



فروش تلفنی چیست و چگونه می‌توان تبدیل به یک فروشنده تلفنی حرفه‌ای شد؟

فروش تلفنی یکی از روش‌های فروش مستقیم است که یک روش مطمئن و تضمینی برای فروش به حساب می‌آید. علت اینکه فروش تلفنی راهکار بسیار ارزشمندی برای فروش به شمار می‌رود هم همین امکان مکالمه مستقیم با تعداد زیادی خریدار است. به همین دلیل یک کارشناس فروش تلفنی باید از مهارت ارتباط موثر و درک بالا از حقوق مشتری برخوردار باشد.

به عنوان یک فروشنده تلفنی شما زمان زیادی را در تماس مستقیم با مشتری قرار دارید؛ لذا برای کاهش خطاهای احتمالی در مواجهه با مشتریان بهتر است مهارت‌های خود را در این زمینه افزایش داده و



وضعیت خود را پایش کنید تا هر روز یک قدم بهتر شوید؛ یا به عبارت دیگر، به یک فروشنده تلفنی فوق‌العاده تبدیل شوید. در این مقاله سعی شده ضمن تعریف فروش تلفنی، راهکارهایی جهت افزایش بهره‌وری را با شما در میان بگذاریم، با ما همراه باشید.

فروش تلفنی چیست و چه تفاوتی با بازاریابی تلفنی دارد؟

فروش تلفنی، فروش محصولات یا خدمات از طریق تلفن است. به عنوان یک کارشناس فروش تلفنی، شما مستقیماً از طریق تلفن با مشتریان جدید، بالقوه و مشتریان فعلی تماس می‌گیرید با این هدف که آنها را تشویق به خرید کنید.

دو نوع فروش تلفنی وجود دارد: فروش تلفنی تماس‌های ورودی و فروش تلفنی تماس‌های خروجی. آنهایی که تماس‌های ورودی را پاسخ می‌دهند با مشتریان احتمالی و مشتریان فعلی طرف هستند در حالی که کارشناسان فروش تلفنی خروجی با سرنخ‌های تولید شده در بخش بازاریابی که قبلاً به آنها ارائه شده است، تماس می‌گیرند تا فروش انجام دهند.

فروش تلفنی نیاز دارد که صبور، متقاعدکننده و پیگیر باشید. همچنین به مهارت‌های ارتباطی و تلفنی استثنایی، تجربه تایپ کردن ده انگشتی و توانایی پیشرفت در محیط اداری نیاز خواهید داشت.



هدف از فروش تلفنی ایجاد یک رابطه تجاری تکرار شونده از طریق روابط سازنده با مشتری است. کارشناسان فروش تلفنی با مشتریان تماس می‌گیرند تا محصولات، خدمات و پیشنهادات ویژه فروش را تبلیغ کرده یا قرار ملاقات‌هایی را برای کارشناسان فروش حضوری تنظیم کنند.

تفاوت بین بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی چیست؟

فروش تلفنی شامل فروش مستقیم به مشتریان از طریق تلفن است، اما بازاریابی تلفنی دامنه وسیع‌تری دارد.



بازاریاب‌های تلفنی از تماس تلفنی برای ایجاد علاقه، ارائه اطلاعات، دریافت بازخورد مشتری و در نهایت تولید سرنخ استفاده می‌کنند.



نقش بازاریابی تلفنی ایجاد فرصت‌های فروش است، در حالی که فروش تلفنی فرصت‌ها را به فروش و روابط تجاری تکرارشونده در زمینه خرید محصولات یا خدمات یک شرکت تبدیل می‌کند.

برای درک بهتر بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی، وظایف آنها را در نظر بگیرید:

بازاریابی تلفنی

اهداف بازاریابی تلفنی عبارت است از:

- ارائه اطلاعات به مشتری در مورد محصولات یا خدمات شرکت با هدف ایجاد علاقه به برند
- کمک به تیم‌های فروش تلفنی برای شناسایی مرغوبیت سرخ‌های فروش
- ارائه داده‌های قابل اعتماد و کاربردی برای حمایت از تیم فروش تلفنی جهت افزایش کارایی و بهره‌وری
- ایجاد علاقمندی در مشتریان با تبلیغ پیشنهادات جدید
- تبدیل درخواست‌های مشتری به فرصت‌های فروش برای استفاده در بخش فروش تلفنی
- ارائه تحقیقات بازار از طریق تماس‌های خارجی نظیر نظرسنجی‌ها و جمع‌آوری اطلاعات



• بررسی رضایت مشتری بعد از انجام خدمات یا فروش کالا

فروش تلفنی

اهداف یک کارشناس فروش تلفنی عبارتند از:

- استفاده از داده‌های ارائه شده توسط کارشناسان بازاریابی تلفنی برای دنبال کردن سرخ‌های مرغوب با متقاعدسازی مشتری و پشتکار
- تبدیل سرخ‌ها به مشتری
- کاهش هزینه‌ها در هر فروش و افزایش نرخ تبدیل با کاهش هزینه‌های سفر و تعداد جلسات حضوری و کاهش تعداد ویزیتور در محل مشتری
- کمک به کاهش تعداد افراد در تیم فروش با بهره‌ور کردن عملکرد فروش شخصی
- برقراری تماس سرد و کمک به کاهش واکنش منفی سرخ‌ها
- ارائه شناخت برند به وسیله ایجاد تصویر عالی از یک شرکت برای خریداران از طریق روابط مؤثر و کارکردگرا با مشتری، همدلی و مهارت‌های ارتباطی مؤثر.

