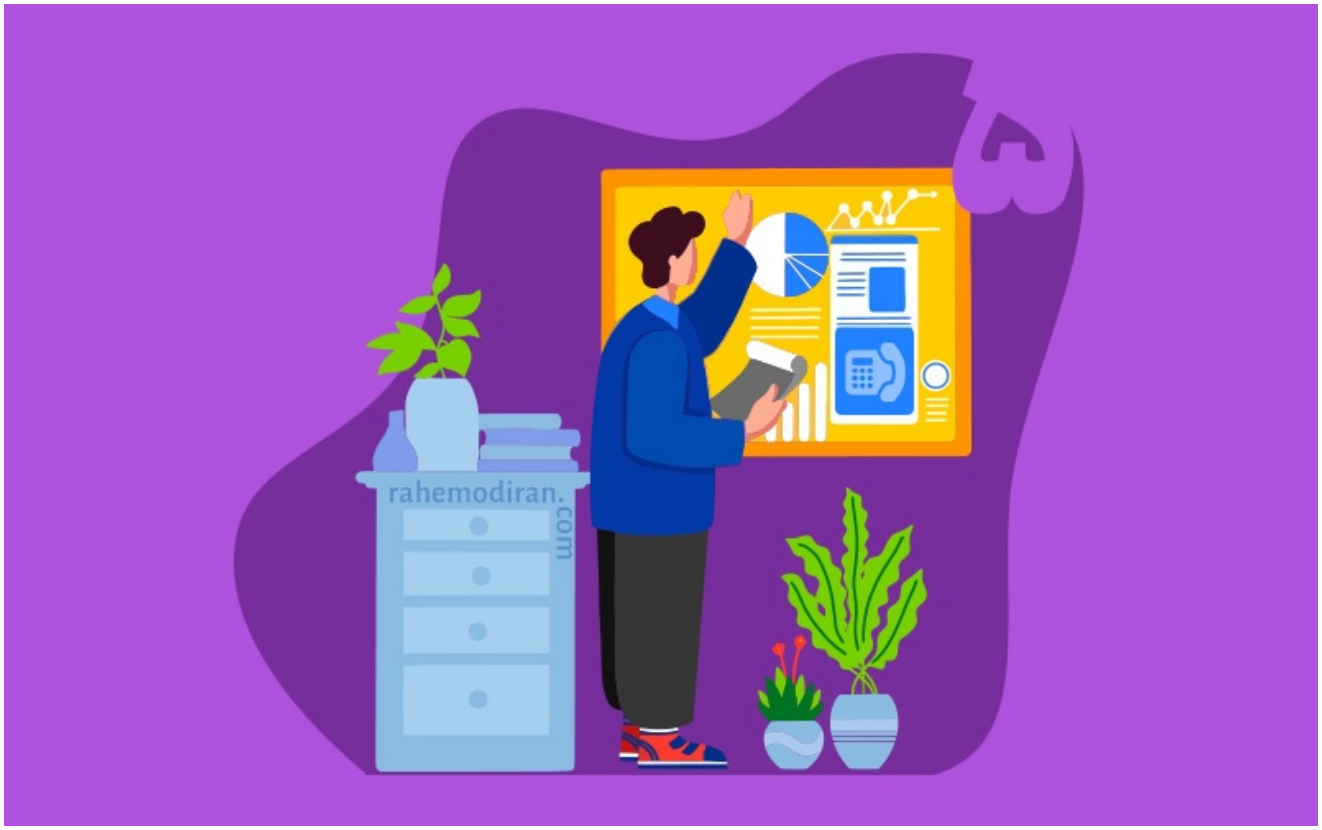

۵ روش آسان برای شناخت مشتری احتمالی قبل از تماس فروش

وقتی یک لیست تماس جلوی باشد، تمام چیزهایی که می‌خواهید مانند اسامی اشخاص، علایق اولیه و زمان مقرر برای تماس را دارید درست است؟ نه چندان! برای شناخت مشتری احتمالی شما باید اطلاعاتی که در این مقاله توضیح می‌دهیم را داشته باشید و بعد با او تماس بگیرید. این سخت‌گیری‌های قبل از تماس با مشتری احتمالی کمک می‌کند تا بتوانید ارزش محصول و خدمات خود را بهتر به او ارائه کنید و توجه او را جلب نمایید. با راه مدیران همراه باشید تا چند نکته برای شناخت مشتری احتمالی را بررسی کنیم.

