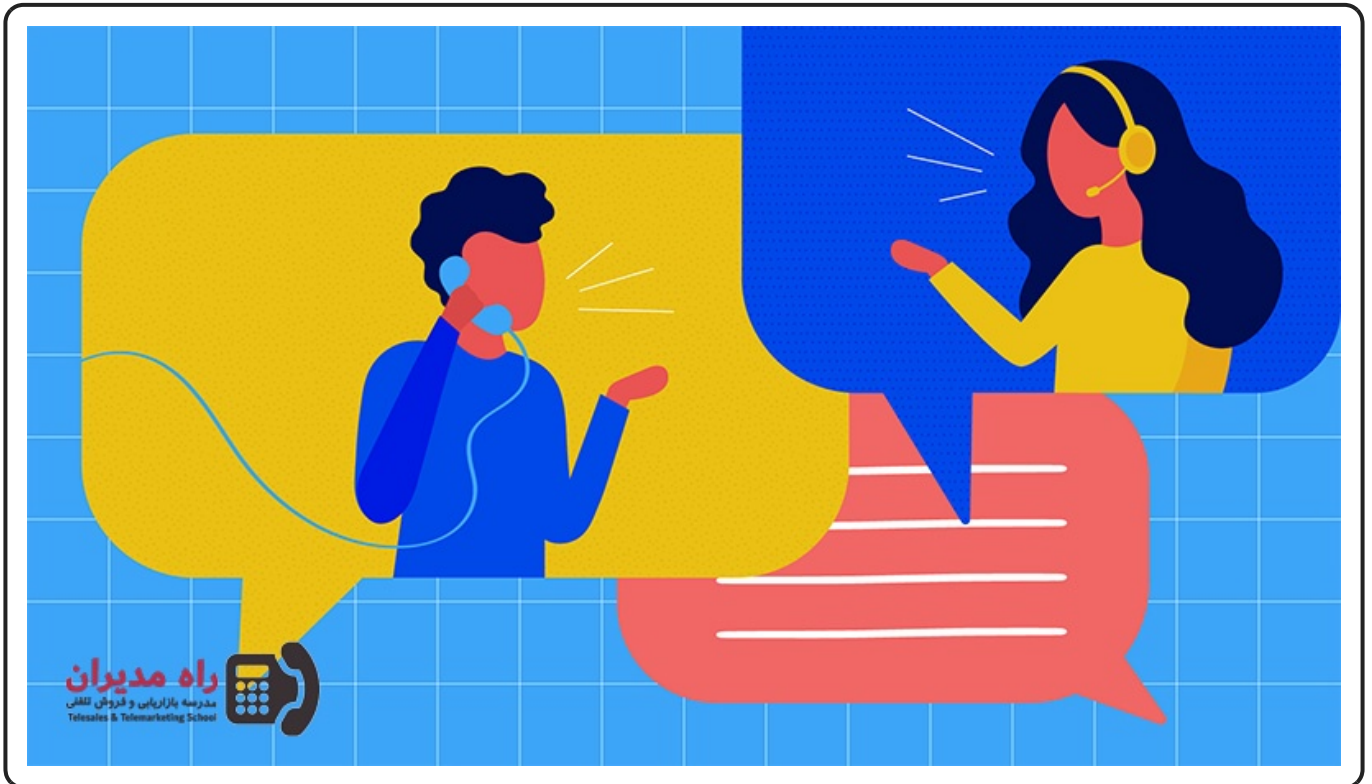




تبلیغات تماس تلفنی و بهترین توصیه‌ها برای گرفتن نتیجه بهتر

شاید هنوز فرصت تبلیغات تماس تلفنی برای شما پیدا نشده باشد. به همین خاطر ممکن است از مزایا و معایب آن بی اطلاع باشید یا بخواهید بیشتر در مورد تبلیغات تماس تلفنی اطلاعات کسب کنید. در این مقاله از راه‌مدیران می‌خواهیم به طور کامل به این موضوع بپردازیم.

