



بهترین اسکرپت‌های تماس سرد برای موقعیت‌های فروش مختلف

در این مقاله از راه‌مدیران ۲۷ مورد از اسکرپت‌های تماس سرد تست شده را گردآوری کرده‌ایم و برای هرکدام مثال‌هایی زده‌ایم. به عنوان یک فروشنده تلفنی حتماً برای شما پیش آمده که در حین یک تماس رشته کلام از دست شما خارج شده و ندانید چه بگویید. خصوصاً زمانی که مشتریان می‌گویند شکایت خود را به مدیر شما اعلام خواهد کرد. با اینکه طبیعی است گاهی نتوانید کلمات مناسب را انتخاب کنید اما از دست دادن کنترل و بر زبان آوردن بعضی جملات می‌تواند برای موقعیت شغلی‌تان گران تمام شود.



این وضعیت به طور خاص در تماس‌های سرد بسیار بیشتر اتفاق می‌افتد. اما با آماده کردن اسکریپت‌های تماس سرد برای موقعیت‌های فروش مختلف می‌توانید بر استرس ناشی از این شرایط غلبه کنید. با ما همراه باشید.

منظور از تماس سرد چیست؟

تماس سرد به عملی گفته می‌شود که طی آن از طریق تماس تلفنی به سراغ مشتریان احتمالی می‌رویم که از شرکت یا پیشنهادات ما باخبر نیستند.

برخلاف روش‌های جدید بازاریابی و کانال‌های مختلفی که برای اینکار وجود دارد همچنان تماس سرد یکی از سریع‌ترین روش‌ها برای کارشناسان فروش است تا بتوانند با مشتریان احتمالی خود ارتباط بگیرند و یک قرار ملاقات با آنها تنظیم کنند.

چرا باید از اسکریپت‌های تماس سرد استفاده کنیم؟

حواستان به آنچه می‌گویید باشد: در حالیکه تماس سرد شما باید همانند یک تعامل خودانگیخته به نظر برسد، دقت نکردن به آنچه می‌گویید می‌تواند منجر به مکث‌های ناخوشایند، استفاده بیش از



حد از کلمات ربط یا ارائه ای ناشیانه شود. اما داشتن اسکریپت های تماس سرد به شما کمک می‌کند تا علاوه بر جلوگیری از این اشتباهات، به آنچه می‌گویید آگاه باشید و پیام فروش را با اطمینان به مخاطب خود منتقل کنید.

برای مواجهه با مخالفت‌ها آماده باشید: در اکثر تماس‌های سرد با اعتراضات و مخالفت‌هایی رو به رو خواهید شد. اسکریپت های تماس سرد به شما کمک می‌کنند تا این مخالفت‌ها را پیش بینی کرده و برای رو به رو شدن با آنها آماده شوید تا بتوانید این شرایط را به فرصت بدل نمایید.

از عملکرد همه جانبه خود اطمینان حاصل کنید: مدیران فروش می‌توانند با داشتن اسکریپت های تماس سرد مطمئن شوند که همه اعضای تیم بهترین عملکرد خود را ارائه می‌دهند.

نمایندگان جدید را به طور موثر آموزش دهید: اسکریپت های تماس سرد می‌توانند به کارشناسان فروش جدید، چارچوبی برای کار بدهند تا به خاطر تصورات اشتباه یا سردرگمی درباره آنچه باید بگویند، گیر نکنند. به علاوه به مدیران فروش کمک می‌کند تا روند آموزشی را سرعت بخشند.



چگونه اسکریپت‌های تماس سرد خود را ایجاد کنیم؟ ساختار ۳ قدمی

در این بخش یک فریم ورک ۳ مرحله ای برای ساخت اسکریپت های تماس سرد معرفی می‌کنیم.

۱. باز کردن گفتگو

شما باید در همان ابتدای گفتگو به دو مورد دستیابی پیدا کنید. اینکه توجه مشتری احتمالی را جلب نمایید و بتوانید آنها را به اندازه



کافی در این مکالمه نگه دارید.

برای رسیدن به این هدف، باید ابتدا خود را معرفی کرده و بگویید که از کجا تماس می‌گیرید. سپس به آنها علت تماس خود را بگویید. این علت در حالت ایده آل می‌تواند درباره چالش یا مشکلی باشد که این مشتری احتمالی در حال حاضر با آن مواجه است و شما می‌توانید برای حل آن به او کمک کنید. در نهایت از مشتری بپرسید که آیا علاقه دارد درباره این موضوع با او صحبت کنید.

