دستورالعمل بازاریابی تلفنی + ۴۰ نکته مهم

از آنجایی که قانون خاصی در ایران در خصوص دستورالعمل بازاریابی تلفنی وجود ندارد، دلیل نمی‌شود که به اصول آن توجه نکنیم. در هر صورت اگر با رعایت خطوط راهنما به بازاریابی خود خط و مشی درستی بدهید از مزایای دستورالعمل بازاریابی تلفنی بهره‌مند خواهید شد. این دستورالعمل به‌صورت تجربی گردآوری شده و ممکن است مواردی را بتوان به آن افزود. با ما همراه باشید.

با یک برنامه ریزی صحیح شروع کنید

در یک دستورالعمل بازاریابی تلفنی اولین قدم آمادگی برای برقراری تماس‌های تلفنی است. اما قبل از آمادگی بهتر است بررسی کنید که

آیا خود شما هم آماده هستید یا خیر. مواردی که در ادامه اشاره می‌کنیم مربوط به عوامل بیرونی تماس هستند.

- تلفن کنید! در بازاریابی تلفنی بهتر است بیش از هر چیزی تماس بگیرید. وسواس شما برای انتخاب بهترین زمان مناسب برای تماس می تواند فرصت‌های شما را از چنگ‌تان بیرون بیاورد. پس بیش از هر چیزی تلفن کنید!
- در طول ساعات کاری بهتر است عوامل حواس‌پرتی را کنار بگذارید. بدترین آنها استفاده از تلفن شخصی است که می‌تواند ساعت‌ها شما را مشغول کرده و فروش شما را به راحتی تحت الشعاع خود قرار دهد.
- هنگام برنامه‌ریزی بهتر است از روش‌های مدیریت زمان استفاده کنید. برای این منظور تکنیک موثر پومودورو را پیشنهاد می‌کنیم. در این روش به ازای هر ۲۵ دقیقه می‌توانید ۵ دقیقه استراحت کنید و در هر چهار چرخه یک ربع ساعت استراحت کنید. بدون برنامه‌ریزی ممکن است از پا در بیایید.
- هدف گذاری کنید! در زمان برنامه ریزی می‌توانید یک هدف تعریف کنید. برای مثال رسیدن به تعداد خاصی تماس در روز؛ و به هدف خود پایبند بمانید. این باعث خواهد شد که متمرکز و موثر عمل کنید.
- اگر هدف شما از برقراری تماس صرفاً رساندن یک پیغام است، بهتر است آن را در بهترین ساعات روز انجام ندهید.

- بهترین زمان برنامه ریزی کاری روزانه، روز قبل است. شما بهتر است در آخر هر روز کاری برنامه کاری فردا را داشته باشید. اگر قرار باشد صبح آن را برنامه ریزی کنید، بهترین ساعات‌تان بر باد رفته است.
- هر روز تماس‌های خود را ثبت کنید. اگر از نرم افزار CRM استفاده می‌کنید نیازی نیست. اما آمار تماس خود را مشخص کنید و هر روز یک تماس به روز قبل بیشتر کنید. نتیجه این کار بعد از بیست روز، بیست تماس بیشتر است و احتمالاً کلی فرصت فروش بیشتر.

- عجله نکنید و لیست تماسی که برای خود مشخص نموده‌اید را یک به یک انجام دهید. گاهی مشتری لای همین خطوط در انتظار

شماست. اگر به‌صورت اتفاقی تماسی را از دست دهید چه بسا فروش بزرگ هفته‌تان را از دست داده باشید.

- هر تماس یک هزینه‌ای دارد و یک درآمدی؛ به این معنی که شما می‌توانید محاسبه کنید به ازای چند تماس به فروش می‌رسید. فرض کنید هر ده تماس یک فروش. آنگاه سود حاصله را تقسیم بر ده بکنید و درآمد هر تماس را بدست آورید. برای بالاتر بردن این درآمد باید روی تعداد فروش در هر تماس بیشتر وقت بگذارید. در این صورت درآمد خود را از هر تماس می‌توانید افزایش دهید.
- لازم نیست اهداف بلندمدت تعریف کنید. در یک روز یا یک نصف روز یا یک ساعت می‌توانید هدفی روشن مشخص کرده و با خود به رقابت بپردازید تا راندمان کارتان افزایش پیدا کند. مثلاً در یک ساعت ۳۰ تماس را هدف قرار دهید و سپس هدف جدیدی ایجاد کنید.

