



اسکرپت تماس فروش | مثل یک حرفه‌ای با تماس سرد مواجه شوید

استفاده از اسکرپت تماس فروش یکی از نکات توصیه برای انجام تماس سرد است. اما آیا این تکنیک موثر واقع می‌شود؟ اسکرپت تماس فروش می‌تواند بهترین دوست یا بدترین دشمن شما باشد. اگر از آن درست استفاده کنید، راهنمای شما خواهد بود تا بتوانید یک مکالمه را پیش ببرید. اما اگر از آن سواستفاده شده و تبدیل به یک ربات بازاریابی تلفنی شوید، همه چیز بی فایده خواهد بود.

به اسکرپت تماس فروش به این چشم نگاه کنید که کمکی برای شماست نه تمام چیزی که به آن نیاز دارید. پس باید با توجه به



مخاطب، سِمَت شغلی او و هدفی که قصد رسیدن به آن را دارید، اسکریپت تماس فروش را شخصی‌سازی کنید و بسته به آنچه برای موقعیت شما مناسب است، از آن استفاده نمایید.

موفقیت اسکریپت تماس فروش: دانش مورد نیاز برای گرفتن نتیجه مثبت در تماس‌های سرد

اولین گام باید این باشد که رئوس مطالبی که می‌خواهید بگویید را بنویسید. این کار بهترین روش است تا مطمئن شوید که به مهمترین نکات در طول مکالمه خود اشاره خواهید کرد. به خاطر داشته باشید که هدف شما صرفاً آرائه محصول نیست. بلکه رساندن مکالمه به یک جلسه است.

سپس باید زمان مناسب را انتخاب کنید. اگر مطمئن نیستید که از کجا شروع کنید، بهتر است پنجشنبه یا سه شنبه عصر را در نظر بگیرید. بررسی‌های انجام شده روی بیش از ۲۵ هزار تماس نشان داده است که این زمان‌ها بهترین شانس شما هستند. همچنین متوجه شده‌اند که تماس‌هایی که بیش از ۵ دقیقه به طول می‌انجامد بین ساعت‌های ۳ تا ۵ بعد از ظهر پنج شنبه و سه شنبه انجام شده‌اند.

حالا برای تماس گرفتن آماده‌اید. وقتی زمان انجام این کار می‌رسد، باید هر گونه عامل حواس‌پرتی را از بین ببرید تا بتوانید برای دست



گرفتن مسیر مکالمه کاملاً حاضر باشید. چیزهایی که نیاز دارید، لیستی از سرنخ‌ها، اسکریپت تماس فروش و دفترچه‌ای برای یادداشت کردن است.

اسکریپت تماس فروش بد که می‌تواند به قطع شدن تماس منجر شود

وقتی صحبت از گرفتن تماس سرد باشد، بسیاری از نبایدها مطرح می‌شوند:

- نباید درباره اینکه با چه کسی تماس می‌گیرید یا چرا اینکار را می‌کنید، حساس باشید.
- نباید مشتری احتمالی خود را خطاب قرار دهید. از سوالات برای برقراری ارتباط استفاده کنید.
- نباید اگر همان دفعه اول نتوانستید با آنها ارتباط برقرار کنید، دلسرد شوید. این کار یک ماراتن به حساب می‌آید.
- نباید فقط روی تماس تلفنی حساب کنید. پیگیری تماس‌های تلفنی از طریق ایمیل می‌تواند شانس شما را بالا ببرد.

یک مثال از کاری که نباید انجام دهید.

نمونه اسکریپت تماس فروشی که تمام مشتریان ملتمسانه از فروشنده‌های تلفنی می‌خواهند که انجام ندهند:



سلام. من احمدی از شرکت X هستم. (تا همینجا مشخص شد که شما فروشنده‌اید).

حالتان چطور است؟ / وقت صحبت دارید؟ / زمان خوبی تماس گرفته‌ام؟ (این احساس را منتقل می‌کنید که پاسخ این پرسش‌ها هیچ اهمیتی برای شما ندارد)

پس من سریعتر به اصل موضوع بپردازم. من به این خاطر با شما تماس گرفته‌ام که فکر می‌کنم بهتر است سرویس X خود را تغییر دهید. (رفتن به سراغ اصل موضوع بدون توجه به اینکه آیا طرف مقابل علاقه‌ای به این مکالمه دارد یا نه).