۲. تعیین صلاحیت

در گام دوم توجه مشتری جلب شده است. حالا باید عمیق‌تر به شناسایی مشکل او بپردازید و ببینید آیا آنها گزینه مناسبی برای شرکت شما و پیشنهاداتتان هستند. برای اینکار می‌توانید از مدل‌های فروشی مانند NEAT، MEDDIC، SPIN یا GAP برای شکل دادن به سوالات کیفیت سنجی دقیقی استفاده کنید که اطلاعات بیشتری درباره مشتریان احتمالی شما بهتان خواهد داد.

اینجا سوالات کیفیت سنجی بر اساس متد MEDDIC را به عنوان نمونه می‌آوریم:

اندازه (Metric): تا پایان فصل قصد دارید چقدر از هزینه‌های تولید را کم کنید؟



خریدار اقتصادی (Economic buyer): موفقیت برای شما به چه شکل است؟

تصمیم (Decision): جریان کاری یا فرایند تایید رسمی شما چگونه است؟

شناسایی مشکل (Identify pain): انتظارات آینده شما چیست و چه چیزی جلوی شما را گرفته تا به این نیازها برسید؟

قهرمانی (Champion): می‌شود لطفاً به من توضیح دهید که مراحل بعدی کار چیست؟

۳. بستن گفتگو

وقتی کارتان از نظر تعیین صلاحیت مشتریان احتمالی تمام شد، هر چالش و موضوعی که مشتری احتمالی در حین تماس مطرح کرده است را جمع بندی کنید. اینکار مشتری را آگاه می‌سازد که شما قصد ندارید فقط به او بفروشید بلکه به مشکل او گوش می‌دهید. یعنی برای کمک کردن به او تماس می‌گیرید.

حالا می‌توانید با ارائه ای کوتاه درباره محصول، خدمت یا راه حلی که پیشنهاد می‌دهید و به سایر شرکت‌ها با مشکل مشابه کمک کرده است، به آنها این اطمینان را می‌دهید که نتیجه دلخواه را از این



معامله می‌گیرند.

در پایان تماس باید بتوانید قرار ملاقاتی تنظیم کنید یا معامله را ببندید. اینکار را با مشخص کردن مرحله بعد و پیشنهاد یک روز ساعت انجام دهید.

یک اسکریپت تماس تلفنی نمونه بر اساس ساختار سه مرحله ای باز کردن گفتگو

فروشنده: سلام {نام مشتری احتمالی} من {نام شما} هستم، از شرکت {نام شرکت شما}؛ متوجه شدم که شما در وبینار / بلاگ / سایر نقش داشتید و می‌خواستم ببینم آیا به دنبال {کاهش هزینه / افزایش بهره وری در موضوع موردنظر مشتری احتمالی} هستید؟

مشتری احتمالی: اتفاقاً بله

تعیین صلاحیت

فروشنده: من با افرادی با مشکل مشابه برخوردهای بسیاری داشته‌ام. آیا می‌توانم چند سوال بپرسم تا درک بهتری از



وضعیت شما پیدا کنم؟

مشتری احتمالی: حتماً

سوالات تعیین کننده صلاحیت

بستن گفتگو

فروشنده: با توجه به مباحثی که مطرح شد شما در حاضر با {چالش‌ها و نقاط درد ذکر شده توسط مشتری را لیست کنید} مواجه هستید و می‌خواهید به {نتایج مورد نظر مشتری احتمالی} برسید.

ما با شرکت‌های X و Y در {حوزه کاری مشتری احتمالی} کار کرده‌ایم که شرایط مشابهی داشتند و به آنها کمک کرده‌ایم تا {نتایج قابل بررسی از مشتریانی که محصول شما را استفاده می‌کنند} را به دست بیاورند و مطمئنم که می‌توانیم همینکار را برای شما هم انجام دهیم.

{نام مشتری احتمالی}، اگر مقدور است جلسه تلفنی نیم ساعته‌ای در ساعت ۳ بعداز ظهر چهارشنبه بگذاریم تا درباره این



موضوع بیشتر صحبت کنیم. موافق هستید؟

بهترین اسکریپت های تماس سرد

جملاتی برای شروع یک مکالمه معنادار با مشتری احتمالی

هیچکسی منتظر فروشنده تلفنی نیست تا از او خرید کند. حقیقت سرد این است که مشتری شما ممکن است با هزار موضوع ذهنش درگیر باشد وقتی یک تماس غیرمنتظره از شما دریافت می‌کند. پس اگر نتوانید در همان جملات اول توجه او را به خود جلب کنید به احتمال زیاد او تلفن را قطع خواهد کرد و به سراغ ادامه زندگیش خواهد رفت. در این بخش ۵ نمونه برای جلب توجه مشتری در بخش باز کردن گفتگو را آورده‌ایم تا راه حل را بررسی کنیم.