شاید شما بخواهید با مشتریان خود به صورت انبوه تماس بگیرید یا برای تبلیغات تماس تلفنی در یک منطقه خاص اقدام کنید. به گونه‌ای که قصد داشته باشید برای یک سر شماره خاص از شهر، روستا و یا محله‌ای که کالای شما باید در آنجا تبلیغ شود، اقدام



نمایید. اما برای این منظور باید از چه طریقی اقدام کرد؟ باید چه پیامی ارسال کرد که مخاطب پیام شما را صحیح دریافت کند؟ و چه پارامترهای دیگری اهمیت دارند تا بهترین نتیجه ممکن را بگیرید؟ آیا نیاز است که زمان مشخصی برای برقراری تماس در نظر بگیرید یا خیر؟

به عنوان یک استراتژی مهم در بازاریابی تلفنی، باید موارد زیادی را طی کمپین‌های تبلیغات تماس تلفنی در نظر داشت. در ادامه سعی کرده‌ایم این موارد را پوشش دهیم. اما اگر می‌خواهید به طور کامل درباره تکنیک‌های فروش تلفنی بدانید، پیشنهاد می‌کنیم کتاب تماس‌های میلیاردي را حتماً مطالعه کنید.

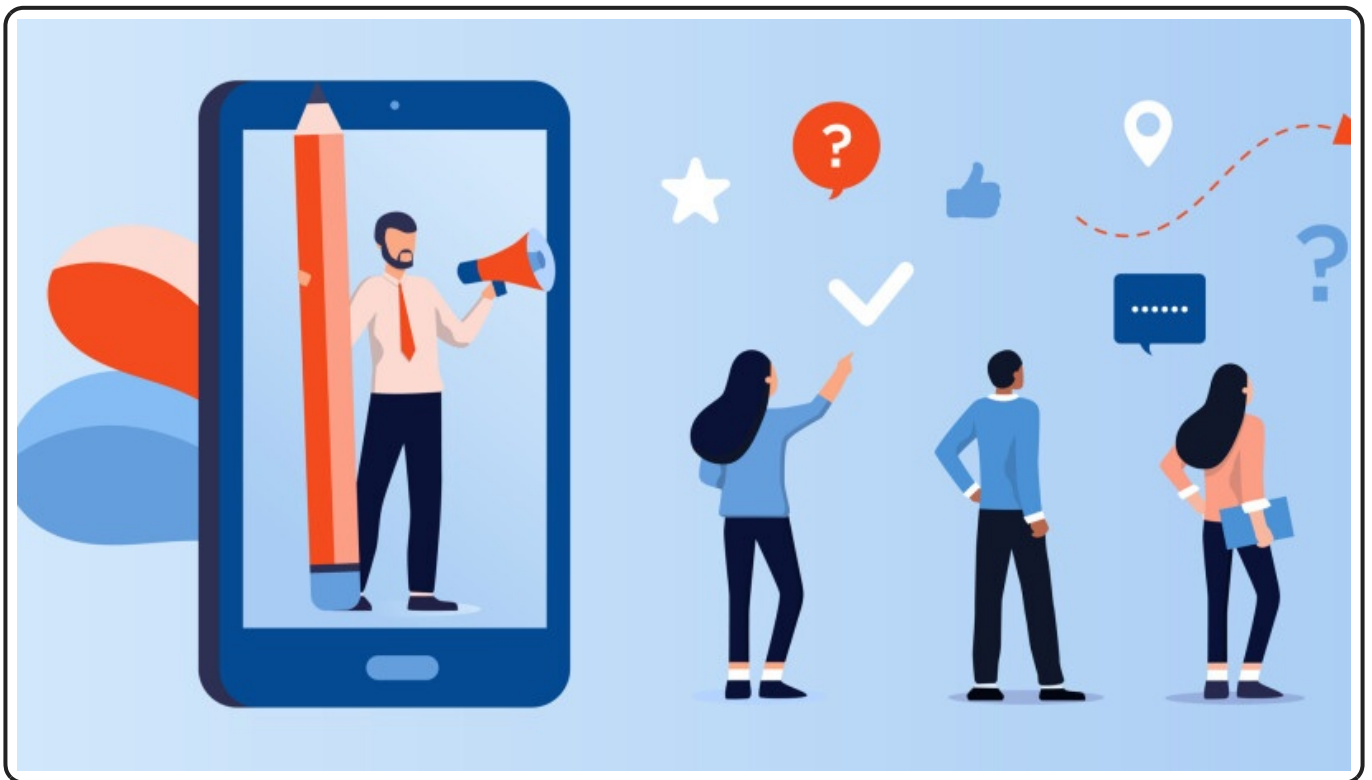


برای دیدن توضیحات این
کتاب کلیک کنید



جامعه مخاطب تبلیغات تماس تلفنی کدامند؟

زمانی که در نظر دارید یک تبلیغ خاص را برای یک محصول یا خدمت مشخصی انجام دهید، احتمالاً قرار است به جامعه خاصی ارائه شود. پس تا جای ممکن در نظر بگیرید که با چه کسی یا کسانی روبرو می‌شوید و روحیات و احوالات ایشان برای مطرح کردن خدمت یا محصول شما چگونه است. ممکن است مخاطب شما یک خانم خانه‌دار باشد یا یک کارمند بانک و حتی یک کاسب محلی. نیاز است که با هر کدام از این افراد با لحن مخصوص به خودشان صحبت کنیم. آن هم در بهترین زمانی که ایشان امکان وقت گذاشتن را دارند تا بهترین نتیجه را بگیریم.