۵ گام برای شناخت مشتری احتمالی

مرحله اول: سیستم مدیریت روابط مشتریان یا CRM خود را بررسی کنید. (۳۰ ثانیه)

به دنبال منابع سرنخ خود باشید. اگر مشتری احتمالی شما از طریق یکی از محتواهای تیم مارکتینگ مانند دیدن صفحه لندینگ، دانلود کتاب الکترونیک یا ثبت نام وبینار با شما آشنا شده‌اند، می‌توانید در تماس خود به این مورد اشاره کنید. همچنین در سیستم CRM خود به دنبال هرگونه تعامل در گذشته با سایر اعضای تیم فروش باشید و ببینید چه اتفاقاتی در این فرایند افتاده است.

مرحله دوم: سری به وب سایت مشتری هدف بزنید. (۲ دقیقه)

برای شناخت مشتری احتمالی خود سری به وب سایت او بزنید و ۴ صفحه اصلی را قبل از اینکه با او تماس بگیرید، ببینید.

۱. درباره ما
۲. فرصت‌های شغلی
۳. اخبار
۴. بلاگ

در این صفحات باید به دنبال اطلاعات زیر باشید و ببینید چطور این اطلاعات جدید می‌توانند در مکالمه پیش رو کمک‌تان کنند.

صفحه درباره ما

به دنبال داستان شکل گیری شرکت و ارزش‌های اصلی آنها باشید. تا متوجه شوید که چگونه محصول یا خدمت شما می‌تواند در راستای تحقق اهداف آنها باشد.

همچنین درباره مدیریت و اعضای هیئت مدیره بخوانید تا در جریان باشید که تصمیم‌گیرنده اصلی در آن شرکت کیست. سرمایه گذاران و شرکت‌های همکار هم می‌توانند به شما کمک کنند تا یک رابط بین مشتریان قبلی خود و مشتری احتمالی جدید پیدا کنید.

درباره ما سایت مشتری	
تا این نکات را متوجه شوید	این موارد را چک کنید
• چگونه سرویس یا محصول شما با اهداف آنها هم راستا است	• داستان و ارزش های کلیدی شرکت
• پیدا کردن تصمیم گیرنده بالقوه	• مدیریت شرکت
• سرمایه گذاران مشترکی که در تماس به آنها ارجاع دهید	• سرمایه گذاران

به طور کلی برای شناخت مشتری احتمالی نگاهی به اعضای مهم شرکت مانند سرمایه گذاران، هیئت مدیره یا مشتریان مشترک خود

داشته باشید تا بتوانید از آنها در مکالمه‌تان یاد کنید. اگر مشتری احتمالی شما بشنود که فرد آشنایی، به شرکت شما اعتماد دارد، به احتمال زیاد در برقراری ارتباط با شما راغب‌تر خواهد بود. این، قدرت تایید اجتماعی است.

صفحه فرصت‌های شغلی

در صفحه فرصت‌های شغلی، لیستی از مشاغل و موقعیت‌هایی را می‌بینید که در حال حاضر شرکت برای آنها آگهی استخدام داده است. با مطالعه این لیست می‌توانید به نقاط ضعف و مشکلاتی پی ببرید که می‌توانید با پیشنهاد دادن محصول یا خدمات خود به مشتری احتمالی، آنها را برطرف کنید.

