استراتژی فروش محصول تلفنی | ۴ مرحله تدوین یک برنامه فروش

بازاریابی تلفنی یکی از راه‌های ایجاد ارتباط با مشتریان و به دست آوردن اطلاعات مورد نیاز برای درک عمیق‌تر علایق و نیاز آنها است. تماس‌های بی نتیجه‌ای که توسط شرکت‌های نامعتبر به افراد می‌شود، سبب شده که مردم تصور غلطی نسبت به بازاریابی‌های تلفنی داشته باشند. به همین خاطر این روش مارکتینگی از حالت منحصر به فرد خود خارج شده و معمولاً نادیده گرفته می‌شود. استراتژی فروش محصول تلفنی چه به صورت مستقل و چه به صورت یکپارچه، ارزش مشارکت‌های انسانی و بازاریابی را افزایش می‌دهد. در این مقاله از مجله راه مدیران با ما همراه باشید تا بیشتر

با نحوه فروش از طریق بازاریابی تلفنی آشنا شوید.

کیفیت و کمیت سرنخ‌ها

هرچه کسب و کارها بیشتر به این موضوع پی ببرند که بین بازاریابی و فروش تلفنی تفاوت‌های بزرگی وجود دارد، کیفیت و کمیت سرنخ‌هایی که تولید می‌کنند بیشتر شده و در نتیجه راحت‌تر می‌توانند آنها را با تیم‌های فروش به اشتراک بگذارند. این امر مستلزم این است که بازاریابان تلاش کنند تا مشتریان بیشتری جذب کرده و اطمینان حاصل کنند که سرنخ‌های با کیفیتی برای فروش تولید می‌شوند. اگر سرنخ‌ها دارای شرایط مناسب نباشند، نمایندگان فروش در این راه تنها وقت خود را تلف می‌کنند.

تولید سرنخ‌ها در بازاریابی تلفنی می‌تواند نقش مهمی داشته باشد. بازاریاب‌های تلفنی باید با توجه به تجربه‌ای که دارند مستقیماً با مشتریان خود تعامل داشته و درک درستی از نیازهای آنها پیدا کنند. با دسترسی به این اطلاعات می‌توان پیام بازاریابی را به سرعت تنظیم کرد تا محصول بهتری برای هر مشتری ارائه شود. به خاطر داشته باشید که مهم‌ترین استراتژی فروش محصول تلفنی این است که بتوانید به صورت یکپارچه تلاش‌های تیم بازاریابی را با تیم فروش ادغام کنید.

فروش داخلی/ فروش از راه دور

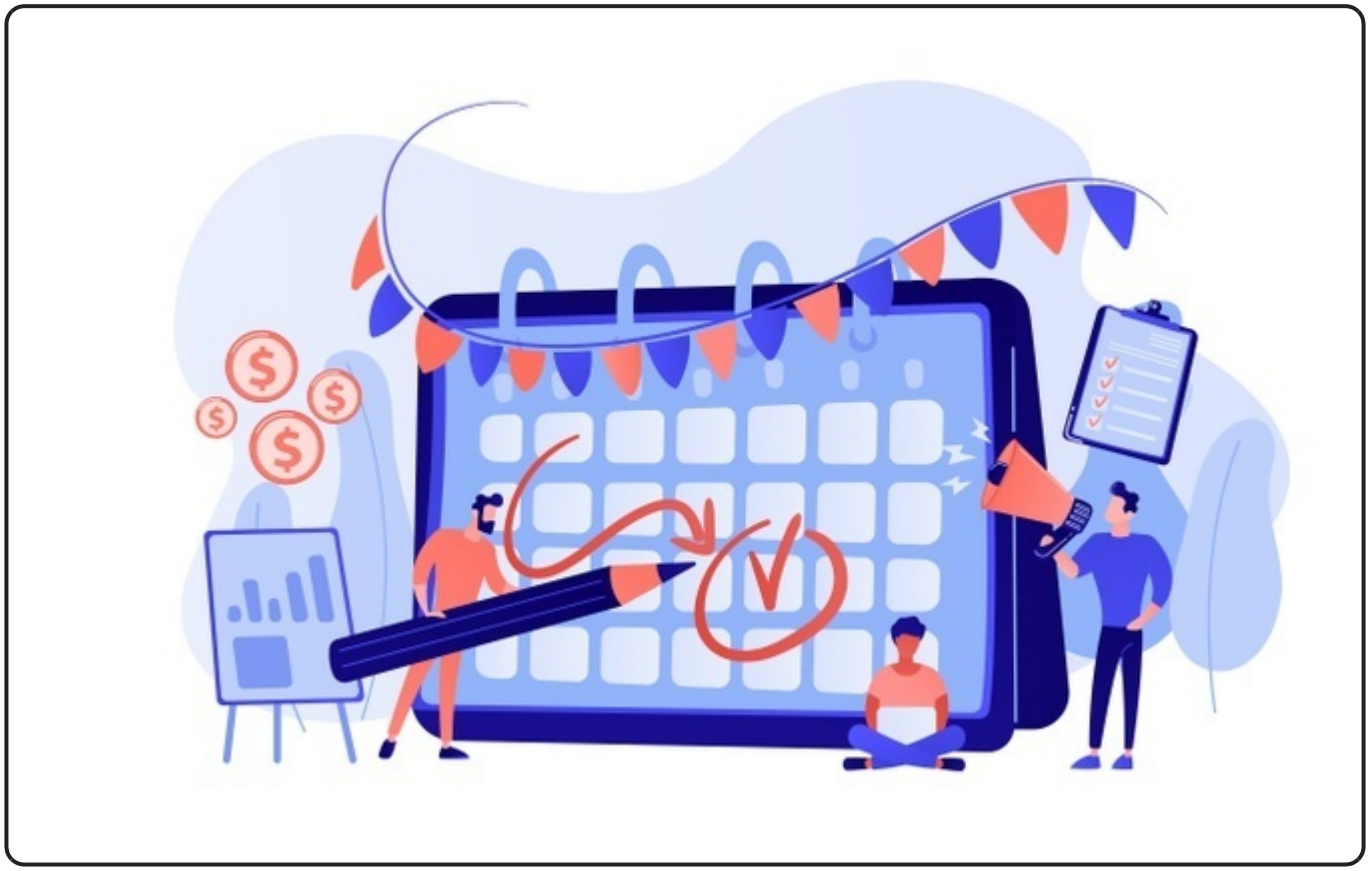
به طور کلی بازاریابی و فروش محصولات به یک تیم فروش چند ماهه نیاز دارد تا بتوانند پیشنهاداتی که ارزش بالایی دارند را به صورت استراتژیک با هم در میان بگذارند. پیشرفت در بسیاری از این موارد را می‌توان از راه دور نیز به دست آورد. هدف از فروش داخلی، ایجاد کردن تقاضا و ارتباط با مشتریان متعدد از طریق تماس تلفنی است. این امر به متخصصانی نیاز دارد که بتوانند روابط خود را از طریق تلفن توسعه دهند و محصولات را به فروش برساند.