۱. وقتی از یک رویداد کلیدی استفاده می‌کنید

سلام آقای / خانم X، من احمدی هستم از راه مدیران.

متوجه شدم که شما در وبیناری که درباره راهکارهای امنیت دیجیتال در روز چهارشنبه برگزار شد شرکت کرده‌اید. آیا این موضوع مورد توجه شماست؟



چون این وبینار این موضوع را روشن کرد که چطور جرایم اینترنتی در حال تهدید کسب و کارهای مشابه شماست و تا به حال میلیون‌ها {دلار / تومان} ضرر به شرکت‌ها زده یا آنها را به مجبور به بازسازی سیستم‌های امنیتی خود کرده است.

اما این حجم از سرمایه گذاری احتمالاً برای شرکتی با اندازه شرکت شما کمی چالش برانگیز به نظر می‌رسد درست است؟

(صبر برای پاسخ مشتری)

بله بسیاری از مشتریان ما هم همین مشکل را دارند. خواستم مطمئن شوم که علاقه دارید بیشتر درباره این موضوع صحبت کنیم و ببینیم چطور می‌توانیم به شما کمک کنیم؟

(پرسیدن سوالات تعیین صلاحیت را آغاز کنید.)

۲. وقتی توسط همکاران مشتری احتمالی معرفی می‌شوید

سلام آقای / خانم X من احمدی هستم از راه مدیران

تماسی داشتم از طرف خانم X از تیم تولید. او گفت که شما به دنبال راه حلی برای سرعت بخشیدن به فرایندهای تیم توسعه



خود هستید. آیا الان زمان مناسبی برای صحبت است؟

بله

عالی. من چند سوال اصلی می‌پرسم تا با وضعیت شما بهتر آشنا شوم و بعد ببینیم که چطور می‌توانیم فرایند موجود را اصلاح کنیم. موافقید؟

بله

(پرسیدن سوالات تعیین صلاحیت را آغاز کنید.)

۳. وقتی توسط مشتریان یا ارتباطات مشترک معرفی می‌شوید

سلام آقای / خانم X. من احمدی هستم از راه‌مدیران

دیروز با آقای X از شرکت نرم‌افزاری Y صحبت می‌کردم و او گفت که شما به دنبال یک دفترکار جدید برای توسعه تیم خود هستید.

ما به استارت‌آپ‌هایی مانند شما کمک می‌کنیم تا فضاهای مقرون به صرفه در مرکز شهر را پیدا کنند. همین اواخر یک دفترکار ۱۰۰



متری برای شرکت X پیدا کردیم که هزینه‌های انتظاری آنها را تا ۱۵ درصد کاهش داد.

با شما تماس گرفتم تا ببینم چطور می‌توانم به شما کمک کنم. امیدوارم بد موقع نباشد.

نه بفرمایید.

عالی. می‌توانید چند سوال من را پاسخ بدهید تا درک بهتری از وضعیت شما پیدا کنیم؟

بله

بسیار عالی ... (پرسیدن سوالات تعیین صلاحیت را آغاز کنید).

۴. وقتی بعد از یک ایمیل سرد، پیگیری می‌کنید

سلام آقای / خانم X. من احمدی هستم از راه‌مدیران

متوجه شدم که ایمیلی که چهارشنبه درباره بهینه‌سازی سایت برای شما ارسال کردم را باز کردید. با توجه به اینکه این ایمیل روشی برای افزایش ۲۰ درصدی ترافیک در سه ماه را ارائه می‌کرد



خواستم ببینم آیا می‌خواهید در این باره بیشتر بدانید؟

(اگر جواب مشتری بله بود)

قبل از اینکه توضیحات بیشتری درباره این موضوع بدهم
مشکلی نیست چند سوال کوتاه بپرسم یا وضعیت شما را بهتر
متوجه شوم؟

(اگر جواب مشتری مثبت بود)

(پرسیدن سوالات تعیین صلاحیت را آغاز کنید.)

۵. وقتی می‌خواهید دوباره با یک سرخ از دست رفته ارتباط بگیرید

سلام آقای / خانم X من احمدی هستم از راه مدیران.

