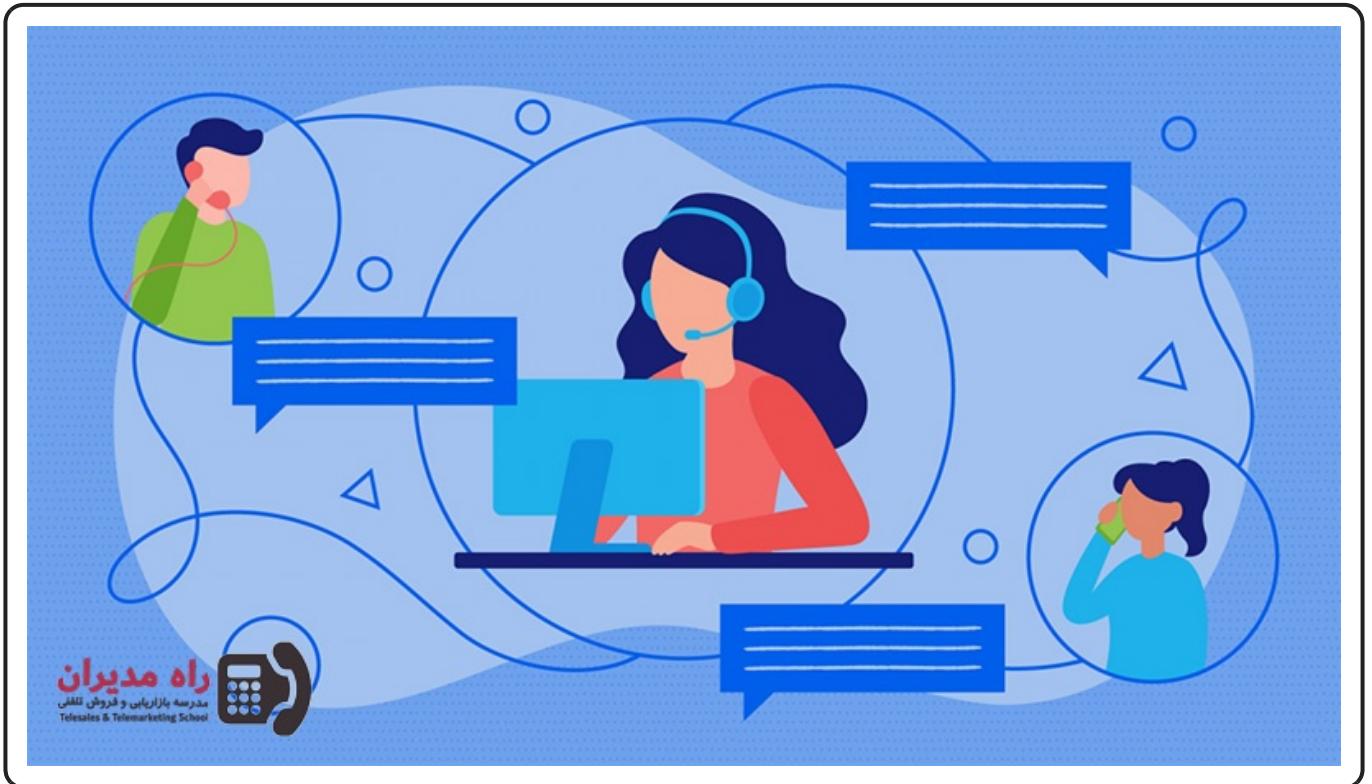




نمونه پیام صوتی تبلیغاتی؛ چه بگوییم که موثرتر باشد؟

تنها صداست که می‌ماند... حتماً شما هم این عبارت بسیار معروف از آلن دلون را شنیده‌اید. یکی از روش‌های تبلیغاتی موثر که در ذهن مخاطبان هم می‌ماند، ارسال پیام صوتی است. البته نمی‌توان این راه تبلیغاتی را جایگزین سایر روش‌های مارکتینگ مانند پیامک متنی، ایمیل مارکتینگ یا **بازاریابی تلفنی** کرد. اما اگر بتوانید پیام مناسبی را برای مشتریان خود آماده کنید، روش موثری خواهد بود. در این مطلب از مجله راه‌مدیران می‌خواهیم چند نمونه پیام صوتی تبلیغاتی را با هم بررسی کنیم و ببینیم ارسال پیامک صوتی برای کسب و کارها چه کاربردهایی می‌تواند داشته باشد. با ما همراه



باشید.