وظایف کارشناس فروش تلفنی

وظایف یک کارشناس فروش تلفنی از تولید سرخ تا فروش



مستقیم و ارتباط با مشتری را شامل می‌شود. یک کارشناس فروش تلفنی مؤثر، سرنخ‌ها را به نتیجه می‌رساند و اطمینان حاصل می‌کند که مشتریان به اندازه کافی برای ادامه تجارت با شرکت آماده هستند. وظایف کارشناس فروش تلفنی عبارت است از:

تولید سرنخ

کارشناسان فروش تلفنی نقشی حیاتی در ایجاد سرنخ برای تیم فروش ایفا می‌کنند. آنها از طریق تلفن با مشتریان بالقوه و فعلی تماس می‌گیرند تا آنها را از محصولات، خدمات و پیشنهادات شرکت مطلع کنند. کارشناسان فروش تلفنی همچنین در تماس‌های ورودی، تماس‌های تلفنی افرادی را دریافت می‌کنند که به کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات مستقیم پاسخ می‌دهند.

آنها از یک متن از پیش مشخص شده پیروی می‌کنند تا مشتریان بالقوه‌ی آماده خرید و کسانی که احتمالاً پیشنهادات آنها برایشان جذاب بوده را به مشتری تبدیل کنند. این فرآیند سنجش صلاحیت قبل از فروش نهایی، به تیم فروش و ویزیتورهای حضوری کمک می‌کند تا سریع‌تر کار را پیش ببرند و در نتیجه باعث خواهد شد که نرخ تبدیل مشتری افزایش یابد.



فروش مستقیم

کارشناسان فروش تلفنی علاوه بر ایجاد آگاهی در مورد محصولات یا خدمات، وظایف فروش مستقیم را نیز بر عهده دارند. با همکاری با بازاریابان تلفنی و تیم فروش حضوری، این کارشناسان می‌توانند از داده‌های فروش قبلی در جهت هدف قرار دادن مشتریان برای تبدیل به مشتریان وفادار با یک رابطه تجاری بلند مدت استفاده کنند. کارشناسان فروش تلفنی همچنین می‌توانند مرغوبیت سرنخ‌ها را بسنجند که می‌تواند به روشن شدن وضعیت تمایل مشتری برای خرید کمک کرده و در نهایت لیست سرنخ مرغوب‌تری تهیه کنند.

سفارشات را بگیرد و پردازش کند

کارشناسان فروش تلفنی سفارشات را برای برآورد وضعیت سهمیه



فروش و موجودی انبار می‌گیرند و پردازش می‌کنند. آنها خریدهای تکراری یک مشتری خاص را مدیریت می‌کنند، که فرصت‌هایی را برای فروش به مشتریان فعلی، فراهم می‌کند. وقتی مشتریان سفارش‌های جدید می‌دهند، کارشناسان از متن‌های از پیش آماده شده برای ارائه محصولات یا خدمات بیشتر، بر اساس رفتار مطالعه شده خرید گذشته مشتری، استفاده می‌کنند. در واقع این متون با مطالعه وضعیت مشتری در گذشته به دست می‌آید. این موضوع به افزایش فروش و سود شرکت کمک خواهد کرد و به تیم فروش اجازه می‌دهد تا روی فروش در این زمینه تمرکز کند.

خدمات مشتری

ارائه خدمات مناسب به مشتریان بخشی از وظایف کارشناس فروش تلفنی است. برای تشویق مشتریان به ادامه رابطه و خریدهای بعدی از شرکت‌شان، کارشناسان پس از فروش با آنها تماس می‌گیرند تا مطمئن شوند که از محصول یا خدمات دریافتی راضی هستند. همین‌طور سوابق مشتریان را در یک پایگاه داده جمع‌آوری و به روز می‌کنند. داشتن مهارت‌های عالی تایپ و تلفن در این مرحله می‌تواند کمک بزرگی به جمع‌آوری اطلاعات کاربردی کند.



کارشناسان فروش تلفنی همچنین مشتریان را بر اساس مطالعه رفتار در خریدهای پیشین و ترجیحات و نیازهای جمع‌آوری شده از مشتری، از پیشنهادات جدید مطلع می‌کنند. بخشی از وظایف خدمات مشتریان آنها ارائه اطلاعات دقیق در مورد شرکت، محصولات یا خدمات آن، تبلیغات و سایر مواردی است که به شناخت مشتری از محصول و خدمات شرکت کمک می‌کند. ضرورت دارد که کارشناسان فروش تلفنی دانش عمیقی از سازمان خود و پیشنهادات آن داشته باشند.



حل اختلاف

کارشناسان فروش تلفنی باید مهارت‌های حل اختلاف خوبی داشته باشند. از آنجایی که همیشه با مشتریان صحبت می‌کنند، این مهارت به رسیدگی سریع به شکایات آنها قبل از تبدیل شدن به مسائل بزرگ کمک می‌کند. همچنین به مشتریان اجازه می‌دهد تا حداکثر رضایت را از خرید خود احساس کنند و اعتبار شرکت را نیز افزایش خواهد داد.

گزارش‌های فعالیت

یک کارشناس فروش تلفنی گزارش فعالیت‌های خود را ایجاد و به روز می‌کند. این گزارش‌ها تعداد تماس‌ها، سرخ‌ها، مشتریان، فروش و سایر آمارهای حیاتی را در بر می‌گیرد که می‌تواند نهایتاً به افزایش درآمد کمک کند.

رسیدن به اهداف فروش

نمایندگان فروش تلفنی باید اهداف فروش ماهانه و سه ماهه را مطابق با اهداف درآمدی شرکت برآورده کنند. آنها باید حداقل تعداد تماس مشخصی را برقرار کنند و تعداد فروش مشخصی را نیز انجام دهند که آنها را به حد نصاب خود برساند.