می‌توانیم برای دوشنبه زمان جلسه تلفنی دیگری را تنظیم کنیم که بیشتر در این مورد صحبت کنیم؟ (برای چنین درخواستی خیلی زود است).

چگونه در اولین تلاش برای تماس سرد حرفه‌ای باشید

اگر با کسی تماس می‌گیرید که قبلاً با شما صحبت نکرده است، احتمالاً برخورد او دفاعی خواهد بود. وقتی تلفن را بر می‌دارند،



چنین سوالاتی در ذهن دارند که شما باید قبل از اینکه به سراغ حتی معرفی آسانسوری خود بروید، به آنها پاسخ دهید:

۱. شما چه کسی هستید؟

۲. چرا با او تماس گرفته‌اید؟

۳. این تماس چه سودی به حال او دارد؟

۴. به دنبال چه چیزی هستید؟

اسکرپیت تماس فروش شما برای تماس سرد باید صادقانه بتواند به این سوالات پاسخ دهد. نکته اینجاست که شما و هر کسی که در تیم فروش شماست، با مشتری احتمالی شباهت‌هایی دارید. رشته تحصیلی، سرگرمی مشترک یا موضوع مورد علاقه. شاید به یک دانشگاه می‌رفته‌اید یا طرفدار یک تیم ورزشی هستید. شاید دوستان مشترکی دارید یا در گذشته در یک شرکت کار می‌کردید.

پیدا کردن نقاط مشترک و صحبت کردن درباره آنها در طی مکالمه به شیوه‌ای که طبیعی به نظر برسد، باعث می‌شود که از نظر مشتری جذاب‌تر باشید. پیدا کردن یک روش برای جا دادن این نقاط مشترک در اسکرپیت تماس فروش برای ساخت یک رابطه دوستانه لازم است.



چگونه این کار را انجام دهیم؟

در وهله اول، قبل از اینکه حتی شروع به شماره گرفتن کنید، چند دقیقه‌ای را به جستجو درباره سرنخ خود اختصاص دهید. اینکار می‌تواند به سادگی بررسی پروفایل‌های سوشال مدیا افراد یا لینکدین شرکت‌های آنها باشد. به دنبال یک تعریف یا نقطه درد مشخص باشید. دانش شما از این موارد می‌تواند در پیشبرد مکالمه‌تان کمک کننده باشد.

سپس یک متن یا گزاره برای تماس فروش خود در نظر بگیرید. می‌توانید از جملات زیر الگوبرداری کنید:

- متوجه شدم که شما آقای X را می‌شناسید. من سال گذشته در شرکت X با او همکار بودم. واقعاً از کار کردن با او لذت بردم.
- من مدت‌هاست که شرکت X را دنبال می‌کنم و حالا متوجه شدم که تیم شما قصد استخدام یک کارشناس فروش جدید را دارد. تبریک می‌گویم به شما که توانسته‌اید تا این حد شرکت را گسترش دهید. تبلیغات شما در سرتاسر شهر به چشم می‌خورد.
- قبل از اینکه درباره علت تماسم به شما بگویم می‌خواستم بابت سرمایه جدیدی که دریافت کردید به شما تبریک بگویم. در سایت X درباره‌اش خواندم. خبر بسیار خوبی برای جامعه SaaS به حساب می‌آید.



طرح کلی یک اسکریپت تماس تلفنی ساده

نوبت به سازماندهی اسکریپت تماس تلفنی شما می‌رسد. این طرح کلی باید شامل موارد زیر شود:

۱. معرفی (نام + نام شرکت)
۲. جملاتی برای برقراری ارتباط / دلیل تماس (به خاطر بسپارید که حتی بهترین اسکریپت‌های تماس فروش هم بدون این بخش ناقص هستند.)
۳. سوالات ارزیابی کننده (از پرسیدن سوالاتی که پاسخ‌های پایان باز دارند خودداری کنید. این سوالات می‌توانند به مشتری احتمالی شما این فرصت را بدهند که قبل از اینکه حتی تماس دیسکاور یا تماس مکاشفه شما شانس برای موفقیت داشته باشد، گفتگو را پایان بخشند.)
۴. درخواست کنید.

به خاطر بسپارید که هدف شما باید این باشد که مخاطب پشت تلفن احساس راحتی کند و بخواهد که مکالمه با شما را ادامه دهد. نگران این نباشید که اسکریپت تماس فروش خود را مو به مو تکرار کنید. از آن به عنوان راهنمایی برای ماندن در مسیر درست گفتگو استفاده کنید.