نمونه پیام صوتی تبلیغاتی برای شرایط مختلف

در شرایطی می‌توانید از پیام صوتی تبلیغاتی استفاده کنید؟ اگر تعداد مشتریانی که با مرکز تماس شما ارتباط می‌گیرند، زیاد باشد، ضبط یک پیام صوتی می‌تواند کمک زیادی به کم کردن بار ترافیکی کارتان بکند. می‌توانید با نمونه‌های زیر، پیام‌های مناسبی برای زمان انتظار تلفن گویا یا پیام صوتی ساعات غیراداری ضبط و آماده کنید.

نمونه پیام صوتی تبلیغاتی پیشنهادی برای معرفی شرکت

یکی از کاربردهای ضبط پیام صوتی، امکان استفاده از فضاهای خالی است که در بین مکالمات اپراتور با مشتری پیش می‌آید. ممکن است در حین مدت زمانی که مشتری باید منتظر بماند تا به کارشناس مربوطه متصل شود، شنیدن برای شرکت و دستاوردهای آن بتواند احساس اطمینان بیشتری برایش ایجاد کند. به همین خاطر پیشنهاد می‌کنیم چند نمونه پیام صوتی تبلیغاتی برای چنین شرایطی داشته باشید.

سلام. به مدرسه بازاریابی راه‌مدیران خوش آمدید. مجموعه ما مفتخر است که تا امروز بیش از ۱۰۰۰ دانش‌آموخته بازاریابی



تلفنی را تربیت کرده و مشتاقانه منتظر حضور شما در جمع این افراد موثر است. همکاران ما در بخش پشتیبانی، تمام تلاش خود را می‌کنند تا به سوالات و مشکلات احتمالی شما رسیدگی کنند. از صبر شما طی این فرایند متشکریم.

چه مواردی در این نمونه پیام صوتی تبلیغاتی مطرح شد؟ اولاً که نام شرکت یا کمپانی تکرار می‌شود. این احساس امنیتی در مخاطب ایجاد می‌کند که با یک مجموعه اسم و رسم‌دار طرف است. سپس اگر شعار یا جمله شناخته شده‌ای دارید هم می‌توانید اضافه کنید. در این مثال به یکی از افتخارات و در واقع خدمات اصلی مجموعه اشاره شده است. در نهایت به مشتری اطمینان دهید که صدایش شنیده می‌شود و از اینکه باید پشت خط منتظر بماند، سپاسگزار هستید.

نمونه پیام صوتی تبلیغاتی برای ساعات غیراداری

یکی از زمان‌هایی که به ضبط یک پیام صوتی نیاز پیدا می‌کنید، ساعات عدم حضور در شرکت یا سازمان است. مشتری یا کاربری که در ساعات غیراداری با کال سنتر شما تماس می‌گیرد باید با یک پیام مناسب رو به رو شود. حداقل اطلاعاتی که می‌بایست در چنین پیامی دریافت کند می‌بایست شامل ساعات پاسخگویی تلفنی،



معرفی روش‌های جایگزین ارتباطی مانند تیکت سایت یا گذاشتن پیغام برای **پیغامگیر** شرکت باشد. در ادامه یک نمونه پیام صوتی تبلیغاتی برای چنین موقعیتی را با هم می‌بینیم.

سلام. به مدرسه بازاریابی راه مدیران خوش آمدید. مجموعه ما در روزهای کاری خود از شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۹ الی ۱۷ و پنج شنبه‌ها از ساعت ۹ الی ۱۳ پاسخگوی تماس‌های شما عزیزان است. از اینکه نمی‌توانیم در حال حاضر پاسخگوی تماس شما باشیم عذرخواهی می‌کنیم. اما شما می‌توانید پیام خود را بعد از شنیدن بوق در پیغامگیر صوتی شرکت ضبط کنید تا همکاران ما در اسرع وقت به آن رسیدگی کنند. از تماس شما متشکریم.