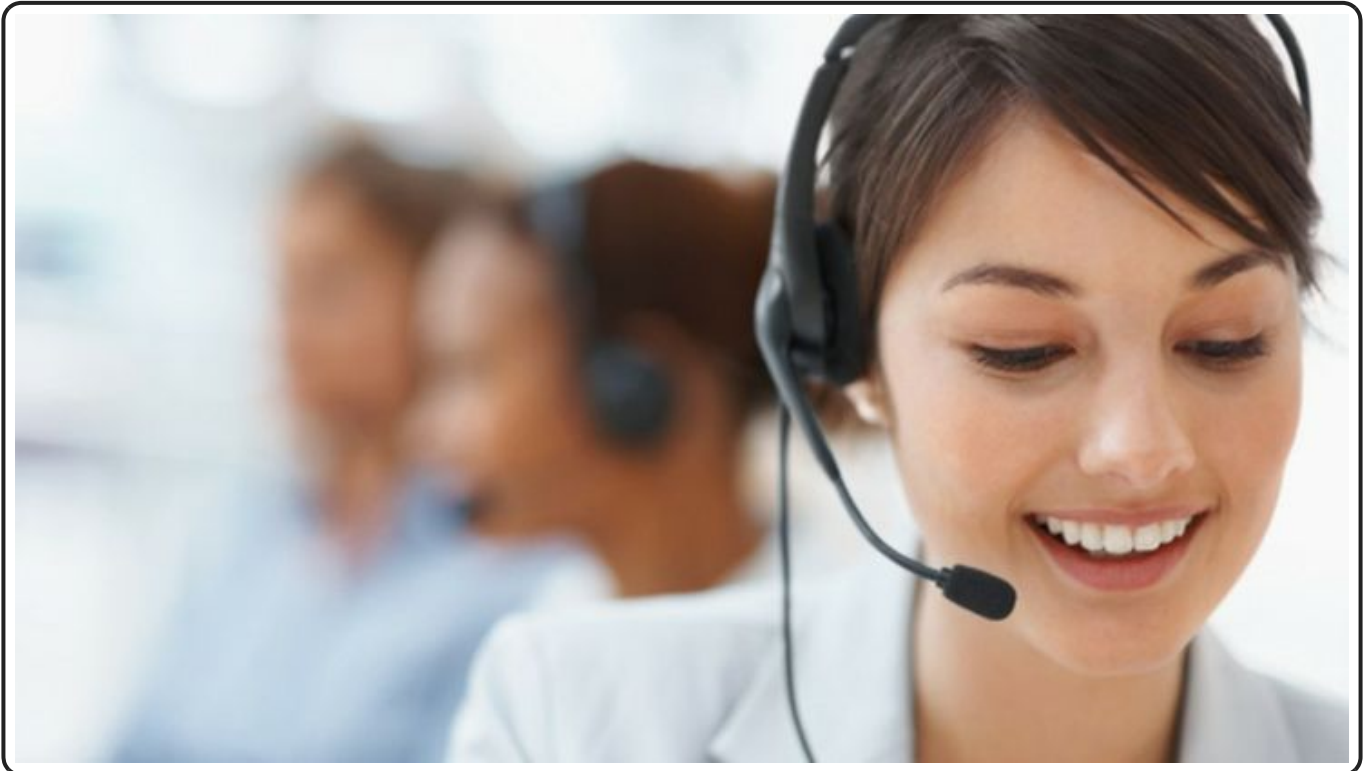


مهارت‌های نمایندگی فروش تلفنی

کارشناسان فروش تلفنی ملزم به داشتن مهارت‌هایی هستند که کارشناسان فروش حضوری هم دارند. به این دلیل که آنها تمام موارد متقاعدسازی و فروش تلفنی را بدون ملاقات فیزیکی انجام می‌دهند. در اینجا به مهارت‌های مهمی اشاره می‌کنیم که باید برای برتری در موقعیت شغل فروش تلفنی به آنها توجه ویژه داشته باشید:

ارتباط

نمایندگان فروش تلفنی موفق باید مهارت‌های ارتباطی خوبی هم داشته باشند. آنها باید بتوانند گفتگوهای کارآمد و معناداری را با غریبه‌ها شروع و حفظ کنند.



کارشناسان فروش تلفنی می‌توانند به سرعت از لحن و صدای فردی را که با او صحبت می‌کنند، استفاده کرده تا صدای خود را برای ایجاد ارتباط بهتر تنظیم کنند. به علاوه لازم است زبان مشتری را درک کنند و بتوانند مفاهیم دشوار را با عبارات قابل درک و آسان توضیح دهند. آنها علاوه بر اینکه با عبارات واضح صحبت می‌کنند، باید فعالانه گوش دهند و به اندازه کافی صبور باشند تا نگرانی‌های مشتریان را بطور کامل متوجه شوند. این موضوع به آنها اجازه می‌دهد تا تجربیات شخصی را برای بهبود رضایت مشتری ایجاد کرده و ارائه دهند.



مهارت‌های بین فردی

کارشناسان فروش تلفنی باید مهارت‌های بین فردی خوبی هم داشته باشند. دقت کنید که فروش تلفنی مستلزم توانایی ایجاد ارتباط با طرف مقابل بدون دیدن آنها است.

این مهارت شامل استفاده از همدلی، صبر و متقاعدسازی برای تبدیل سرنخ‌ها به مشتری جدید و از طرف دیگر متقاعد کردن مشتریان فعلی برای انجام خرید جدید است. هوش عاطفی، گوش دادن فعال و حل تعارض نیز از جمله مهارت‌های حیاتی برای ایجاد رابطه تجاری مستمر هستند.

تجربه در فروش

کارشناسان فروش تلفنی باید در زمینه فروش دانش کافی داشته باشند. کارفرمایان افرادی را می‌خواهند که بتوانند با موفقیت حد نصاب‌های فروش را از طریق تلفن انجام دهند، قرار ملاقات حضوری یا آنلاین بگذارند و بتوانند سرنخ‌ها را پیگیری کنند. آنها باید بدانند که چگونه مرغوبیت مشتریان بالقوه را بسنجند و خریداران قبلی را برای خرید محصولات یا خدمات بیشتر متقاعد کنند. یک کارشناس فروش تلفنی عالی برای رسیدگی به شکایات مشتریان و متقاعد کردن آنها به خرید با نرخ‌های مناسب، به مهارت‌های مذاکره خوبی هم نیاز دارد.



آشنایی با سیستم‌های تلفن و کامپیوتر

یک کارشناس فروش تلفنی خوب، باید دانش کاری لازم در مورد سیستم‌های تلفن را داشته باشد. همچنین باید در مورد نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری CRM و برنامه‌های کامپیوتری مورد نیاز برای انجام وظایف خود، اطلاعات کافی داشته باشد.



