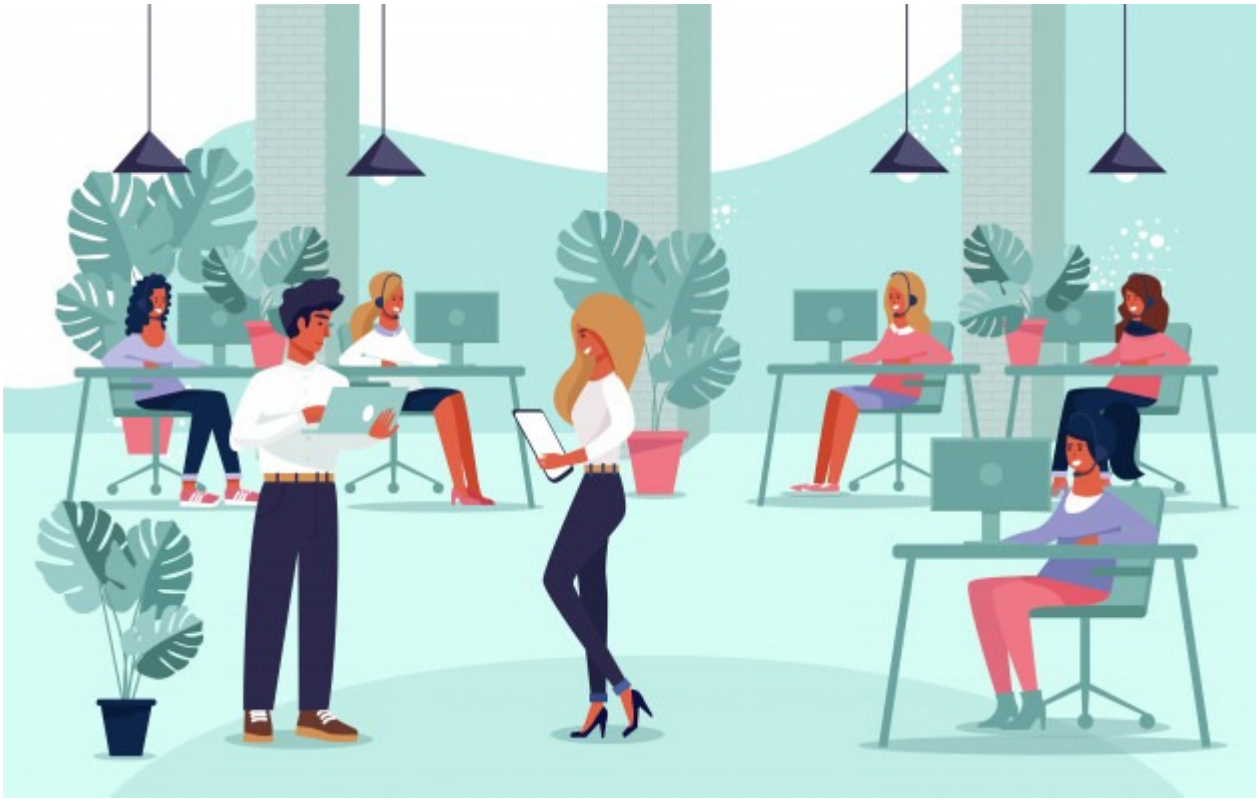

چطور مشتری دقیق را از پشت تلفن شناسایی کنیم؟

چطور مشتری دقیق را از پشت تلفن شناسایی کنیم؟

مشتری دقیق

واژه های کلیدی مورد استفاده برای توصیف این نوع مشتری عبارت‌اند از:

خوشبین، خاص، پژوهش‌محور، تحلیگر، متوجه‌جزئیات، موشکاف، موردتأیید، پایبند به آیین‌نامه، مسلط برخود، مستحکم، حقیقت گرا، خرده‌گیـر

ویژگی ها

ایـن مشتریـان بایـد از تصـمیم هـایی کـه می‌گیرنـد و پیامـدهای آن مطمئن و خاطر جمع باشند. از این رو به دقت تحقیق و تجزیه و تحلیل می کنند و هرگز فقط براساس تاثیر شما و احساسات غریزی تصمیم نمی‌گیرند. به این دلیل که باید «درست تصمیم بگیرند»، دقیق هستند و هرگز از امیال آنی پیروی نمی‌کنند. همواره در پی اطلاعات بیشتر هستند و می‌خواهند به طور کامل مطمئن شوند. آنان حتی یک مهلت نهایی برای جستجوی دلیل متقاعدکننده در نظر خواهند گرفت.