سه ماه پیش شما درباره خرید محصول X علاقه نشان دادید اما
مشکلی در بودجه برای خرید آن داشتید. گویا بودجه این
موضوع به کمپین دیگری اختصاص داده شده بود. الان وضعیت
به چه صورت است؟



(پاسخ مشتری احتمالی)

چه خوب. پس ...

(پرسیدن سوالات تعیین صلاحیت را آغاز کنید.)

توجه داشته باشید که اگر لازم شد با مشتری کمی خوش و بش کنید. لازم است که مشتری احتمالی احساس راحتی با شما داشته باشد.

اسکرپت های تماس سرد برای تبدیل اعتراضات به فرصت‌ها

برخلاف اینکه چقدر ممکن این موضوع ناامیدکننده به نظر برسد، اعتراضات می‌توانند فرصت خوبی برای پیدا کردن چالش‌های پنهان باشند. شما می‌توانید در این مخالفت‌ها، نیازهای مشتری احتمالی خود را بشناسید و کمک کنید تا کیفیت سنجی بهتری انجام شود. در ادامه لیستی از بهترین اسکرپت های تماس سرد برای پاسخ دادن به مخالفت‌های مختلف را باهم می‌بینیم.



پاسخ‌های واکنشی

۱. علاقه‌ای ندارم

آقای / خانم X، کاملاً قابل درک است که نخواهید در اولین تماس این محصول / سرویس را تهیه کنید. از شما می‌خواهم که فرصتی برای یک جلسه دیگر در نظر بگیرید. تا در این فاصله من هم چند منبع فوق العاده اطلاعاتی درباره محصولاتمان برایتان ایمیل کنم که ممکن است نظر شما را جلب نماید.

اگر از این اطلاعات استفاده کردید، که فکر می‌کنم همینطور هم بشود، با کمال میل یک جلسه دیگر با شما خواهیم داشت.

چرا این تکنیک جواب می‌دهد: با این پاسخ شما به ۳ چیز دست پیدا می‌کنید: به مشتری احتمالی این احساس را می‌دهید که درک شده است. آنها را درباره پیشنهاد خود کنجکاو می‌کنید و مهمتر از همه احتمال گذاشتن یک جلسه رسمی با آنها را از دست نمی‌دهید.

۲. اطلاعات را برایم ایمیل کنید

با کمال میل اینکار را خواهم کرد. می‌شود لطفاً بگویید چه نوع



اطلاعاتی به شما کمک خواهد کرد؟

{پاسخ مشتری}

چه جالب، چرا این اطلاعات مهم هستند؟

چرا این تکنیک جواب می‌دهد: این اسکریپت مشتری را از قطع کردن تماس با شما به سمت ادامه دادن گفتگو و پاسخ دادن به سوالات تعیین صلاحیت می‌برد.

۳. ما هر چیزی که می‌خواهیم را داریم

بسیار هم عالی. اما همانطور که می‌دانید، همیشه جا برای بهبود هست. من قبل از تماس کمی تحقیقات روی شرکت شما انجام دادم و این {نقاط درد مشتری} را پیدا کردم. متوجه شدم که می‌توانیم به شما کمک کنیم تا {نتایج قابل اندازه‌گیری} را به دست آورید.

می‌توانم اطلاعات را برای شما ایمیل کنم تا شما اگر علاقمند بودید نتیجه را اعلام نمایید. موافق هستید؟



چرا این تکنیک جواب می‌دهد: پاسخ شما به مشتری احتمالی این امکان را می‌دهد که بداند شما تحقیقات خود را انجام داده‌اید. و از آنجایی که ارزشی در این نوع تحقیق فراهم آورده‌اید، مشتری احتمالی تمایل خواهد داشت که آدرس ایمیلش را با شما در میان بگذارد.

پاسخ‌های مربوط به زمان

۴. الان سرم شلوغ است بعداً تماس بگیرید

بله متوجه‌ام. اگر من بعد از ظهر / صبح فردا در ساعت {ساعت مشخص} با شما تماس بگیرم چطور است؟

چرا این تکنیک جواب می‌دهد: در وهله اول شما با این پاسخ نشان می‌دهید که برای وقت او ارزش قائلید. ثانیاً آنها را متعهد می‌کنید تا در یک زمان مشخص با شما صحبت کنند. در نتیجه هیچ سوتفاهمی درباره اینکه چرا باید مجدد تماس بگیرید، باقی نخواهد ماند.



