و سازمان خیریه

۱. نگذارید حواس تان حین مکالمه پرت شود

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه مواردی چون نشستن های طولانی مدت پشت میز، شماره گیری های متعدد، ساعت ها برقراری تماس سرد، برخوردهای نادرست از سوی برخی مخاطبان و اعتراضات آنها به چشم می خورد. همین مشغله ها باعث می شود مغز شما وسوسه شود تا به سمت چیزای جالب تری تمایل پیدا کنید که همین هم باعث حواس پرتی حین کار می گردد. در این حالت هرگز نگذارید حواس تان پرت شود، چرا که شما را از اصل موضوعاتی که حین تماس قرار است با مخاطبان تان در میان بگذارید دور می کند. شما هم اکنون در یک فروش تماس سرد هستید که به نوبه خود تمرکز بالایی را می طلبد و از دست دادن این تمرکز می تواند کارایی شما را برای ادامه کار کاملاً پایین بیاورد.



۱. در پایان از مشتری درخواست مبلغ خیلی کمی بکنید

در اغلب مواقع بازاریابان مراکز خیریه با پاسخ های منفی مشتریان روبروی می شوند که بیشتر نداشتن اعتماد کافی به اطلاعاتی است که در تماس سرد به فرد مورد نظر انتقال داده می شود. معمولاً مشتریان می گویند ما خودمان به مراکز دیگری کمک می کنیم. در این صورت شما ضمن تقدی و تشکر به خاطر انجام این کار خیر و دعای خیر برای آن شخص، از او بخواهید مبلغ ناچیزی مثلاً ۵۰۰۰ تومان یا ۲۰۰۰ تومان هم به حساب خیریه شما هم واریز کنند و در این امر خیر سهیم باشند. بدیهی است شماره حساب های رُند حس اعتماد بیشتری به مخاطب می دهد.



آموزش رایگان فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی موسسه خیریه
و سازمان خیریه

نتیجه گیری

در بازاریابی و فروش تلفنی موسسه های خیریه با داشتن یک برنامه ریزی منظم و استفاده از دستورالعمل های موثر فروش به همراه نکاتی که در این مطلب در رابطه با مدیریت تماس سرد بیان گردید، می توان به یک فروش خوب و قابل توجه دست یابید. موفقیت در این کار تماماً به عملکرد شما بستگی دارد؛ پس سعی کنید ترس را



کنار بگذارید و با حفظ تمرکز و لحنی مطمئن، تمام آن چیزهایی را که لازم است به مخاطب خود منتقل کنید.

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** 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 ارزشمند است!

اگر این مطلب برای شما مفید بوده خوشحال میشیم نظر خود را در بخش کامنت‌ها ارسال کنید و دوستان خود را به خواندن این مقاله دعوت کنید.