چند دستورالعمل بازاریابی تلفنی که نوع نگرش شما را هدف گرفته است

در دستورالعمل بازاریابی تلفنی مواردی است که باید به نگرش خود بپردازید. شما یک ربات نیستید و لازم است خود را در نظر بگیرید.

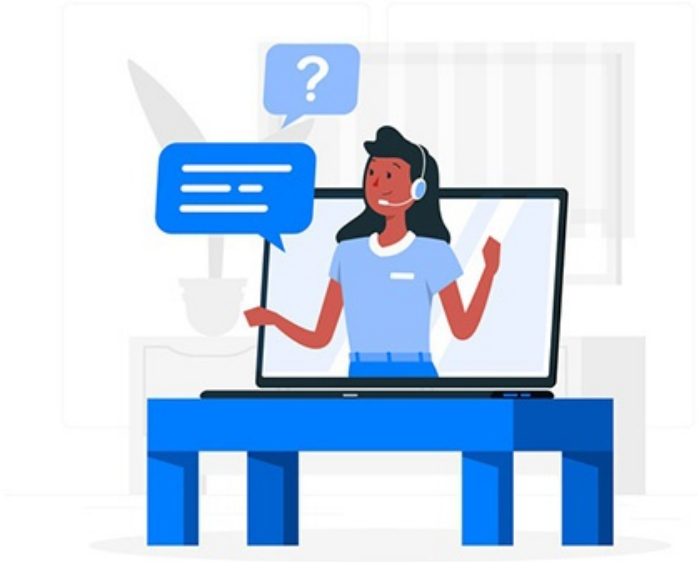
- قورباغه را قورت دهید. از چه می‌ترسید؟ اگر ترس شما از تماس است، بدترین حالت را در نظر بگیرید. مثلاً شخص مقابل ممکن

است سرتان فریاد بزند. بدتر از این چه اتفاقی می‌تواند بیفتد؟

- پاسخ نه به شما یک نه به پیشنهادی است که ارائه داده‌اید. پیشنهادتان را بهبود دهید و نگران چیزی نباشید. هیچگاه پاسخ نه به شما داده نشده است بلکه به پیشنهاد مطرح شده داده شده؛ پس اعتماد به نفس تان را حفظ کنید.
- قانون ۸۰ ۲۰ را بکار بگیرید. قانونی که در این مورد به این معنی است که باید بیشتر گوش بدهید تا صحبت کنید. صحبت‌هایی که می‌شنوید ارزش بسیار بیشتری دارند تا چیزی که قرار است بگویید. در هنگام شنیدن گوش کنید و پاسخی را که می خواهید بدهید در سرتان تکرار نکنید تا نوبت‌تان شود. گوش دهید و گوش دهید.
- فروش پایان ماجرا نیست. هدف شما اگر فروش باشد ممکن است مایوس شوید. فروش، کمک به مشتری برای خرید است. بیشتر وقت‌تان را برای کمک به خرید مشتری بگذارید، حتی اگر از شما محصولی را نخرد چیزی از دست نداده‌اید. ولی اگر مشتری را ناراضی کنید هم فروش هم مشتری را از دست داده‌اید.
- به مشتری بفهمانید که شما برای ایشان چه سودی دارید. محصول یا خدمات شما وقتی برای مشتری ارزشمند می‌شود که بداند برای خود چه سودی را به همراه دارد.
- در برنامه‌هایتان بازاریابی را قطع نکنید. شما همواره نیاز به مشتریان جدید دارید.
- همیشه یادتان باشد مشتری شما از دیگران نیز خرید می‌کنند. در

تماس‌های خود احترام رقبا را حفظ کنید. بی احترامی به رقیب یا سایر محصولات بازار شما را بدنام خواهد کرد.

- این تصور که مشتری محصول شما را می‌شناسد می‌تواند باعث شود که به حد کافی امکانات محصول خود را شرح ندهید. پس با کنار گذاشتن این تصور، تمام مزایای محصول و یا خدمات خود را شرح دهید.