۵. ماه بعد یا وقتی دیگر تماس بگیرید

حتماً با کمال میل. فقط جهت کنجکاوی عرض می‌کنم آیا شرکت شما در این مدت برای {تعهد بزرگی مانند خرید محصول یا ادغام با شرکت‌های دیگر} برنامه ای دارد؟

چرا این تکنیک جواب می‌دهد: وقتی مشتری احتمالی از شما می‌خواهد بعداً با او تماس بگیرید، که معمولاً منظور یک فصل یا ۶ ماه بعد است، شانس بالایی وجود دارد که شرکت آنها در حال انجام پروژه‌ای مهم‌تر باشد یا در مسیر بعضی تغییرات قرار بگیرد. این پاسخ به شما کمک می‌کند تا متوجه این موضوع شوید و نوع رویکرد خود را تعیین کنید.

نکته: اگر قرار است بعد از چند هفته یا چند ماه با مشتری احتمالی مجدد تماس بگیرید، در این مدت از طریق ارسال ایمیل با اطلاعاتی که ممکن است آنها را علاقمند کند، به طور منظم حضور فعال در ذهنشان داشته باشید. به این طریق دیگر تماس شما سرد به حساب نخواهد آمد.



۶. در حال حاضر این اولویت ما نیست

بسیار هم خوب. اگر من ماه آینده یا دو ماه دیگر با شما تماس بگیرم مایل به صحبت هستید؟

{پاسخ مشتری احتمالی}

عالی! در این مدت ما بعضی منابع مفید درباره {موضوعی که برای مشتری احتمالی جالب است} را از طریق ایمیل برای شما می‌فرستیم. تمایل به دریافت چنین ایمیل‌هایی دارید؟

با اینکه شما صحبت با مشتری احتمالی را چند هفته‌ای به تاخیر انداخته‌اید اما آدرس ایمیل آنها را دریافت کرده‌اید که می‌تواند برای آشنا کردن او در فواصل زمانی مشخص به کار رود.

عدم قطعیت در تصمیم‌گیری

۷. باید درباره اش فکر کنم

{نام مشتری}، موافقم که باید درباره چنین تصمیمی فکر کنید اما می‌شود لطفاً بگویید که دقیقاً چه چیزی جلوی شما را گرفته تا



این خرید را انجام دهید؟

چرا این تکنیک جواب می‌دهد: جمله «باید درباره‌اش فکر کنم» معمولاً یعنی مشتری احتمالی چیزی را کاملاً متوجه نشده یا قانع نشده است. به همین خاطر مهم است که بدانیم چه چیزی آنها را اذیت می‌کند.

۸. من باید در این باره با شخص X صحبت کنم

متوجهم آقای / خانم X. اگر مشکلی نداشته باشد من به طور مستقیم با {شخص تصمیم گیرنده} ارتباط بگیرم تا اگر سوالی دارند پاسخگو باشم. موافقید؟

{اگر پاسخ مثبت بود، شماره آنها را بگیرید و ادامه دهید}

{اگر پاسخ منفی بود} مشکلی نیست. یک سوال سریع بپرسم، فکر می‌کنید {شخص تصمیم گیرنده} دوست دارد درباره این موضوع بداند؟



چرا این تکنیک جواب می‌دهد: این پاسخ هوشمندانه یا شما را به شخص تصمیم گیرنده به طور مستقیم متصل می‌کند یا باعث می‌شود بیشتر راجع به آنها بدانید.

۹. ما در حال حاضر از محصول / خدمت رقیب استفاده می‌کنیم

عالی. فقط یک سوال کوتاه، تحت چه شرایطی ممکن است بخواهید از محصول یا خدمات دیگری استفاده کنید؟

چرا این پاسخ نتیجه می‌دهد؟ فقط به این خاطر که مشتری احتمالی شما از محصول یا سرویس رقیب استفاده می‌کند دلیل نمی‌شود که درها به روی شما بسته است. پاسخ بالا این امکان را می‌دهد که اهداف آینده مشتری احتمالی را بشناسید و اطلاعات ارزشمندی دریافت کنید.

۱۰. من چیزی بد درباره محصول / خدمت شما شنیده‌ام

متاسفم که این را می‌شنوم / ممنون که این موضوع را با ما در میان گذاشتید {نام مشتری احتمالی}. امکانش هست که کمی دقیق‌تر درباره این نکته / مشکل برای ما بگویید؟



چرا این پاسخ موثر است؟ شما همانند یک نماینده خدمات پس از فروش سعی در همدردی با مشتری احتمالی دارید و تلاش می‌کنید تا متوجه شوید که دقیقاً چه موضوعی آنها را نگران کرده است. مطمئن شوید که کاملاً به نظر برسد که تحت تاثیر احساسات و نظر آنها قرار گرفته‌اید و قصد دارید که هرگونه شک و تردید در این زمینه را از بین ببرید.