یادگیری سریع

کارشناسان فروش تلفنی باید دانش و درک عمیقی از محصولات یا خدمات داشته باشند تا بتوانند مزایای آن را برای مشتریان توضیح دهند و آنها را متقاعد کنند که از شرکت خرید نمایند. این امر مستلزم آن است که سریع یاد بگیرند و منعطف باشند.



خونسردی

اگر می‌خواهید شغل فروش تلفنی را دنبال کنید، باید خلق و خوی خونسردی داشته باشید. گاهی اوقات ممکن است شخصی که در طرف دیگر تلفن قرار دارد علاقه‌ای به صحبت نداشته باشد و این امر منجر به ایجاد موقعیت‌های پر تنش شود. شما باید بتوانید با آرامش با او کنار بیایید بدون اینکه اجازه دهید رفتار او روی شغل شما تأثیری بگذارد.

سوالات متداول مصاحبه برای نمایندگان فروش تلفنی

در ادامه سوالاتی آورده شده که ممکن است در جلسات مصاحبه یا جلسات ارزیابی عملکرد کارشناس فروش تلفنی، از شما پرسیده شود. بد نیست برای آشنایی بیشتر، قبل از مصاحبه نگاهی به این سوالات بیاندازید:

- چرا به فروش تلفنی علاقه دارید؟
- تفاوت بین بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی چیست؟
- آیا با برقراری تماس سرد مشکل دارید؟
- چگونه با رد شدن از سمت مشتریان کنار می‌آیید؟
- چه چیزی در مورد فروش از راه دور نظر شما را جلب کرده که



- ممکن است به آن علاقمند باشید؟
- زمانی را توصیف کنید که با موفقیت فردی را متقاعد به خرید یک محصول یا خدمات کردید.
- چگونه با یک مشتری سرکش تلفنی برخورد می‌کنید؟
- آیا می‌توانید از رسانه‌های اجتماعی و سایر ابزارهای ارتباطی استفاده کنید؟
- آیا تجربه کار با نرم افزار CRM را دارید؟

۶ تکنیک مهم برای بهبود عملکرد فروش تلفنی

با توجه به تجربه و بازخورد کارشناسان فروش، می‌توان نتیجه گرفت که در صورتی که یک شرکت ابزار و کارکنان مناسبی داشته باشد، بهبود فروش تلفنی آسان‌تر خواهد بود. وقتی یک شرکت پول زیادی دارد و می‌تواند برای بهبود عملکرد فروش تلفنی سرمایه‌گذاری کند، اوضاع معمولاً بهتر می‌شود.

با این حال، راه‌های ارزان‌تری هم وجود دارد که می‌توانید فروش تلفنی خود را به بهترین نحو ممکن انجام دهید. اول از همه، باید مکالمات با مشتری را ضبط کنید تا نقاط ضعف و قوت را بیابید. مهم این نیست که چه می‌گویید، نحوه بیان آن مهم است. دقت کنید که وضعیت عاطفی کارشناسان بر گفتگو تأثیر می‌گذارد. یک کارشناس فروش تلفنی باید در ساعات آزاد روی صدا و گفتار خود کار کند. با این کار آنها مهارت‌های مناسب برای مدیریت مکالمات را



کسب خواهند کرد.

قدرت کلمات را دست کم نگیرید

از کلمات منفی و ضعیف بپرهیزید و به جای آنها کلمات قدرتمند را استفاده کنید. کلمات منفی و ضعیف مانند: نه، نمی‌توانم، باید، ممکن است یا حتماً، پتانسیل و انرژی نهفته‌ای دارند. مشتریان جدید، ضعف این کلمات را احساس می‌کنند. بعد از چند دقیقه صحبت، آنها شروع به خمیازه کشیدن کرده و ممکن است علاقه‌ای به ادامه مکالمه نشان ندهند.

با وجود این، ده‌ها کلمه قدرتمند وجود دارد که باید در فروش استفاده کنید: شگفت‌انگیز، رایگان، در نهایت، هدیه، تخفیف، معامله، راحت و آسان، تضمین شده، بهبود یافته، محدود. وقتی از کلمات قدرتمند استفاده می‌کنید، اعتماد به نفس خود را در مکالمه حفظ خواهید کرد. در مورد کلمات قدرتمند کمی بیشتر فکر کنید و کلمات قدرتمندی که می‌شنوید را در جایی یادداشت نمایید.



فراموش نکنید که مشتریان از کسانی که مطمئن هستند خرید می‌کنند. وقتی از کلمات ضعیف استفاده می‌کنید، مشتری آن را احساس کرده و از خرید منصرف می‌شود و حتی نمی‌خواهد به ادامه توضیحات شما گوش کند.

کالا و خدمات شرکت را به خوبی بشناسید

تحقیق عمیق درباره مخاطبانی که به آنها کالایی می‌فروشید به شما قدرت می‌دهد. زمانی که کارکنان اطلاعات کافی درباره محصول و مخاطبان آن ندارند، نمی‌دانند چه بگویند و چطور بفروشند. اگر محصول را نشناسید و درباره آن مطالعه نکرده باشید، نمی‌توانید آن