پـس از تلفـن شمـا، حتـی اگـر قـادر شویـد بـه یـک توافـق آزمـایشی برسید، مشتریان دقیق می‌خواهند پیشنهاد و طرح رسمی دریافت کننـد. در صـورت تحـت فشـار قـرار گرفتـن از جـانب شمـا بـرای تصمیم‌گیری یا تعیین قرار ملاقات، از شما دوری خواهند کرد، زیرا اگر تصمیم نگرفته باشند این امر ایشان را تحت فشار بیشتر فروشنده

قرار می دهد.

این نوع مشتریان سخت‌ترین نوع مشتریان برای فروش تلفنی هستند.

حتی اگر تمام موانع ممکن را برای اتمام فروش برداشته باشید، او شاید هنوز می‌خواهد پیشنهاد کتبی را ببیند. ماهیت منطقی حقایق و رایانه‌ها باعث می‌شود اینان با پست الکترونیکی موافق تر از مواجهه رو در رو باشند. به‌طور کلی مشتریان وظیفه شناس و دقیق نظم را به شدت رعایت می کنند. به ویژه ممکن است از قطع تلفن ناراحت شوند، بنابراین بهتر است حتی برای تلفن کردن به این گونه مشتریان قرار قبلی گذاشته باشید.

مهارت فنی برای ایشان ارزشمند است، بنابراین بیشتر در زمینه‌هایی مثل مهندسی، سخت افزار و نرم افزار رایانه، حسابداری و امور مالی فعال هستند. آنان اغلب به دلیل دانش تخصصی‌شان طرف مشورت مقامات بالاتر در تصمیم‌گیری‌ها قرار می‌گیرند، ولی از گرفتن تصمیم‌های مهم به نمایندگی از شرکت اجتناب خواهند کرد. این مشتریان ممکن است پشت تلفن کسل کننده به نظر برسند و شما این را در پیام‌های صوتی‌شان نیز خواهید شنید. ممکن است به

دلیل این که هیچ‌گونه احساساتی بروز نمی‌دهند، حتی اگر مشتاق خریدن محصول شما باشند، ناامید شوید. برای هماهنگی با مشتریان دقیق باید در الگوهای مکالمه‌تان از نشان دادن اشتیاق زیاد خودداری کنید. سبک تماس گرفتن شما باید سنجیده و ظریف باشد.

این مشتریان قبل از صحبت‌کردن فکر می‌کنند.

برخلاف بسیاری از ما که در فروش هنگام صحبت‌کردن فکر می‌کنیم. بنابراین سکوت آنان لحظه‌ای پس از شنیدن پرسش شما، عادی است. آن قدر سکوت می‌کنند که ممکن است برای شما ناراحت کننده باشد. مشتری دقیق به وقت بیشتری برای پردازش اطلاعات دارد. این یک مسأله‌ی امنیتی- اطلاعاتی نیست ولی مستلزم پردازش است. این مشتریان به تخصص خود افتخار می‌کنند و شاید در مورد تخصص دیگران منفی‌نگر باشند. به هرحال اینان از نظر شخصیتی تا حد زیادی صداقت و تعادل دارند و اگرچه آهسته تصمیم می‌گیرند، می‌توان به ایشان اطمینان داشت. اینان در سازمان‌های خود زنبورهای کارگر هستند و اغلب بیش از حد کار می‌کنند و کمتر درکانون توجه قرار می گیرند.