پاسخ‌های مربوط به هزینه

۱۱. قیمتش چقدر است؟

سوال خوبی پرسیدید. برای اینکه بهترین قیمت را به شما پیشنهاد دهم باید کمی بیشتر درباره نیازها و خواسته‌های شما بدانم. موافق هستید؟

چرا این پاسخ موثر است؟ شما با این جمله نشان می‌دهید که می‌خواهید دقیقاً وضعیت مشتری را بدانید و تعیین کنید که آیا محصول / سرویس شما مناسب اوست یا نه.



اسکرپت های تماس سرد برای سر و کله زدن با نگهبانان

اگر یک نفر باشد که فروشنده‌ها از مواجه شدن با او به هر طریقی، خودداری می‌کنند، آن شخص، همان منشی یا اصطلاحاً نگهبان است. نگهبانان (اصطلاحی که برای افرادی چون منشی، مسئول دفتر یا دستیاران شخصی به کار می‌بریم)، متخصص قطع کردن سریع تماس و بی‌توجهی به صحبت‌های شما هستند. اما توجه داشته باشید که همین افراد، اطلاعات بسیار زیادی درباره مشتری احتمالی شما دارند. و این اطلاعات می‌تواند زمان زیادی از شما صرفه‌جویی کند و نرخ موفقیت تماس‌های سرد شما را بالا ببرد.

گرچه اگر هنگام صحبت با آنها به نظر سرد یا خشن برسید، هیچ شانس در گرفتن این اطلاعات نخواهید داشت. وقتی با نگهبانان صحبت می‌کنید، مطمئن شوید که حرفه‌ای و مودب هستید. در ادامه دو اسکرپت را خواهیم دید که در هنگام سر و کار داشتن با نگهبانان، به کارتان می‌آیند.

کار با دستیاران، منشی‌ها و سایر مسئول دفترها

سلام خانم/ آقای X، من احمدی هستم از راه‌مدیران. می‌خواستم با {نام مشتری احتمالی} درباره {به طور دقیق یکی از مشکلات مشتری احتمالی و راه حل پیشنهاد خود را بگوئید} با ایشان صحبت کنم. اما برای اینکه وقتشان را زیاد نگیرم، ممکن است



شما پاسخ چند سوال من را بدهید؟

بله بفرمایید

عالی

{حالا به سراغ پرسیدن سوالات کیفیت سنجی مانند موارد زیر بروید:

۱. بهترین زمانی که می‌توانم با {نام مشتری احتمالی} صحبت کنم چه زمانی است؟
 ۲. چه نوع روش ارتباطی را ترجیح می‌دهند؟
 ۳. درباره موضوع X، معمولاً چه کسی تصمیم‌گیرنده است؟
- بسیار سپاسگزارم آقای / خانم X، خوشحالم از اینکه توانستم با شما صحبت کنم. حالا اگر {نام مشتری احتمالی} در دسترس هستند، می‌توانید لطفاً من را به ایشان ارتباط دهید؟

چرا این روش جواب می‌دهد: با مشخص کردن و ذکر این موضوع که نمی‌خواهید وقت مشتری احتمالی را تلف کنید و کمک خواستن از نگهبانان، در واقع کار او را آسان‌تر می‌کنید. به همین خاطر



احتمال اینکه او هم به شما کمک کند و اطلاعاتی که می‌خواهید را در اختیارتان بگذارد، بالا می‌رود.

کار با پذیرش (منشی)

سلام. من احمدی هستم از راه‌مدیران. لطفاً من را به {نام مشتری احتمالی} در {دپارتمان مدنظر} وصل کنید.

بله، چند لحظه.

{اگر پذیرش از شما پرسید که چه کاری دارید}

لطفاً به ایشان بگویید که احمدی هستم از راه‌مدیران و درباره یکی از مشکلات مشتری احتمالی به طور خاص و راه حل شما تماس می‌گیرم.

چرا این تکنیک جواب می‌دهد؟ وقتی در همان لحظه اول از آنها می‌خواهید که شما را به دپارتمان مشتری احتمالی وصل کنند، دیگر نیازی نیست دلیل کار خود را بگویید. نکته مهم این است که مودب و آشنا به نظر برسید.