برای مثال یک کاسب محلی احتمالاً در ساعات خلوت روز فرصت بیشتری برای فکر کردن به پیام شما را دارد. پس بهتر است لیست تماس‌های مختلفی تشکیل دهید و برای کاسب‌های محلی در ساعات بین ۱۰ صبح تا ۱۲ یا ساعات ۱۴ الی ۱۶ تبلیغات تماس تلفنی را تنظیم کنید.

انتخاب کردن صحیح جامعه مخاطب می‌تواند ضامن بهترین اجرای تبلیغات تماس تلفنی شما باشد. بازاریابان تلفنی گاهی برای این موضوع تصاویر مختلفی از افراد را روی میز خود دارند و هنگامی که تماس می‌گیرند با نگاه به تصویری که از مخاطب خود دارند، صحبت می‌کنند؛ گویی که به صورت رو در رو در حال مکالمه با آنها هستند. طبیعتاً با هر شخصی که خصوصیات خاص خود را دارد، مکالمه متفاوتی خواهید داشت. برای مثال با یک متخصص پزشکی و یک نوجوان ۱۶ ساله نمی‌توان یک نوع گفتگو انجام داد و انتظار نتیجه داشت.

تبلیغات تماس تلفنی خودکار یا مستقیم؟

ممکن است نیاز باشد با تک تک افراد تماس بگیرید و آنها را از موضوع مورد نظر باخبر کنید. در بعضی از این موارد که نیاز به پیگیری‌های بعدی دارد، بهتر است که اینگونه رفتار کرده و تماس مستقیم برقرار کنیم. اما گاهی ممکن است صرفاً یک خبر یا یک



مکالمه مشخص را به صورت تبلیغات تماس تلفنی خودکار در نظر داشته باشید. در این صورت نیاز است که به تبلیغات پیام صوتی رجوع کنید و متن تماس خود را ضبط کرده و برای مشتری‌ها پخش نمایید.



برای اینکار باید از ابزارهای تبلیغات تماس تلفنی صوتی استفاده و یک متن از پیش تعیین شده را ضبط کنید. فرض کنید شما می‌خواهید مردم یک محل را از اینکه فروشگاه شما در حال افتتاح است با خبر کنید. در این صورت دیگر نیاز نیست به تک تک افراد تماس مستقیم بگیرید؛ یک متن صوتی خوب می‌تواند این کار را بهتر از شما انجام دهد. برای اینکه با تبلیغات پیام صوتی بیشتر آشنا



شوید، مقاله‌ای در این مورد در وبسایت راه مدیران وجود دارد که می‌توانید مطالعه فرمایید.