روش های رسیدن به مشتری دقیق

در حالیکه که شاید معامله کردن تلفنی با مشتریان دقیق مشکل باشد، به هیچ وجه ناممکن نیست. مطمئن شوید که به مشتری دقیق وقت کافی برای هضم اطلاعات می‌دهید. مشتریان دقیق متفکران واکنشی نیستند. به عنوان مثال وقتی که در حین مکالمه تلفنی با شما یک صفحه پاورپوینت یا اطلاعات را روی وب سایت شرکت شما مشاهده می‌کنند، اشتباه معمول فروشنده در مورد ایشان این است که اجازه نمی‌دهد این مشتری وقت خواندن و مطالعه‌ی آنچه را آنجا هست داشته باشد. چه اشتباه بزرگی! چنانچه در جلب توجه این گونه مشتریان برای مراجعه به وب سایتتان موفق بودید- فقط یک صفحه از آن- اگر به طور کامل به او اجازه دهیدکه اطلاعات آنجا را کشف کند، او خودش خود را مجاب خواهد کرد خرید کند. ساکت باشید و بگذارید مشتری به مطالب روی سایت نگاه کند. سکوت آن طرف خط در مورد مشتری دقیق، همیشه چیز بدی نیست.

از آنجا که شما اطلاعات زیادی را به مشتری دقیق می‌دهید مطمئن شوید که آن را به منظور دسترسی آسان، منظم و مرتب ارائه می‌دهید. مشتری دقیق، در مقام متخصص، شما یا محصولتان را در جلسات تصمیم‌گیری توصیه نمی‌کند مگر این که تعداد زیادی دلیل و پشتوانه برای به اثبات رساند این توصیه داشته باشد. (توجه: در فروش تلفنی موقعیت از «از خیرش بگذریم» جایی که کسی

سخنگوی شما در برابر تصمیم گیرنده باشد، به ویژه در مورد افراد دقیق، غیر عادی نیست. زیرا آنان مرد احترام دیگران‌اند.)

مشتریان دقیق با ابراز اشتیاق به محصولی که آن را تأیید نمی‌کنند، موقعیت خود به عنوان متخصص را به خطر نمی‌اندازند.

هرگز غافلگیرکردن این مشتریان با درخواست با تماس، کارساز نیست.

بلکه بهتر است برای تعیین قرار ملاقات و اعلان ماهیت تماس، از قبل به آنان نامه‌ی الکترونیکی بفرستید. چنانچه از نظر شخصیتی با آنان متفاوت هستید، آهسته پیش بروید و در عین آمادگی گامی اندیشمندانه و ظریف بردارید. اشتیاق و نیز هرگونه رفتاری که باعث عدم انعقاد قرارداد شود نشان ندهید و سعی نکنید در مورد این مشتری «کَنه شوید».

- قبل از تماس با مشتری دقیق حقایق و آمار صحیح را در دسترس قرار دهید.
- به تمام پرسش‌ها هر چه کامل‌تر پاسخ دهید. اگر خیلی سریع نمی‌توانید جواب دهید، در صورت لزوم هرچه زودتر تماس

بگیرید و پاسخ دهید.

- از تعمیم دادن و شاهد آوردن خودداری کنید مگر این که از کسی شنیده باشید. مشتری دقیق شما به این کار باور دارد و آن را مهم می داند.
- آماده باشید که برای آن دلیل، مدرک و مقالاتی از منابع ثالث (نه مقالات منتشر شده به وسیله ی شرکت خودتان بلکه مقالاتی از مجلات صنعتی یا مقالاتی از گروه های بی طرف) بفرستید. مشتری دقیق البته قول و گفتار شما را پشت تلفن سند نمی‌داند.
- از دیدگاه فروش دقیق و راهبردی استفاده کنید. این کار در مورد این گروه بسیار ناسازگر است. کارتان را اغلب با تماس های منظم پیگیری کنید.
- به آنان وقت بدهید فکر کنند و هرچه را که می‌خواهید به ایشان تلفنی بگویید بازبینی کنید تا خلاف واقع نباشد.

اگر چنین نکنید آنان ادعای شما را یادداشت کنند و پس از این که گوشی را بگذارید ارقامی را که ارائه داده‌اید بازبینی خواهند کرد.

دیدن این ویدئو آموزنده رو از دست ندهید

همچنین می توانید از طریق سایت راه مدیران و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق خدمات مشاوره با پر کردن فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما

باشید.