بسته به نوع سازمان و لحن برندی که برای آن وجود دارد، این پیغام می‌تواند رسمی یا دوستانه‌تر باشد. اما ویژگی‌های مهم در متن این پیام نباید فراموش شود. معرفی کوتاهی از مجموعه. اعلام ساعات کاری و عذرخواهی بابت پاسخگو نبودن در ساعت تماس مشتری و اطمینان به او بابت رسیدگی به نیازش. اما اگر مشتری در ساعات اداری با کال سنتر شما تماس گرفته باشد چه متنی مناسب خواهد بود؟



پیام صوتی برای ساعات اداری چگونه باید باشد؟

در شرایط عادی، پیغام صوتی ای که به گوش مشتری می‌رسد باید حاوی اطلاعات مهمی باشد. فرض را بر این بگذارید که مخاطب شما هیچ آشنایی با سیستم کاری مجموعه تان ندارد. پس اگر لازم است فرایند کارها را به او توضیح دهید، حتماً اینکار را در مدت زمان انتظار او پشت خط انجام دهید. در ابتدای تماس بسیار مهم است که مشتری متوجه شود برای سوال یا مشکلی که دارد باید چه شماره‌ای را وارد کند تا با کارشناس مربوطه بتواند ارتباط بگیرد.





بعد از آن نوبت به انتظار در صف تماس‌ها می‌رسد. اینجاست که متن‌های مختلفی باید آماده شود تا هم مدت زمان انتظار کمی برای مشتری ساده‌تر بگذرد هم نکته‌های لازم به او گفته شود. از جمله موارد مهم می‌تواند این باشد که «تمامی مکالمات شما برای سرویس‌دهی بهتر در آینده ضبط خواهد شد». این نکته به مشتری می‌فهماند که حق و حقوق او کاملاً رعایت خواهد شد. حتی اگر با این اپراتور به نتیجه نرسد، امکان گوش دادن دوباره به مکالمه بین آنها توسط سرپرست یا کارشناس مربوطه وجود دارد.



اگر می‌خواهید زیر و بم
بازاریابی تلفنی را یاد بگیرید،
پیشنهاد می‌کنیم کتاب
تماس‌های میلیاردي را حتماً
مطالعه کنید

مورد دیگر می‌تواند گوشزد کردن قوانین یا ضوابط شرکت باشد. به طور مثال گفتن اینکه «برای درخواست فسخ سرویس خود کافیست



وارد اپلیکیشن شوید و از طریق حساب کاربری خود اقدام نمایید». چنین پیامی می‌تواند آن دسته از مشتریانی که برای فسخ سرویس خود داخل صف انتظار هستند را به راه‌حل درست راهنمایی کند. اینکار هم به نفع مشتری و هم به نفع شماست که صف‌های انتظار کمتری داشته باشید.