تبلیغات صوتی و هرآن‌چیزی که باید درباره‌اش بدانید

لیست تماس خود را تفکیک کنید

یکی از نکات تبلیغات تماس تلفنی که باید رعایت شود، ساخت لیست تماس‌های مشخص است. همانطور که در بالا گفتیم نسبت به نوع مخاطب این لیست‌ها قابل تفکیک و طبقه‌بندی هستند. برای اینکار می‌توانید یک فایل اکسل باز کنید یا روی کاغذ یا سرسیدتان چند ستون مشخص نمایید. حتماً لیست خود را نام‌گذاری کنید. برای مثال لیست تماس فروشگاه‌های سوپر مارکت و خرده‌فروشی منطقه ۲۲ تهران. تا جایی که ممکن است اطلاعات تماس این افراد را با دقت جمع‌آوری نمایید. ستون‌های شماره‌های تماس را مشخص کنید و برای هر سطر شماره‌ها را یادداشت کنید.

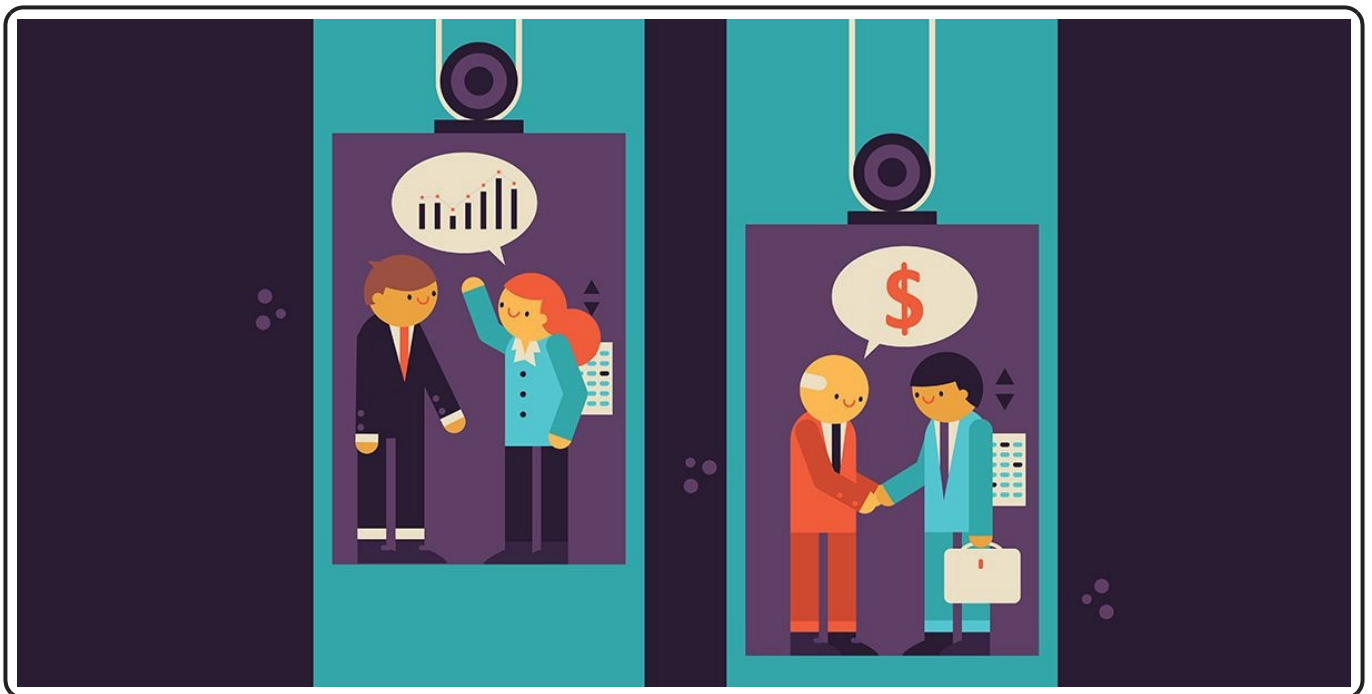


در ادامه ستون نوع فعالیت مجموعه را ایجاد کرده و اطلاعات بیشتری از آن را وارد نمایید. در ستون بعدی توضیحات بیشتر و حتی اگر شد تعداد کارمندان یا فروشندگان را استخراج کنید و در جایی بنویسید. دقت داشته باشید که هر چه اطلاعات بیشتری نسبت به مخاطب خود داشته باشید، مکالمه راحت‌تری خواهید داشت. ولی در نظر بگیرید که برای جستجو و لیست کردن هر مخاطب خیلی وقت نگذارید. چون ممکن است لیست شما هرگز تکمیل نشود.