صفحه فرصت های شغلی سایت مشتری	
تا این نکات را متوجه شوید	این موارد را چک کنید
• نرم افزاری که این تیم استفاده می کند • مهارت هایی که به آنها نیاز دارد • عناوین مدیریتی و اعضای تیم	موقعیت های شغلی موجود در تیم مشتری احتمالی شما

بخش اخبار

به دنبال رویداد مهمی باشید که بتواند نشان دهد پیشنهاد شما در راستای نیازهای شرکت است. نه تنها اخبار اخیر شرکت می‌تواند به شناخت مشتری احتمالی کمک کند بلکه موضوع خوبی برای شروع یک مکالمه به حساب می‌آید. همچنین نشان می‌دهد که شما تحقیقات قبل از تماس خود را انجام داده‌اید. که از نظر روانشناسی ثابت شده که این کار باعث می‌شود مخاطب شما بخواهد در عوض کمکی به شما کند.

قسمت اخبار سایت مشتری	
تا این نکات را بدانید	این موارد را چک کنید
• دستاوردها و اتفاقات جدید شرکت	• اعلانات شرکت • رویدادها
• ارائه هایی برای ارجاع دادن	• به روزرسانی های خدمات یا محصولات
• راهی برای مرتبط نگه داشتن مکالمه	• جذب سرمایه جدید

بلاگ

نیازی نیست زمان زیادی برای این قسمت بگذارید. فقط یک نگاه کلی به مطالب بلاگ بیندازید و ببینید که شرکت به چه موضوعاتی اهمیت می‌دهد و آیا مشتری احتمالی شما در این بخش فعال است یا نه.

بلاگ سایت مشتری	
تا این نکات را متوجه شوید	این موارد را چک کنید
• دغدغه اصلی شرکت چیست	• موضوعات • محتوا
• مقاله مشتری احتمالی است یا برون سپاری شده	• نویسندگان

مرحله سوم: به لینکدین مشتری احتمالی خود نگاهی بیندازید (۲ دقیقه)

اول از همه پروفایل لینکدین او را چک کنید تا ببینید آیا کسی را از لیست آشنایان او می‌شناسید. مدیران اجرایی که معمولاً تصمیم گیرندگان اصلی هستند، در ۸۴ درصد اوقات به این نوع ارجاعات بازخورد مثبتی نشان می‌دهند. سپس نگاه سریعی داشته باشید به بخش فعالیت‌های اخیر. در این قسمت اطلاعاتی را خواهید یافت که باید در تماس فروش پیش رو از آنها استفاده کنید.

به دنبال هرگونه تغییر سمت و شناسایی موقعیت فعلی مشتری احتمالی خود در شرکت باشید. ببینید آیا مسئولیت‌های جدید به او واگذار شده است یا تجربیات جدیدی کسب کرده است. علائق شخصی و حرفه‌ای او را بشناسید. سپس به دنبال اطلاعاتی همچون جوایز یا دستاوردهای شخصی او باشید. شرکت‌هایی که در گذشته در آنها فعال بوده و سمت‌های شغلی که داشته است. به چه

دانشگـاه یـا مدرسـه‌ای رفتـه و چـه کارهـای داوطلبـانه‌ای انجـام داده است. حتی می‌توانید برای شناخت مشتری احتمالی خود ببینید که در چه گروه‌هایی عضو است.

به هرگونه ارتقاء شغلی و شباهت بین خود و مشتری احتمالی‌تان توجه کنید. به دو دلیل.