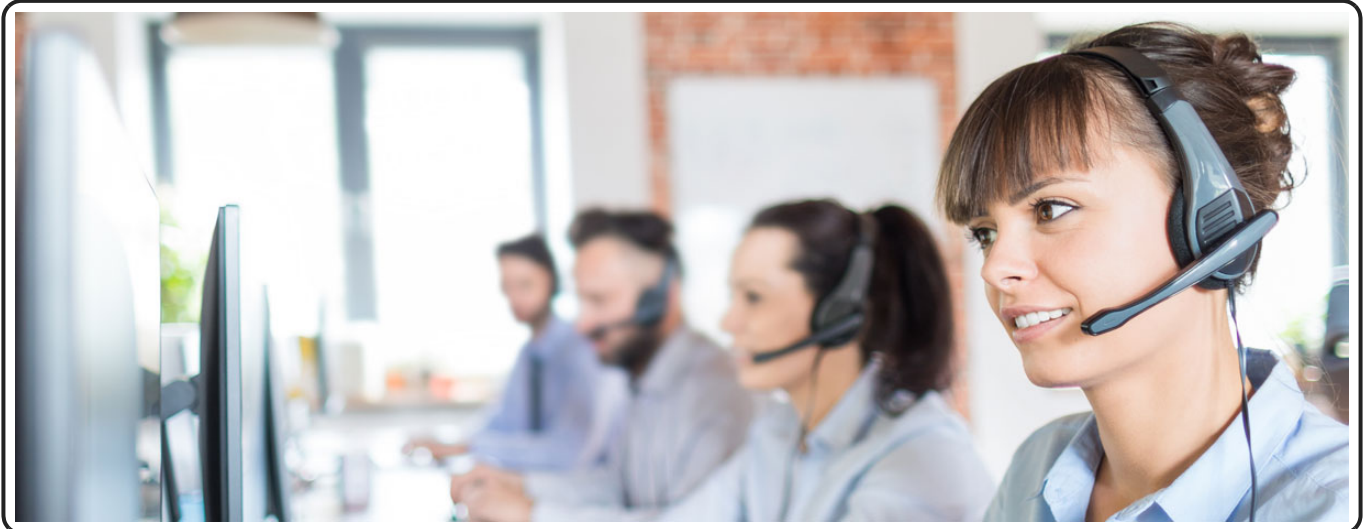


را به کسی بفروشید. هنگامی که مزایای یک محصول را مطالعه می‌کنید - نه فقط ویژگی‌ها- می‌توانید مزیت اصلی محصول را در میان سایر محصولات موجود در بازار ببینید. به این ترتیب شانس این را دارید که آن را به شیوه‌ای درست ارائه دهید.

هر محصول یا خدمات چیزی دارد که رقیب شما آن را ندارد. شما باید پیشنهاد فروش منحصر به فرد خود را به آن چیز نسبت دهید. به عنوان مثال، محصول شما دارای یک ضمانت معتبر و یک گزینه بازپرداخت کامل به مدت ۶ ماه است. این می‌تواند پیشنهاد فروش منحصر به فرد شما باشد که محصولتان را از سایرین متمایز می‌کند.

خوب گوش کنید

مهارت خوب گوش دادن در یک فرایند موفق فروش تلفنی نقش مهمی را ایفا می‌کند. درست است که صحبت کردن یک مهارت عالی به حساب می‌آید، اما گوش دادن نیز به همان اندازه - بلکه بیشتر- مهم است. وقتی با مشتری صحبت می‌کنید، باید به سرعت اطلاعات حیاتی را از کلمات او استخراج نمایید. بسته به نوع مخاطب، باید بدانید که چگونه از احساسات، باورها، خواسته‌ها و نیازهای او به نفع فروش استفاده کنید. با این کار، مکالمه را به روشی که می‌خواهید مدیریت می‌کنید.



مزیت‌ها را برشمارید

همیشه در مورد مزایا صحبت کنید نه ویژگی‌ها. مشتری واجد شرایط در سرنخ‌ها، از قبل با ویژگی‌های محصول شما آشنا است. پس نیازی نیست چیزی را بگویید که مشتری از قبل می‌داند. مشتریان از سایر مزایای محصول شما اطلاعی ندارند. او نمی‌داند چه محصول یا خدماتی می‌تواند برایش مناسب باشد. شما باید با شناخت و برجسته کردن مزایا، ثابت کنید که محصول شما از همه متمایز است.

خوب شروع کنید، بهتر به اتمام برسانید!

یک شروع و پایان خوب در یک مکالمه، درصد فروش موفق را افزایش می‌دهد. وقتی با مشتری تماس می‌گیرد، ممکن است در ابتدا با مخالفت‌هایی روبرو شوید. بهتر است در ابتدای تماس بر



این مخالفت‌ها غلبه کنید. چطور؟ با یک گفتگوی صمیمانه و در عین حال، قاطع. البته، به این معنی نیست که اگر در شروع مکالمه خود شکست خوردید، همه چیز از دست رفته است.

پایان گفتگو را فراموش نکنید. در پایان، لازم است چند کلمه گرم بگویید، مانند: «متشکرم از وقتی که در اختیار ما گذاشتید»، یا «ما بابت فرصتی که برای ما گذاشتید سپاسگزاریم» و غیره. مشتری از شنیدن این جملات خوشحال می‌شود. زیرا این روزها اغلب مشتریان به شدت تحت فشار هستند و چند کلمه گرم همان چیزی است که یک مشتری به آن نیاز دارد.

مشتریان قدیمی را عزیز بدانید

فروش به مشتریان قبلی بهتر از فروش به مشتریان جدید است. مشتری قبلی و آشنا بیش از هر کس دیگری برای شرکت سود می‌آورد. تماس‌های منظم یکی از راه‌های تقویت روابط شما با مشتریان قبلی و دائمی کردن این روابط است.

چرا و چگونه فروش تلفنی انجام دهیم؟

تیم فروش تلفنی، به ویژه یک کارشناس فروش تلفنی، به داده‌های مرتبط و اطلاعات به موقع در مورد مشتریان بالقوه و مشتریان قبلی نیاز دارد تا بتواند استراتژی مناسبی تدوین کند. جالب اینجاست که



ده‌ها کسب‌وکار به دلیل فقدان استراتژی تماس سرد یا کمپین فروش تلفنی، میلیاردها ضرر کرده‌اند و خواهند کرد.

زمانی که درخواست‌ها و سفارش‌ها و در نتیجه تماس‌ها برقرار می‌شد، این شرکت‌ها نمی‌توانستند به همه سؤالات به موقع پاسخ دهند؛ زیرا یک مرکز تماس خوب در سازمان آنها وجود نداشت. در نتیجه، شهرت، فروش، مشتریان و پول خود را از دست می‌دادند. این وضعیت این روزها همچنان ادامه دارد. شرکت‌ها از تکنیک‌های فروش تلفنی خوب استفاده نمی‌کنند و شکست می‌خورند.