حرفه‌ای شدن در تماس‌های پیگیری: وقتی قبلاً تماس گرفته‌اید یا ایمیل داده‌اید، چه بگویید

اگر قبلاً به هر طریقی با سرنخی تماس برقرار کرده‌اید، حالا دلایل بیشتری برای اینکه ارزش پیشنهاد خود را به آنها نشان دهید دارید. شما می‌بایست در اسکریپت تماس فروش خود بحث ارزش را هم در نظر بگیرید. یعنی محصول یا خدمت شما چه آورده‌ای برای مشتری خواهد داشت.

مشتری احتمالی شما شخصی است که شاغل بوده و نیازها و چالش‌های خود را دارد. شما باید با این واقعیت ارتباط برقرار کنید. ثابت کنید که دغدغه‌های او برای شما مهم است و برای همین با او تماس گرفته‌اید.

Carrie Kerpen، یکی از توسعه دهندگان فوربس می‌گوید:

هر تماس سردی که تا کنون با من گرفته شده و من ۱۵ دقیقه از وقتم را به آن اختصاص داده‌ام به این خاطر بوده که به یادماندنی بوده‌اند. و به این دلیل که این احساس را نگرفتم که من صرفاً شماره‌ای در لیست تماس‌هایی که فروشنده باید انجام دهد، هستم. هر کدام از آنها به من می‌گفتند که چگونه می‌توانند ارزشی به کسب و کار من اضافه کنند به شیوه‌ای که



دیگران نتوانسته‌اند.

پس اگر می‌خواهید من با شما مکالمه‌ای داشته باشم، درباره من مطالعه کنید و از این اطلاعات به بهترین شکل در مکالمه‌تان استفاده نمایید.

چنین تماس‌هایی را باید به این صورت سازماندهی کنید:

- اینترو یا معرفی
- محتوا یا موضوع (آخرین بار کی تماس گرفته‌اید و حالا چرا تماس می‌گیرید)
- پشتوانه ارزش احتمالی یا PVP
- پشتوانه ارزش
- درخواست

PVP مفهوم بسیار مهمی است که به شما کمک می‌کند تا کنجکاوی مشتری را برانگیزید، آنها را به صحبت کردن وادارید و یک جلسه را با آنها تنظیم کنید.

قبل از تماس، طرح کلی از پرسوনা‌های اصلی که می‌خواهید با آنها صحبت کنید را تنظیم کنید. سپس از خود بپرسید:



- زندگی روزمره آنها چه شکلی است؟
 - چگونه می‌توان آنها را اندازه گیری کرد؟ چگونه می‌توان روی آنها تاثیر گذاشت؟
 - با توجه به مواردی که پیشنهاد می‌دهید، خریداران چه چیزی می‌خواهند؟
 - آنها از چه چیزی اجتناب می‌ورزند؟
- مثالی از PVP را در ادامه باهم می‌بینیم که برای پرسوئادهای احتمالی مختلف نوشته شده است.

نایب رئیس فروش

- دید مناسبی به قیف مشتریان فراهم می‌کنند تا بتوانید فروش را به دقت پیش بینی کنید
- سرعت بسته شدن قراردادهای بالاتر می‌برند
- وضوح بیشتری در رفتارها و میزان درگیر شدن مشتری احتمالی ایجاد می‌کنند

مدیران فروش

- شفافیت بیشتری در فعالیت‌ها و موثر بودن تیم ایجاد می‌کنند
- دید بهتری روی فعالیت‌های تیم شما برای فرصت‌های کوچینگ ایجاد می‌کنند



• بهترین تمرینات و ترفندها را برای کل تیم استانداردسازی می‌کنند.

اپراتورهای فروش

• به صورت خودکار پیغام‌ها و فعالیت‌ها را با نیروی فروش هماهنگ می‌کنند

• ورود اطلاعات به سیستم CRM را کاملاً اتوماسیون می‌کنند.

• نمایندگان فروش در برقراری ارتباط بهینه‌تر می‌شوند.

وقتی PVP خود را توسعه می‌دهید، به ارزش به عنوان نتیجه محصول خود نگاه کنید. پس ارزش، خود محصول نیست. به آنها هدف نهایی را نشان دهید. و صرفاً با آنها صحبت نکنید. بلکه با پرسیدن سوالاتی آنها را نیز در یک مکالمه درگیر نمایید.