پاسخ‌ها و مخالفت‌های رایج نگهبانان

اعتراض ۱: آیا منتظر تماس شما هستید؟

من برای {نام مشتری احتمالی} ایمیلی ارسال کردم که ایشان را از تماس امروز مطلع می‌کرد.

اعتراض ۲: جلسه هستید بعداً تماس بگیرید

بسیار خوب. ممکن است بدانم چه زمانی برای تماس با {مشتری احتمالی} مناسب است؟

اعتراض ۳: برای کاری بیرون از شهر / کشور هستید

البته. ممکن است بدانم {نام مشتری احتمالی} به دفتر خود بر می‌گردند؟

اعتراض ۴: اطلاعات را ایمیل کنید

حتماً. خوشحال می‌شوم اینکار را انجام دهم. اما قبل از آن می‌خواستم مطمئن شوم اطلاعاتی که می‌فرستم مرتبط و برای {نام مشتری احتمالی} مفید خواهد بود. به همین خاطر لازم است چند سوال مهم از ایشان بپرسم.



اسکرپت های تماس سرد برای تماس صوتی

بیشتر فروشندگان فکر می‌کنند که تماس صوتی وقت تلف کردن است. اما در اشتباه هستند. در حالیکه میانگین نرخ پاسخ‌دهی به تماس‌های صوتی حدوداً ۴.۸ درصد است، گذاشتن تماس‌های صوتی موثر می‌تواند به طرز قابل توجهی شانس پاسخ‌دهی را بالاتر ببرد. این اسکرپت های تماس سرد زیر برای تماس صوتی مناسب هستند:

۱. وقتی از یک رویداد کلیدی استفاده می‌کنید

سلام آقای X؛ من احمدی هستم از راه‌مدیران. تماس گرفتم درباره پستی که در لینکدین درباره مشکل فضای کاری منتشر کردید، با شما صحبت کنم.

ما تا به حال به بسیاری از کسب و کارهای مشابه شما کمک کرده‌ایم که فضای کاری خود را مدیریت و تا ۵۰ درصد بیشتر از امکانات موجود خود استفاده کنند. مطمئن هستم که می‌توانم در این زمینه به شما هم کمک کنم.

اگر مایل به شنیدن توضیحات بیشتر بودید می‌توانید با شماره XXX تماس بگیرید. مجدد عرض می‌کنم که احمدی هستم از راه‌مدیران با شماره تلفن XXX.



نکته: همیشه اسم خود، نام شرکت و شماره تماس را در پایان پیام صوتی خود تکرار کنید. با اینکار مشتری احتمالی شما مجبور نمی‌شود دوباره پیام صوتی شما را گوش دهد تا جزئیات را یادداشت کند.

۲. وقتی از شرکت مشتری احتمالی ارجاع داده شده‌اید

سلام احمدی هستم از راه‌مدیران. من با آقای X از بخش مارکتینگ صحبت کردم و ایشان گفتند که به دنبال استخدام یک دیزاینر برای تیم هستید.

پلتفرم ما یک جامعه ده هزار نفری از طراحان فریلنسر ارائه می‌کند که اخیراً برای شرکت X ۸ دیزاینر تمام وقت در کمتر از یک پیدا و استخدام کردیم. با اینکار هزینه فرایند استخدام این شرکت ۳۰ درصد کاهش داشت و امیدوارم که بتوانیم همین کار را برای شما هم انجام دهیم.

لطفاً در اولین فرصت با شماره XXX تماس بگیرید. مجدد عرض می‌کنم که من احمدی هستم از راه‌مدیران با شماره تلفن XXX.



۳. وقتی از طرف مشتری دیگر یا رابطی معرفی شده‌اید

سلام آقای / خانم X، من احمدی هستم از راه‌مدیران. همین الان با آقای / خانم X از شرکت Y درباره این موضوع که چگونه سیستم فروش این شرکت بعد از استفاده از سرویس ما سه برابر عملکرد بهتری داشته، صحبت می‌کردم. مطرح کردند که شما و تیم‌تان هم ممکن است به این موضوع علاقمند باشید و بخواهید از این سیستم استفاده کنید.

در صورت تمایل می‌توانید با شماره XXX تماس بگیرید. احمدی هستم از راه‌مدیران با شماره تماس XXX.

۴. وقتی بعد از یک ایمیل سرد پیگیری می‌کنید

الف: برای مشتریان احتمالی که به نوعی با ایمیل شما درگیر شده‌اند

سلام خانم / آقای X، من احمدی هستم از شرکت راه‌مدیران. متوجه شدم که ایمیلی که روز دوشنبه برای شما فرستادم را باز و از سایت ما دیدن کردید.