اگر تبلیغات، درست به دست مشتریان برسد، آنها را برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد محصول یا خدمات شما مشتاق می‌کند. وقتی یک محصول یا خدمات عالی دارید، باید آن را در سریع‌ترین زمان ممکن به مشتریان بفروشید. شما باید با متقاعد کردن از طریق تلفن و تکنیک‌های فروش تلفنی، مشتریان بالقوه را به مشتری تبدیل کنید.



اهمیت فروش تلفنی کاملاً مشخص است. تلفن سریع‌ترین منبع ارتباطی در محیط B۲B (کسب و کار به کسب و کار) یا B۲C (کسب و کار به مشتری) است. همچنین این ارزان‌ترین راه ارتباطی برای رسیدن به فروش یا ثبت سفارش است. این دو مزیت فروش تلفنی را برای مشتریان و شرکت‌ها به طرز غیر قابل مقاومتی سودآور می‌کند. یک تیم فروش تلفنی عالی می‌تواند مشتریان بالقوه را جذب کرده و در چند تماس آنها را به مشتری جدید تبدیل کند.

برای سودآوری کمپین‌های فروش تلفنی، باید مطمئن شوید که اهداف شما واقعی و قابل دستیابی هستند. به عنوان مثال، شما می‌خواهید از طریق فروش در یک ماه به بازگشت سرمایه مثبت برسید. سپس می‌خواهید در ماه‌های آینده آن را ۱۰۰ درصد افزایش



دهید.

برای رسیدن به این هدف به یک مرکز تماس عالی با نرم افزار پاسخگوی اتوماتیک، سیستم CRM و تجربه خوب در فروش نیاز دارید. مرکز تماس فروش تلفنی تیمی متشکل از فروشندگان حرفه‌ای است که کمپین‌های ورودی یا خروجی را راه‌اندازی می‌کنند. مراکز تماس موفق از تکنیک‌های فروش استفاده می‌کنند که بر مزایای یک محصول خاص تاکید کرده و آن را به بهترین شکل ارائه می‌کند.

این مراکز تماس همچنین از نرم‌افزار شماره‌گیری استفاده می‌کنند که به آن‌ها اجازه می‌دهد تا روی هدف تماس تمرکز کرده و آن را در حداقل زمان ممکن انجام دهند. بدون نرم افزار شماره‌گیری پیشرفته، نرخ تبدیل خود را به میزان قابل توجهی کاهش می‌دهید.

استراتژی‌های فروش تلفنی و ۸ نکته طلایی

ده‌ها استراتژی وجود دارد که می‌توانید در کمپین فروش تلفنی خود از آنها استفاده کنید. در نتیجه، سود خود را افزایش دهید و سپس نرخ تبدیل را بیشتر کنید. ۸ نکته فروش تلفنی زیر می‌تواند شما را در این مسیر یاری دهد:



تجزیه و تحلیل مداوم داده‌ها

شما باید اطلاعات خود را در مورد مشتریان به روز نگه دارید. هر نوع داده‌ای هر از گاهی منسوخ می‌شود. شما باید دائماً داده‌های خود را با افزودن حساب‌های جدید، مخاطبین جدید، اطلاعات محصول و غیره تغییر شکل داده و به‌روزرسانی کنید. این کار باعث می‌شود شرکت و نیروی فروش شما در شکل مناسبی باقی بماند و سود شما را به طور چشمگیری افزایش دهد. برای مثال می‌توانید از تغییر بازار، پرداخت بدهی مشتریان، نحوه شناخت مشتریان از برند و غیره نیز استفاده کنید.

هیچ راه بهتری جز استفاده از معیارهای خاص و مشخص، برای پیگیری نتایج تیم فروش وجود ندارد. می‌توانید نموداری از یک متریک خاص بسازید و نتایج یک دوره خاص را مشاهده کنید. انواع مختلف معیارها نشان می‌دهد که چگونه نمایندگان در فروش و پشتیبانی مشتری موفق می‌شوند.

اما معیارها تنها راه برای ردیابی فعالیت یک کارشناس نیستند؛ روش دیگر، ارزیابی عملکرد و بررسی نتایج است. وقتی یک نماینده فروش تلفنی، فروش را به نتیجه می‌رساند یا پشتیبانی خوبی به مشتری ارائه می‌دهد، نشانه موفقیت است.



انتخاب حالت شماره گیری مناسب

مراکز تماس بدون نرم افزار شماره گیری منسوخ شده به حساب می‌آیند. مراکز تماس پیشرفته از نرم افزارهای مختص بازاریابی تلفنی استفاده می‌کنند که به آنها کمک می‌کند با افراد بیشتری تماس بگیرند و فروش را به نتیجه برسانند. برای انجام کمپین‌های تماس خروجی، با توجه به تعدد تماس‌ها، به نوع مناسبی از تنظیمات نرم افزارهای شماره گیری نیاز دارید. اهداف کمپین را تنظیم کنید و نوع مناسب نرم افزار شماره گیری را با توجه به این اهداف پیاده سازی نمایید.





اجرای جلسات آموزشی فروش تلفنی

هدف اصلی جلسه آموزش مرکز تماس، افزایش مهارت فروش و بهره‌وری است. با برگزاری این جلسات، کارکنان در به کارگیری تکنیک‌های فروش و متقاعد کردن افراد، باهوش‌تر و خبره‌تر می‌شوند. مطالعه، تمرین و تسلط بر تکنیک‌های فروش برای هر نیروی مارکتری بسیار مهم است. با انجام این کار، نمایندگان قادر خواهند بود استراتژی مکالمه خود را در لحظه مناسب تغییر دهند.