یکی از راه حل‌هایی که می‌تواند در این زمینه به شما کمک کند، شراکت با یک شرکت متخصص است. این شرکت باید بتواند پشتیبانی فروش‌های داخلی و یا از راه دور را با کارایی بالا و کیفیتی عالی در کل چرخه خرید از تماس‌های سرد گرفته تا فروش با تراکنش‌های بالا را مدیریت کند.

ایونت‌های بازاریابی

برگزاری ایونت‌ها، سمینارها و وبینارها می‌توانند راه‌حلی فوق‌العاده برای ایجاد فرصت‌های فروش با کیفیت بالا باشند؛ جایی که مشتریان حاضر هستند تا زمان و انرژی خودشان را برای اطلاع از مزایای محصول یا راه حلی که ارائه می‌دهید اختصاص دهند. صحبت مستقیم با افراد، روشی بسیار قدرتمند برای جلب علاقه آنها

و همچنین یک فرصت منحصر به فرد برای این است که علت پاسخ ندادن آنها به دعوت‌نامه را دریابید.



علاوه بر این می‌توانید ببینید که در فرآیند خرید در کدام مرحله قرار دارند و پیشنهاد شما چگونه می‌تواند به آنها کمک کند. وقتی استراتژی فروش محصول تلفنی به صورت حرفه‌ای انجام شود، پشتیبانی خوبی هم برای مشتریان فراهم خواهد شد. این پشتیبانی شامل ایجاد تقاضا برای رویدادها، اطمینان از مدیریت موثر، ثبت نام‌ها، افزایش دقت در داده‌های مشتریان احتمالی، و همچنین باز نگه داشتن خطوط ارتباطی، پس از برگزاری ایونت برای فروش و

تشویق برای حضور مجدد در ایونت است.

تفاوت بین بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی

بازاریابی تلفنی نوعی بازاریابی مستقیم است که در جهت فروش محصولات و تجربه مشتری پیش می‌رود. این اهداف شامل ایجاد آگاهی در جمع‌آوری داده‌ها، تولید سرنخ، تنظیم قرار ملاقات‌ها و تحقیقات بازار و غیره است. بهترین استراتژی فروش محصولات تلفنی متعلق به سازمان‌های خیریه و کمپین‌های سیاسی موفق هستند. از سوی دیگر می‌توان گفت که فروش تلفنی بخشی از یک بازاریابی تلفنی است که در تعامل نزدیک با تیم بازاریابی عمل می‌کند. اما در مقابل، فروش تلفنی با چالش‌های متعددی مانند اطلاع رسانی به مشتریان، واجد شرایط بودن آنها، فروش محصولات و غیره روبه رو خواهد بود.