راه مدیران
مدرسه بازاریابی و فروش تلفنی
Telesales & Telemarketing School

- شاید مهم‌ترین دلیل به نتیجه نرسیدن فروش، عدم درخواست شما از مشتری برای خرید محصول یا خدمات شماست. با بیان واضح و شیوا از مشتری درخواست خرید بفرمایید.
- همه دوست دارند خرید کنند. نه آنکه کسی چیزی به آنها بفروشد. کمک به خرید یک اصل است که در دستورالعمل

بازاریابی تلفنی باید در نظر بگیرید.

- یک مشتری نیاز به مشاوره شما دارد. پس شما باید در نقش یک مشاور حرفه‌ای قرار بگیرید تا مشتری با خیال راحت بهترین خرید را از طریق شما انجام دهد.
- در ابتدای ساعات کاری، سخت‌ترین تماس خود را انجام دهید. بگذارید با خیال راحت به بقیه مشتری‌ها برسید.
- مشتری را شما ترغیب می‌کنید نه اطلاعات وبسایت یا کاتالوگ فروش، هیچگاه مشتری را به وبسایت ارجاع ندهید و با ترغیب مشتری به خرید، همانجا کار را تمام کنید.

دستورالعمل بازاریابی تلفنی برای قبل از تماس

برای تماس آمادگی کافی را دارید؟ این موارد را بررسی کنید تا خیال‌تان آسوده شود. شما در آستانه یک تماس موفق هستید. در جایی هنری فورد افسانه‌ای گفت: اگر فکر می‌کنید موفق خواهید شد، درست فکر می‌کنید. اگر فکر می‌کنید که شکست خواهید خورد باز هم درست فکر می‌کنید. در هر صورت حق باشماست.

- عوامل حواس پرتی‌تان را از میز کار بردارید. روزنامه، کتاب، دست نوشته و هر چیزی که در حین تماس حواس‌تان را پرت می‌کند بردارید. شما باید تمام حواس‌تان را به آنسوی خط بدهید.
- رقبا را بشناسید. جدولی از چهار رقیب اصلی خود تشکلیل دهید و در ابعاد گوناگون وضعیت خود را نسبت به رقبا بدست بیاورید.

زمانی که مشتری با شما تماس می‌گیرد و صحبت از رقبا می‌شود شما باید بتوانید نقاط قوت خود را بازگو کنید. اعلام نقاط ضعف رقیب یکی از خطاهایی است که در دستورالعمل بازاریابی خود باید به‌عنوان خط قرمز در نظر بگیرید.

- بی‌خبری برای یک بازاریاب امتیاز منفی محسوب می‌شود. باید در جریان آخرین اخبار در حوزه کاری‌تان باشید. مشتری اگر ببیند شما نسبت به اوضاع روز مسلط هستید راحت‌تر اعتماد می‌کند.
- یکی از تکنیک‌هایی که توصیه می‌شود انجام دهید، انجام مکالمات آزمایشی با رقبا است. تماس بگیرید و از نحوه پاسخگویی رقبا مطلع شوید. ممکن است نکات خوبی استخراج کنید و کمی تمرین کرده باشید.
- یک نکته مثبت! مشتری شما را نمی‌بیند. پس حسابی آمار و ارقام را در اطراف خود داشته باشید تا در صورت لزوم به مشتری ارائه دهید. لازم نیست همه چیز را از حفظ بگویید.
- هر روز یک نکته جدید در زمینه فروش تلفنی فرا بگیرید. می‌توانید کتاب یا مجله‌ای را هر روز به مقدار ۱۵-۲۰ دقیقه مطالعه کنید. کتاب تماس‌های میلیاردی در این زمینه می‌تواند بسیار موثر باشد.

برای دیدن توضیحات این کتاب کلیک کنید

- نقطه قوت خود را بیابید. اینکه چرا مشتری از شما خرید می‌کند را از او بپرسید و در صورت لزوم در تماس‌ها مشتریان جدید به ایشان منتقل نمایید.

اثرگذاری اولیه همه چیز را تعیین خواهد کرد

مراقب باشید که در ابتدای صحبت چه می‌گویید. ذهنیتی که در مشتری در لحظات اول تماس ایجاد می‌کنید ممکن است تا پایان تماس باقی بماند. پس از این فرصت خوب استفاده کنید. در ادامه چند مورد مطرح می‌شود که به لیست دستورالعمل بازاریابی تلفنی باید اضافه نمایید.