دنبال کردن اسکرپیت فروش

استفاده از متون از قبل آماده شده، همیشه موضوع بحث و جدل است. با این حال، اکثر متخصصان موافق هستند که یک اسکرپیت بازاریابی تلفنی که به خوبی نوشته شده است، امکان مدیریت موثر تماس‌های مختلف و همچنین شانس تبدیل کارشناسان فروش متوسط به حرفه‌ای را به سازمان می‌دهد. ایده نوشتن اسکرپیت از پیش آماده، صرفاً برای خواندن آن نیست؛ بلکه استفاده از آن به عنوان یک راهنما است که به شما کمک می‌کند پیام خود را واضح و با اطمینان ارائه کنید. در صورت استفاده صحیح، اسکرپیت فروش تلفنی مزایای زیر را به همراه دارد:

• به شما کمک می‌کند تا متدولوژی فروش خود را ایجاد کرده و به طور مداوم اصلاح و بهینه کنید.



- زمان کمتری صرف این کنید که در یک تماس خاص چه چیزی باید گفته شود و در نتیجه زمان بیشتری را برای گوش دادن به مشتری بالقوه صرف خواهید کرد.
- مبنایی برای سنجش عملکرد تیم فروش فراهم می‌کند.

زمان آن رسیده است که کارشناسان فروش یادداشتهای خود را تکمیل کنند

شما به عنوان یک کارشناس فروش در طول زمان تکمیل اطلاعات تماس، داده‌های مهم را در کارت مشتری و اسکرپیت تماس قرار می‌دهید. در این میان، قطع کردن این فرایند به محض رسیدن تماس بعدی می‌تواند تاثیر بدی در راندمان کاری شما بگذارد. اگر این اتفاق بیفتد، کم‌کم شروع به اشتباه می‌کنید یا اطلاعات اشتباهی را در محل‌های نامناسب قرار می‌دهید. کارشناس فروش تلفنی باید برای انجام کارهای معمول خود زمان داشته باشد.

توانمندسازی تیم فروش برای تصمیم‌گیری در لحظه

تیم‌های فروش در خط مقدم هستند و از بازخورد مشتریان به عنوان نقطه اصلی فروش استفاده می‌کنند. آنها مستقیماً با مشتری صحبت کرده و متوجه می‌شوند که چگونه باید در لحظه پیشنهاد فروش مناسبی ایجاد کنند. پس به هر دلیلی، کمرنگ کردن انگیزه کارشناسان فروش تلفنی به نفع شرکت نیست.



به علاوه شما باید به طور مداوم اسکریپت‌های بازاریابی تلفنی خود را به روز کنید. استراتژی فروش می‌بایست مطابق با تقاضای بازار تغییر کند. اگر کارشناس فروش تلفنی مرکز تماس شما دائماً شکست می‌خورد، باید این وضعیت را اصلاح کنید. راه حل مناسب این است که به آنها اجازه دهید برای مدتی آزادانه کار کنند تا نتایج را دنبال کنید و ببینید مشکل از کجاست.

افزایش مشارکت کارکنان

تعامل درون تیم فروش تلفنی، برای موفقیت یک کمپین بسیار مهم است. کارشناس فروش تلفنی‌ای که به طور فعال با مدیر بخش خود و یکدیگر در تعامل هستند، موفق‌تر از سایرین عمل می‌کنند. آن‌ها



می‌توانند به یکدیگر کمک کرده و در مورد وضعیت‌شان با هم صحبت کنند و جلسه بگذارند.

قرار دادن اطلاعات مشتری در مقابل کارشناس فروش تلفنی

هنگامی که یک کارشناس، اطلاعات مربوط به یک مشتری و تاریخچه تعاملات با او را می‌بیند، از همان ابتدا موفقیتی در انتظار او خواهد بود. با اطلاعات درست، یک کارشناس می‌تواند از راه مناسب مکالمه را شروع کند و در وقت خود و مشتری صرفه‌جویی نماید. قرار دادن اطلاعات مرتبط در مقابل کارشناسان، بخش بزرگی از استراتژی‌های فروش تلفنی موفق است.

برای دستیابی به اهداف، تیم فروش تلفنی باید جایزه بگیرد

اگر فاصله زیادی برای رسیدن به اهداف فروش دارید، می‌توانید نمایندگان را با پاداش، به کار بیشتر جذب کنید. پاداش در حین کار، بهره‌وری را بالا برده و به کارکنان فروش انرژی می‌دهد. این یکی از بهترین نکات فروش تلفنی است که ثابت شده و در کتاب تماس‌های میلیاردي نیز به آن اشاره شده است.



برای دیدن توضیحات کتاب
اینجا کلیک کنید

تکنیک‌های بازاریابی تلفنی موثر و نکات فروش

یک کمپین موفق تنها با استفاده از تکنیک‌های بازاریابی تلفنی موثر همراه و ممکن می‌شود. استفاده از بهترین شیوه‌های بازاریابی تلفنی در ترکیب با تکنیک‌های فروش تلفنی همیشه یک مزیت به حساب می‌آید. در این قسمت درباره نحوه سازماندهی یک کمپین فروش تلفنی و افزایش سود ده برابری آن نکاتی را خواهیم گفت.

توجه داشته باشید که با وجود تعدد رویکردها و نظرات درباره بازاریابی تلفنی، موارد زیر صرفاً برخی از استراتژی‌های بازاریابی تلفنی اثبات شده هستند که در پیش روی شما قرار می‌گیرند. موثرترین تکنیک‌های بازاریابی تلفنی می‌بایست برای هر شرکتی به صورت مشخص تعبیه شود تا با تعریف استراتژی درست، مسیر به سمت موفقیت فروش تلفنی، هموارتر گردد.



برنامه ریزی

این مرحله یکی از مراحل اولیه و حیاتی در تعیین استراتژی بازاریابی تلفنی شماست. بسته به درآمد سالانه، تعداد کارمندان، محصولات و خدمات، باید اهداف واقعی خود را ایجاد و مدیریت کنید. این برنامه ریزی تا حد زیادی به رشد واقعی شما در فروش کمک خواهد کرد.