چگونه می‌توانیم فروش تلفنی انجام دهیم؟

هدف بازاریابی تلفنی این است که از طرف مشتریانی که می‌خواهند محصولی را سفارش دهند، اطلاعات بیشتری در مورد یک محصول یا خدمات دریافت کنند، یا با پشتیبانی صحبت کنند، تماس دریافت کنید. فروش تلفنی به داده‌های مرتبط و اطلاعات به موقعی که در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد، بستگی دارد. جالب است که بدانید

ده‌ها کسب و کار به دلیل نداشتن استراتژی مناسب برای فروش تلفنی میلیون‌ها دلار ضرر کرده‌اند.

دلیل ضرر کردن این شرکت‌ها این بود که اگر تبلیغات به دست مشتریان می‌رسید و برای کسب اطلاعات بیشتر درخواست و یا سفارشی داشتند، این شرکت‌ها نمی‌توانستند به همه سوالات آنها پاسخ دهند. زیرا بخش مناسبی برای پاسخگویی به مشتریان وجود نداشت و در نتیجه همه شهرت، فروش، مشتریان، و پول خود را از دست می‌دادند.

اهمیت فروش تلفنی در این است که سریع‌ترین منبع ارتباطی و از سوی دیگر ارزان‌ترین راه برای برقراری ارتباط با مشتریان برای فروش یا

سفارش یک محصول باشد. در این‌باره استراتژی‌های مختلفی وجود دارد که می‌توانید در فروش تلفنی خود از آنها استفاده کنید. به یاد داشته باشید که تنظیم برنامه استراتژی فروش محصول تلفنی بسیار مهم بوده و می‌توانید سود خود را از طریق آن افزایش دهید. در ادامه با چند مورد از آنها آشنا شوید:

مراحل تنظیم استراتژی فروش محصول تلفنی

۱. تجزیه و تحلیل مداوم داده‌ها

شما باید اطلاعات خود در مورد مشتریان‌تان را به روز نگه دارید. دائماً داده‌های خود را با افزودن حساب‌های جدید، مخاطبین جدید، اطلاعات جدید از محصولات‌تان شکل دهید. این کار باعث می‌شود که شرکت و نیروی فروش شما در شکل و شمایل جدید باقی بماند و سود شما به طور چشمگیری افزایش یابد.

۲. اجرای جلسات آموزشی فروش تلفنی

هدف اصلی برگزار کردن جلسات آموزشی، افزایش مهارت فروش و بهره‌وری است. بدین ترتیب کارکنان در تکنیک‌های فروش و متقاعد کردن افراد، باهوش‌تر می‌شوند. مطالعه، تمرین و تسلط بر تکنیک‌های فروش تلفنی نمایندگان را قادر خواهد ساخت که بتوانند استراتژی مکالمه خود را در لحظه به صورت صحیح تغییر

دهند.

۳. دنبال کردن اسکریپت‌های فروش

اکثر متخصصان بر این موضوع اتفاق نظر دارند که یک اسکریپت بازاریابی تلفنی اگر به خوبی نوشته شده باشد امکان مدیریت موثر، تعاملات تماس‌های مختلف، همچنین تبدیل کردن نمایندگان فروش از سطح متوسط به سطح حرفه‌ای را امکان پذیر می‌کند. استفاده از اسکریپت به عنوان یک راهنما است که به شما کمک می‌کند پیام خود را واضح و با اطمینان ارائه دهید.

۴. افزایش مشارکت کارکنان

به این نکته توجه داشته باشید که تعامل درون تیم، برای موفقیت کلی تیم بسیار مهم است. عوامل فروشی که به طور فعال با رئیس بخش خود و یکدیگر در تعامل هستند موفق‌ترین خواهند بود. آنها می‌توانند به یکدیگر کمک کنند و در مورد وضعیت فروش محصولات خود باهم صحبت کنند. علاوه بر این اگر زمان زیادی برای رسیدن به اهداف فروش خود دارید، می‌توانید نمایندگان را با پاداش جذب کنید. این کار به کارکنان فروش شما انرژی می‌دهد.

سخن پایانی

تمام نکاتی که در این مقاله برای استراتژی فروش محصول تلفنی گفته شد جزو بهترین نکات فروش هستند که ثابت شده بوده و باعث فروش محصولات شما می‌شوند. اما برای آشنایی اصولی و دقیق استراتژی فروش محصول تلفنی پیشنهاد ما شرکت در دوره «فوق ستاره فروش تلفنی» است. در این دوره تمامی موارد مهم برای فروش موفق، در قالب ویدیوهای کاربردی به شما عزیزان توضیح داده می‌شود.

برای دیدن سرفصل های این دوره اینجا کلیک کنید

در نهایت از این که با ما تا پایان مطلب همراه بودید ممنونیم.

[box type="info" align="" class="" width=""]ایـن مطلـب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[box/]

[box type="shadow" align="aligncenter" class="" width=""]

لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی
[box/]

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 در انتهای صفحه تماس کارشناسان ما باشید.

نظر شما برای ما ارزشمند است!

با ثبت نظرات خود، به دیگران کمک می‌کنید تا با آموزش ها و خدمات ما آشنا شوند، منتظر دیدگاه‌های ارزشمند شما هستیم!