می‌خواستم چند سوال درباره موقعیت شما ازتان بپرسم و ببینم دقیقاً چطور می‌توانیم به شما کمک کنیم. خوشحال می‌شوم هر اطلاعاتی که نیاز داشتید برای شما بفرستم. می‌توانید از طریق شماره XXX با من تماس بگیرید. مجدد عرض میکنم احمدی هستم از راه مدیران با شماره تماس XXX.

ب: برای آنهایی که کاری با ایمیل شما نداشته‌اند

سلام خانم / آقای X، من احمدی هستم از راه مدیران. ایمیلی در روز دوشنبه برای شما ارسال کردم درباره اینکه چطور می‌توانیم به شما کمک کنیم تا طی ۶ ماه آینده ترافیک بیشتری در سایت شما ایجاد شود. آیا فرصت کردید این ایمیل را بخوانید؟ می‌توانم مجدد این ایمیل را ارسال کنم.

اگر خواستید درباره این موضوع تلفنی صحبت کنیم هم می‌توانید با شماره XXX تماس بگیرید. احمدی هستم از راه مدیران با شماره تماس XXX.



۵. وقتی آخرین تلاش برای برقراری ارتباط با مشتری احتمالی را می‌کنید

سلام آقای / خانم X، احمدی هستم از راه مدیران. می‌خواستم درباره این موضوع که چطور می‌توانید هزینه تبدیل مشتریان به خریداران را کاهش بدهید و فروش خود را سالانه ۲۰ درصد افزایش دهید با شما صحبت کنم. سعی کردم چند بار با شما تماس بگیرم اما موفق نشدم. اگر این بار هم تماسی از سمت شما نداشته باشم فرض را می‌گذارم بر اینکه علاقه‌ای به این پیشنهاد ندارید.

در غیر اینصورت، می‌توانید با شماره XXX تماس بگیرید. احمدی از راه مدیران با شماره تماس XXX.

نکات مهم درباره نوشتن بهترین اسکریپت های تماس سرد

مشتری احتمالی خود را بشناسید - قبل از اینکه تلفن را برای تماس گرفتن بردارید، تحقیقات انجام دهید. اینکار به شما شانس این را می‌دهد که بتوانید سرنخ‌های خوب را از بد تفکیک کنید. همچنین پاسخ‌های مناسب به اعتراضات احتمالی بدهید.



کوتاه و شفاف صحبت کنید - زیاده‌گویی نکنید. پیام خود را خلاصه و مستقیم انتقال دهید. و همیشه درباره اینکه چه کسی هستید، از کجا تماس می‌گیرید و چه هدفی از این گفتگو دارید را شفاف بیان کنید.

فعالانه گوش دهید - به کلمات، تُن صدا و سرعت کلام مشتری احتمالی خود گوش دهید. اینکار باعث می‌شود انگیزه‌ها و اعتراضات او را بهتر بفهمید.

روی کیفیت سنجی تمرکز کنید نه ارائه - هدف از یک تماس سرد کیفیت‌سنجی سرنخ است تا بتوانید آنها را در قیف مشتری یک گام جلوتر ببرید. پس ارائه خود را برای زمانی دیگر یا تماس دیسکاوری نگه دارید.

مصمم باشید - به طور میانگین، ۸ تلاش نیاز است تا طی تماس‌های سرد به یک مشتری احتمالی برسید. پس دست از تلاش برندارید تا شخص مورد نظر خود را پیدا کنید. جایی که لازم است، تماس صوتی بگذارید.

در آخر، بدانید که این شما هستید که تماس‌های خود با مشتریان احتمالی را مدیریت می‌کنید. پس از اسکرپیت‌های تماس سرد به عنوان یک نقطه شروع استفاده کنید. وقتی آماده شدید می‌توانید بخش‌هایی را کم و زیاد نمایید تا مسیر گفتگو دست شما باشد. در



این میان مطالعه منابع معتبر با مثال‌های کاربردی هم می‌تواند بسیار برای شما موثر واقع شود. کتاب تماس‌های میلیاردری نوشته آقای استقامت، بهترین پیشنهاد برای این منظور است. کافیست روی تصویر زیر کلیک کنید تا توضیحات بیشتر را بخوانید.



برای خرید پکیج طلایی کتاب
تماس‌های میلیاردری اینجا
کلیک کنید

<https://rahemodiran.com/۳-reasons-sales-experts-fear-co/ld-calling>

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس



۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پر
کردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما
باشید.