پژوهش مخاطب

شما نمی‌توانید چیزی بفروشید یا به حل مشکلات مشتریان کمک کنید مگر اینکه روی مخاطب خود شناخت عمیق داشته باشید. به همین خاطر باید بدانید که چه نوع مخاطبی را جذب می‌کنید - سن، جنس، درآمد، باورها، خواسته‌ها، ترس‌ها و غیره. سوالاتی که شرکت‌ها باید قبل از اینکه با کمپین بازاریابی تلفنی به مخاطبان حمله کنند، بپرسند عبارت است از:

- این محصول یا خدمات خاص چگونه مشکلات آنها را حل می‌کند؟
- آیا تقاضا برای این محصول در بازار وجود دارد؟
- آیا می‌توانیم برای یک محصول یا خدمات تقاضا ایجاد کنیم؟
- چگونه نتایج فروش بازاریابی تلفنی را افزایش دهیم؟



- آیا این محصول یا خدمات کامل است؟
- چگونه بازده فروش تلفنی را افزایش دهیم؟

ابزار مناسب برای کمپین‌های موفق بصورت دورکاری

تأثیر کرونا و COVID-۱۹، حرکت نیروی کار فروش به سمت دورکاری را افزایش داده است. برای غلبه بر این مسئله، باید بیش از هر زمان دیگری به نیروی کار به صورت دورکاری توجه کنید. و برای انجام آن، به یک نرم افزار بازاریابی تلفنی مناسب نیاز دارید.



انتخاب تیم و نرم افزار بازاریابی تلفنی مناسب در مرکز تماس راه حلی برای یک کمپین فروش تلفنی موفق است. این روزها استفاده



از نرم‌افزارهای پیشرفته که سهولت در فرآیندها را به ارمغان می‌آورد، به طرز چشمگیری موثر است. اگر نمی‌دانید برای تشکیل تیم فروش تلفنی خود یا خرید یک نرم افزار مرکز تماس مناسب از کجا شروع کنید، یک وقت **مشاوره از راه مدیران** بگیرید و با اصول، حرکت کنید.

در واقع هر استراتژی بازاریابی تلفنی باید توسط نرم افزار مناسب پشتیبانی شود. راهی عالی برای موفقیت در کمپین‌های ورودی و خروجی، ترکیب کارشناس فروش تلفنی و نرم افزار بازاریابی تلفنی است.

سوالات متداول در زمینه فروش تلفنی

در ادامه قصد داریم به برخی از سوالات متداول که در زمینه فروش تلفنی مطرح می‌شود پاسخ دهیم. در صورتی که پاسخ خود را در ادامه نیافتید، در بخش نظرات و شبکه‌های اجتماعی راه مدیران با ما در تماس باشید.

سوال ۱: آیا فروش و بازاریابی تلفنی با هم تفاوت دارند؟

بله. فروش و بازاریابی تلفنی در تعریف متفاوت هستند که در متن هم به آن اشاره شد. اما ممکن است در اصطلاح فروش و بازاریابی تلفنی به جای یکدیگر مورد استفاده قرار بگیرند که صحیح نیست.



سوال ۲: برای راه اندازی یک مرکز تماس به ابزار خاصی نیاز داریم؟

بله ابزارهای متعددی برای راه اندازی یک مرکز تماس وجود دارد که البته به اندازه کسب و کار شما و میزان تماس‌های ورودی و خروجی متغیر است. معمولاً سازمان‌ها و شرکت‌هایی که قصد راه اندازی کمپین‌های تبلیغاتی را دارند باید از قبل یک مرکز تماس مجهز آماده کنند و یا خدمات مرکز تماس خود را برون‌سپاری نمایند.

سوال ۳: برای اینکه یک فروشنده تلفنی بشوم به چه مهارت‌هایی نیاز دارم؟

در مقاله‌ای که پیش روی شماست به تفصیل در این مورد بحث شده است. اما بطور کلی مهارت‌های فروش و مهارت‌های نرم نظیر مذاکره بسیار اهمیت دارند.

سوال ۴: تماس سرد چیست؟

تماس سرد به نوعی از تماس از سمت کارشناس فروش گفته می‌شود که برای اولین بار و برای برقراری ارتباط جدید با مشتری بالقوه انجام می‌گیرد. از آنجایی که این تماس از سمت شرکت انجام می‌شود و مشتری ممکن است آمادگی آن را نداشته باشد به این تماس، تماس سرد گفته می‌شود. بهتر است برای کاهش اثرات



منفی تماس سرد، از قبل کیفیت سرنخ را به لحاظ مرغوبیت سنجیده باشید که بهترین نتیجه را در تماس کسب کنید.

سوال ۵: سرنخ چیست؟

سرنخ به هرگونه اطلاعاتی اطلاق می‌شود که ممکن است شما را به مشتری احتمالی برساند. ممکن است یک شماره تماس، آدرس و حتی نام فردی باشد که حدس می‌زنید می‌تواند مشتری شما شود. سرنخ‌ها را در جایی ذخیره کرده و به مرور با افزایش اطلاعات، مرغوبیت آن را تعیین می‌کنید و زمانی که به حد قابل قبولی رسید، برای فروش با آنها تماس می‌گیرید.

سوال ۶: نرم افزار مدیریت مشتریان چیست و چه کمکی به مرکز تماس می‌کند؟

نرم افزار CRM یک نرم افزار حیاتی در مراکز تماس است که بخش عمده‌ای از روابط بین کارمندان در بخش فروش و همچنین اطلاعات مشتریان را در خود جای می‌دهد. نرم افزار مدیریت تماس بخش جداناپذیر یک مرکز تماس است و بهتر است آن را مناسب کسب و کار خود انتخاب کنید که بعداً دچار مشکل نشوید. تمام فرایند تولید و به نتیجه رساندن یک سرنخ در این نرم افزار انجام خواهد شد.



همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پرکردم فرم مشاوره در انتهای صفحه یا از طریق صفحه **سلز باکس** جهت شرکت در کارگاه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

نظر شما برای ما ارزشمند است!

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