چه متنی را برای تبلیغات تماس تلفنی استفاده کنم؟

فرض کنید شما با مخاطب خود برای یک لحظه در جایی برخورد می‌کنید و سی ثانیه فرصت برای رساندن پیامتان به او دارید. بهترین مثالی که در این مورد می‌زنند معروف به «**معرفی آسانسوری**» است. یعنی فرض کنید که در یک آسانسور با فرد مورد نظر قرار گرفته‌اید و حداکثر تا رسیدن به طبقات آخر، فرصت مکالمه دارید. از این فرصت چگونه استفاده می‌کنید؟ می‌توانید سکوت کرده یا سر خودتان را به گوشی موبایل گرم کنید. ولی اگر فرد مورد نظر یک مشتری مهم برای شما باشد چه؟ آنگاه باید این فرصت را مغتنم بشمارید.



برای این منظور مکالمه کوتاه زیر سی ثانیه توصیه می‌شود که در واقع فرصت معرفی است. اگر در معرفی آسانسوری همه چیز به



خوبی پیش برود احتمالاً فرد مخاطب علاقه دارد که فرصت بیشتری برای شما در نظر بگیرد. در واقع هدف اصلی معرفی آسانسوری دریافت زمان بیشتر از مخاطب است. شما خودتان، محصولتان یا خدماتتان را به او معرفی می‌کنید و ایشان اگر مشتری شما باشد و علاقه‌ای به این موضوع داشته باشد، توضیحات بیشتری را طلب می‌کند. در غیر اینصورت بهتر است وقت خود را تلف نکنید و به نفر بعدی لیست برسید.

چگونه از معرفی آسانسوری در تبلیغات تماس تلفنی استفاده کنیم؟

معرفی آسانسوری به سه بخش کلی تقسیم می‌شود که به مورد استفاده، ممکن است کمی تغییر داشته باشد ولی کلیت آن یکی است. ابتدا باید تمام و کمال و با کلمات شمرده خود را معرفی کنید. لازم است اسم خود را بگویید و اعلام کنید که چه کسی هستید. بعد از آن باید به مشتری اعلام کنید که از کجا با او تماس می‌گیرید. برای مثال: «من احسان جعفری هستم و از مخابرات منطقه تماس می‌گیرم.» تا همینجا کلی جلو افتاده‌ایم. با این روش این سوال را در ذهن مخاطب ایجاد می‌کنیم که آقای جعفری که از مخابرات تماس گرفته چه کاری دارد؟

اگر مشتری شما برای مثال خط مخابرات داشته باشد و درست او را پیدا کرده باشید که مشتاق می‌شود ببیند که قضیه چیست. ولی اگر



از بستگان فرد مورد نظر کسی به تماس شما پاسخ داده باشد که قضیه فرق می‌کند و ممکن است به شما گوش ندهد. قدم بعدی این است که بگویید چه کاری دارید. برای مثال: شرایط تخفیف سرویس اینترنتی جدید را می‌خواهید معرفی کنید. در تبلیغات تماس تلفنی ضرورت دارد که هر سه مرحله را کامل انجام دهید. چه کسی هستید، از کجا تماس می‌گیرید و به چه منظور تماس گرفته‌اید.

نکته آخر اینکه اگر تماس شما نتیجه اولیه دلخواه را نگرفت نگران نباشید. خیلی راحت کنار اسم فرد مورد نظر یک علامت بزنید و به سراغ مشتری بعدی بروید. آنقدر این کار را تکرار کنید تا بالاخره لیستتان محدود به مشتریان اصلی شود و بهترین فروش را با آنها تجربه کنید.

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