- قبل از هر چیزی مشتری را ترغیب کنید تا طرح سوال کند و با پاسخ خود نظر مثبتی در او ایجاد کنید. قرار نیست مثل یک

ضبط صوت به محض اتصال شروع به حرف زدن بکنید. این یک ارتباط است.

- سوالات متداول را در ابتدای تماس پاسخ دهید. یعنی خودتان را معرفی کنید و بگویید از کجا و برای چه منظوری تماس گرفته‌اید. توصیه می‌شود از تکنیک ارائه آسانسوری در این زمینه بیشترین بهره را ببرید. در غیر اینصورت در تله سوال‌هایی می‌افتید که ممکن است همه چیز را در هم شکند. برای مثال اگر خودتان را شمرده و کامل معرفی نکنید ممکن است مشتری بپرسد شماره من را از کجا آوردید. آنگاه وارد یک تله سوال شدید و ممکن است به این راحتی‌ها از آن بیرون نیایید.

- سه ثانیه طلایی فرصت دارید که به مشتری بفهمانید که این

تماس چه سودی برای او خواهد داشت. باید به او بگویید که چرا به نفعش است که به ادامه مکالمه بنشیند.

- جمله‌های ابتدایی شما مثل پایه‌های یک پل است که در حال احداث آن هستید و اگر پایه به درستی نصب نشود از پل خبری نخواهد بود.

هنگام تماس این نکات را در نظر بگیرید

در هنگام تماس نیز باید حواس‌تان به دستورالعمل بازاریابی تلفنی باشد. باید احساسات‌تان را مدیریت کنید و بهترین استفاده را از این تماس ببرید.

- چنان با انرژی و محترم صحبت کنید که شخص مقابل احساس کند که به او اهمیت داده‌اید.
- با بالاترین مقام ممکن صحبت کنید و در صورتی که به شخص دیگری ارجاع داده شدید بگویید آقای مدیر دستور دادند با شما این موضوع را ببندم. در مکالمات بعدی از ایشان وام بگیرید.
- همیشه لبخند بزنید حتی زمانی که کسی شما را نمی‌بیند. لبخند به تُن صدای شما منتقل می‌شود و شما را راهنمایی می‌کند.
- علایق شخصی و نکات فردی مشتری خود را بیابید و برای مکالمات بعدی استفاده کنید. بدانید طرفدار کدام تیم است یا به چه چیزی علاقه دارد.
- به احتمال زیاد فردی که با او تماس گرفته‌اید همان کسی است

که قرار بود با آن صحبت کنید. پس بیشترین انرژی خود را بگذارید و فرصت احتمالی را استفاده کنید.

- نام بردن اسم مشتری نشان می‌دهد که برای شما مهم هستند و این امکان را خواهد داد که با نظم بیشتری صحبت کنید.
- مراقب باشید که هر قولی که به مشتری می‌دهید یک وظیفه جدید است که باید انجام بدهید. آن‌را در دفتر کاری خود یادداشت و پیگیری کنید. اگر قرار است نمونه‌ای برای ایشان بفرستید ، به‌موقع این کار را انجام دهید.
- اگر احتمال می‌دهید مشتری شما با دیدن نمونه محصول حس بهتری به تماس خواهد داشت با هماهنگی محصول را برایش ارسال کنید و به محضی که به‌دستش رسید با او تماس بگیرید تا در مورد محصول مورد نظر صحبت کنید.

نتیجه گیری

دستورالعمل بازاریابی تلفنی به اینجا ختم نمی‌شود و همچنان لیستی از بایدها و نبایدها در میان آن قرار دارد که در مقالات آتی به آن اشاره خواهیم کرد. البته دقت کنید که بهترین اطلاعات به‌صورت تجربی بدست می‌آیند. به همین خاطر یکی از دغدغه‌هایی که ما در راه مدیران داریم تدوین و ارائه اطلاعات و تجربیاتی است که در زمینه بازاریابی تلفنی در این سال‌ها بدست آورده‌ایم. در پایان از شما درخواست داریم که ضمن مطالعه مقالات و تمرین‌های منظم و روزانه، بهره‌وری کاریتان را افزایش دهید و هر روز به حد نصاب‌های

بالاتری برسید.

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