۱. تعریف کردن از یک پیشرفت شخصی در حین یک مکالمه تماس، بـه صـورت ناخودآگـاه، رفتـار شمـا و همینطـور بـازخورد مشتـری احتمالی را مثبت‌تر می‌کند. در واقع، تحقیقات اخیر نشان داده است که حتی وقتی مشتری احتمالی شما از اینکه به عنوان یک متد بازاریابی، مورد تعریف و تمجید قرار گرفته آگاه است، باز هم تحت تاثیر قرار می‌گیرد.
۲. شباهت‌ها باعث می‌شود افراد به هم نزدیک‌تر شوند. خصوصاً زمانی که یک شرکت قرار است از کسب و کار دیگری خرید کند و یک ارتباط B۲B در جریان است. اینکه حتی یک شباهت کاملاً تصادفی بیـن خـود و مشتـری احتمالی‌تـان پیـدا کنیـد، می‌توانـد تمایل او برای خرید از شما را بالاتر ببرد. مثلاً اینکه هم نام باشید یا به یک مدرسه رفته باشید.

نکته: اگر فقط شماره تماس شرکت را دارید و مطمئنید کسی به غیر از فـرد مسئول مـورد نظـر شمـا، مثلاً منشـی، جـواب تلفـن شمـا را می‌دهـد، قبـل از تمـاس دربـاره او هـم تحقیـق کنیـد. اینکـار بـاعث

می‌شود بتوانید از سد او بگذرید و با شخص اصلی صحبت کنید.

مرحله چهارم: توییتر را بررسی کنید (۱ دقیقه)

اکانت شخصی و شرکت مشتری را پیدا کنید. برای پیدا کردن اکانت شخصی مشتری احتمالی خود، نام شرکت را در کادر جستجوی توییتر تایپ کنید. به جای اینکه دکمه Enter را بزنید، گزینه Search all people را انتخاب کنید تا لیستی از کارمندانی که برای شرکت کار می‌کنند را به شما نشان دهد. در واقع افرادی که در Bio خود نوشته‌اند که در این شرکت مشغول به کار هستند.

مرحله پنجم: صفحات رقبا (۲ دقیقه)

برای شناخت مشتری احتمالی خود یک آنالیز روی نقاط ضعف، چالش‌ها و اهداف او انجام دهید. شکی نیست که مشتری احتمالی شما در بعضی موارد سعی دارد که خود را در سطح رقبای خود نگه دارد و یا بهتر ظاهر شود.

پیدا کردن جاهایی که کسب و کار مشتری باید در آن رشد کند می‌تواند به شما کمک کند تا با ارائه محصول و خدمت خود به او کمک کنید تا در کارش پیشرفت نماید. در حین تماس فروش خود، از این اطلاعات برای دادن پیشنهاداتی واقعی به مشتری احتمالی خود استفاده کنید. برای پیدا کردن رقبای او هم می‌توانید از این تکنیک استفاده کنید: در گوگل نام شرکت مورد نظر را به همراه یک "+" و کلمه رقیب تایپ نمایید و به سراغ وب سایت رقبا بروید تا اطلاعات مورد نظر از آنها را به دست بیاورید.

وقت تماس گرفتن رسیده است!

اگر برای شناخت مشتری احتمالی خود وقت نگذارید، ممکن است در تماس تلفنی خود با او، خودخواه و بی‌ملاحظه به نظر برسید. تماس خود را تا جایی که می‌شود شخصی‌سازی کنید تا بتوانید اطمینان

لازم را در مشتری احتمالی خود ایجاد کرده و او را ترغیب به خرید نمایید. یک دیالوگ آگاهانه می‌تواند در نهایت به یک مکالمه راحت و صادقانه بینجامد که در تصمیم‌گیری خرید موثر خواهد بود.

اگر قصد دارید که بیشتر در زمینه فروش و بازاریابی تلفنی مهارت پیدا کنید، به عنوان یکی از مراجع مهم این حوزه، کتاب تماس‌های میلیاردی جناب آقای استقامت را به شما پیشنهاد می‌کنیم. این کتاب را می‌توانید هم به صورتی نسخه چاپی، و هم به صورت PDF و فایل صوتی از سایت راه مدیران دریافت نمایید. از همراه شما عزیزان سپاسگزاریم.

با کلیک روی تصویر توضیحات مربوط به کتاب و لینک خرید آن را ببینید

[box type="info" align="" class="" width=""]این مطلب 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/]