نمونه استفاده از اسکرپت تماس فروش

سلام آقای احمدی ۷موسوی هستم از راه مدیران (معرفی) - در رابطه با ایمیلی که سه شنبه براتون ارسال کردم تماس می‌گیرم. فرصت کردید نگاهی بهش بندازید؟

(شخصی سازی کردن موضوع یا محتوا با توجه به محتوای پاسخ مشتری)



من از صفحه لینکدینتون متوجه شدم که سرپرست فروش در شرکت X هستید و قصد گسترش تیم رو دارید، درسته؟ (محتوا)

(اضافه کردن PVP و VP در این قسمت)

امکانش هست یک جلسه نیم ساعته برای هفته آینده تنظیم کنیم که من توضیح ویژگی‌ها و گزارشات این سرویس / محصول که متناسب با نیاز کسب و کار شما هست رو خدمتتون ارائه کنم؟ (درخواست)

پرش از روی مانع: از اسکریپت تماس فروش خود برای غلبه بر شکایات استفاده کنید

بهترین راه برای رسیدگی به یک شکایت یا اعتراض استفاده از فرمول بهترین دوست برای ساخت یک رابطه دوستانه با مشتری احتمالی است که شما را به تصمیم گیرنده نهایی می‌رساند. به مشتری نشان دهید که شما طرف آنها هستید، دقیقاً مثل کاری که یک دوست انجام می‌دهد.

این فرمول، سه قسمت دارد:



• **تفاهم داشتن:** به آنها نشان دهید که درکشان می‌کنید و روی آن تاکید کنید.

• **پر کردن خلاءها:** با ارائه اطلاعات جدید، مکالمه را پیش ببرید.

• **درخواست مجدد:** وفاداری آنها را به دست آورید.

و این تکنیک برای اعتراضات و مخالفت‌های زیر مفید واقع می‌شود:

• ما همین حالا هم با یکی از رقبای شما کار می‌کنیم

• در حال حاضر این موضوع اولویت ما نیست

• اطلاعات لازم را ایمیل کنید

• علاقمند نیستیم

نمونه واقعی استفاده از این ترفندها در اسکریپت تماس فروش

در میانه گفتگو - وقتی همه چیز خوب پیش می‌رود:

فروشنده: امکانش هست برای هفته آینده یک قرار نیم ساعته بگذاریم که بیشتر در این مورد صحبت کنیم؟

مشتری احتمالی: یک ایمیل برای من بفرستید. من برنامه‌هام رو نگاه می‌کنم.



فروشنده: بله حتماً. لطفاً آدرس ایمیل رو بفرمایید. (تایید حرف مشتری و تاکید روی آن)

مشتری احتمالی: Test@gmail.com

فروشنده: عالی. من ایمیل رو به همراه چند زمان و تاریخ برای جلسه خدمتتون ارسال می‌کنم. برای اینکه بدونم چه بازه‌های زمانی برای شما بهتر هست، می‌تونید چند روز مشخص که فرصت بیشتری دارید رو به من بگید؟ (پیش بردن مکالمه)

مشتری احتمالی: سه شنبه یا چهارشنبه خوبه.

فروشنده: صبح یا بعدازظهر؟

مشتری احتمالی: بعدازظهر

فروشنده: عالی، ساعت ۳ بعد از ظهر سه شنبه برای من هم مناسبه. پس من اطلاعات رو به همراه تقویم و تاریخ جلسه بعدی خدمتتون ارسال می‌کنم. (درخواست مجدد قرار بعدی)

دیدید که چگونه فروشنده در این موقعیت با اعتراض مشتری تدافعی برخورد نکرد؟ فراموش نکنید که با پرسیدن سوالات پیگیری درست می‌توانند مشتری را در مکالمه خود درگیر نگاه دارید. در این



سناریو هم همین ترفند باعث شد یک قرار ملاقات تنظیم شود. با رعایت این موارد می‌توانید یک اسکریپت تماس فروش عالی تدوین کنید. چنین تکنیک‌هایی را می‌توانید دقیق‌تر و کامل‌تر در دوره فوق ستاره فروش شوید راه مدیران یاد بگیرید. برای شروع کافیست روی تصویر زیر کلیک کنید تا توضیحات و سرفصل‌های این دوره را ببینید. برای فروشنده حرفه‌ای شدن آماده‌اید؟



برای دیدن توضیحات دوره
اینجا کلیک کنید

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



[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای
فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از
خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر
دسترسی خواهید داشت.[/type]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width]
لطفاً برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی
خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[/type]