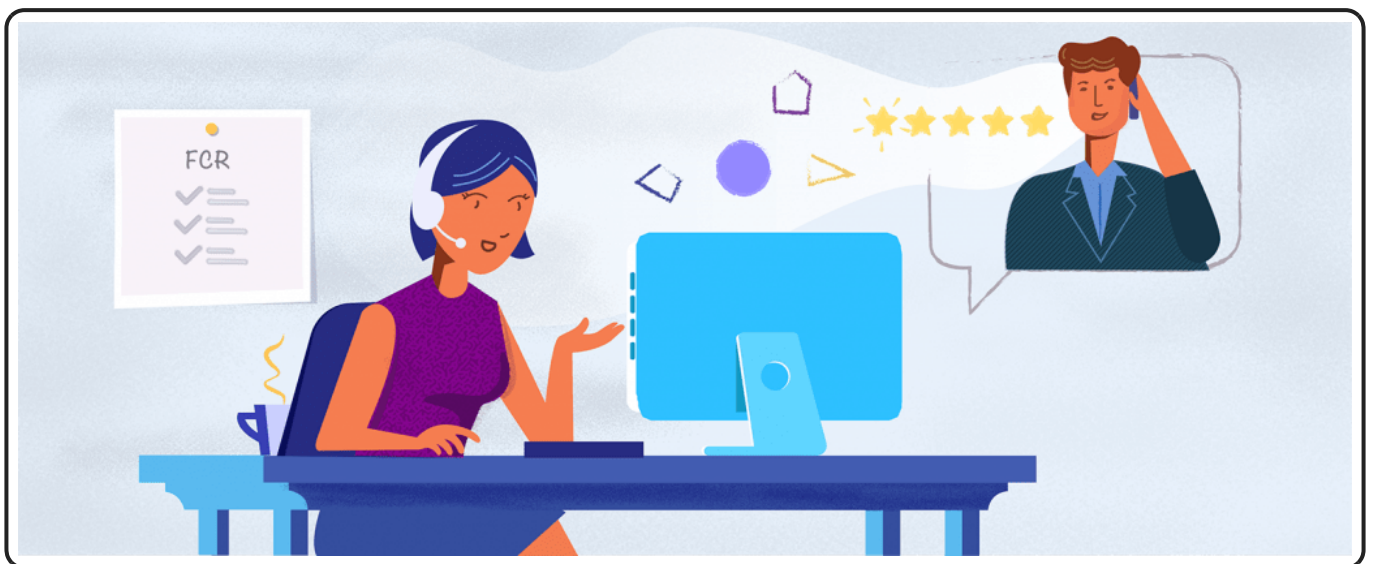
نمونه پیام صوتی تبلیغاتی برای ساعات اداری

پیام زیر می‌تواند نمونه بسیار خوبی باشد که تمامی این نکات هم در آن رعایت شده است. شما می‌توانید چند نمونه پیام صوتی تبلیغاتی از شرکت‌های مختلف را بشنوید و انتخاب کنید که پیام شما با چه لحن و ادبیاتی گفته شود.

سلام. شما با مدرسه بازاریابی راه‌مدیران تماس گرفته‌اید. اگر داخلی مورد نظر را می‌دانید، لطفاً شماره آن را وارد کنید. در غیر این صورت برای ارتباط با بخش فروش، عدد ۱، پشتیبانی سایت عدد ۲، مشاوره شرکت در دوره عدد ۳، برگزاری دوره‌های سازمانی عدد ۴، مدیریت عدد ۵ و برای ارتباط با اپراتور عدد ۰ را شماره‌گیری فرمایید.



چه نکته‌ای در چنین پیامی وجود دارد؟ اینکه در همان ابتدا نام شرکت یا سازمان گفته شود و بلافاصله به سراغ اتصال مشتری به اپراتور یا مسئول مورد نظر بروید. هرگونه پیام تبلیغاتی یا اطلاع‌رسانی دیگری اگر دارید باید موکول به زمان پرت و انتظار شود تا مشتری را کلافه نکنید. بعد از اینکه مخاطب شماره داخلی مورد نظر خود را گرفت، باید جایگاه او در صف انتظار و حتی المقدور زمان تقریبی انتظار را به او اعلام کنید. سپس می‌توانید با خیال راحت یکی از مواردی که به عنوان نمونه پیام صوتی تبلیغاتی گفته شد را تنظیم کنید. اگر صف‌های انتظارتان معمولاً طولانی است، زمان برای چند پیغام اطلاعاتی یا تبلیغاتی هم خواهید داشت.



در انتهای صحبت اپراتور با مشتری، نکته دیگری که می‌تواند در راستای حفظ حقوق مشتری و همین‌طور تجربه کاربری خوب باشد، دادن امتیاز به سرویسی است که از شرکت شما و اپراتور مدنظر



گرفته‌اند. حتماً از او بخواهید که برای **ارزیابی وضعیت عملکرد سیستم مرکز تماس**، در نظرسنجی شما شرکت کند. اما این نظرسنجی را پیچیده نکنید. هیچ کسی دوست ندارد پای تلفن یا گوشی عدد بگیرد تا به سوالات شما جواب بدهد. یک سوال کلی امتیازدهی ۱ تا ۵ کفایت می‌کند.

[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/box]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width] لطفاً برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی
[box/]

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پرکردن فرم مشاوره منتظر تماس کارشناسان ما باشید.