



چطور مشتری با انرژی را از پشت تلفن شناسایی کنیم؟

چطور مشتری با انرژی را از پشت تلفن شناسایی کنیم؟

مشتری با انرژی

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

پرشور، مبتکر، متفاوت، پرهیجان، خودرأی، مشارکت جو، مثبت ،



ارجاع دهنده، دراماتیک، نوگرا، سودمحور، سرشناس، شادمان

اگر کم انرژی باشید مشتری پرانرژی به شما در رسیدن به سطح انرژی بالا کمک می‌کند، زیرا مبتلا به خوش‌بینی مسری است. آنان دوستانه ولی شتاب زده، زیاد و تند صحبت می‌کنند. دوست دارند درباره‌ی خودشان و پروژه‌های‌شان با هیجان صحبت کنند، بنابراین شنوندگان خوبی نیستند.

آیا به عنوان فروشنده مجبورید این وضع را تحمل کنید؟ باید خودتان ببینید.

افراد با انرژی جسورند و ممکن است حتی خودشان محصول شما را به خودشان بفروشند زیرا امکانات را کشف می‌کنند. فقط به یاد داشته باشید که باید آرام باشید و بگذارید این نوع مشتری حرف بزند!

حتی وقتی که عجله دارند، در مدیریت زمان ضعیف و نامنظم هستند.



ممکن است لازم باشد فرض را بر این بگذارید چیزی را که فرستاده اید گم کرده اند. همچنین ممکن است از مکالمه‌ی تلفنی با شما یادداشتی برندارند و ممکن است نکات مهم را فراموش کنند. از آنجا که این مشتریان به افرادی که دوست دارند خوب پاسخ می‌دهند و می‌توانند به عنوان تصمیم‌گیرنده تابع امیال آئی باشند، اگر با ایشان دوستی کنید می‌توانید از این ویژگی سود ببرید. ولی چنانچه از شما دلخور با عصبانی شوند، معامله را از دست خواهید داد.

ممکن است این افراد تماس‌های زیادی با شما بگیرند زیرا مایل اند قبل از انجام معامله، با شما ارتباط برقرار کنند. از آنجا که مشتریان با انرژی به طور ذاتی مجاب کننده و خودرأی هستند، گاه مشتریان و معاملاتی را به شما ارجاع می‌دهند؛ فقط کافی است از آنان درخواست کنید.



روش های رسیدن به مشتری با انرژی

مشتریان با انرژی با کمال میل به درخواست های شما پاسخ خواهند داد. «آیا قدری وقت صرف می کنید تا چیزی را برای من ببینید؟ از داوری و اظهار نظر شما سپاسگزارم.» از آنان تعریف کنید زیرا دوست دارند گرایش های مثبت خود را نشان دهند. امکان ندارد این مشتریان شماره تلفن کسی را برای ارجاع در دسترس داشته باشند. ولی اگر بخواهید شاید راضی شوند در مورد محصول / خدمات شما کنفرانس تلفنی و شهادت بدهند. به یاد داشته باشید که اینان تحت استرس و فشار، عوامل بیرونی را مقصر قلمداد می‌کنند زیرا به



راستی هیچ گونه تقصیر و کوتاهی را متوجه خود نمی بینند.

چنانچه شرکت شما هدایای تبلیغاتی کوچکی در نظر گرفته، می توانید آن ها را برای مشتریان با انرژی بفرستید، زیرا سپاسگزار می شوند و آن را به خاطر می سپارند. مثال آن این است که «یادم می آید که گفتید پسر شما موسیقی دوست دارد. فروشگاه محصولات فرهنگی واقع در ساختمان ما کلی لوح فشرده دارد. من یکی برای شما خواهم فرستاد.»

• برای اینان پرشور و مطالب سفارشی تا حد امکان رنگی بفرستید. نامه های الکترونیکی باید دوستانه و دارای نکات مشخص شده با شلک باشد.

• برای چنین شخصیتی، بر منافعی که استفاده از خدمات شما برای او دربر دارد تأکید کنید.

• مطمئن شوید که لحنان بی اعتنا نیست و پشت تلفن پرشور و حرارت باشید.

• از زیر و بم صدا بیشتر استفاده کنید و کمی تندتر حرف بزنید - این امر ممکن است اغراق آمیز به نظر برسد ولی به یاد داشته باشید که شل بودن پشت تلفن در لحن شما تأثیر دارد.

• بر ایجاد رابطه با گفتن این که چقدر شرکت و کار آنان برای شما اهمیت دارد تأکید کنید. تصویر یک تیم بودن را ترسیم کنید: یعنی موفقیت آنان و شما به یکدیگر بستگی دارد.



• به یاد داشته باشید که پی‌درپی از «شما سپاسگزارم» استفاده کنید. گاهی یک تماس تلفنی فقط برای تشکر از مشتری با انرژی، سبب ایجاد روابط می‌شود. یک دستخط، یک یادداشت پیگیری، ایده‌ی خوب دیگری برای تضمین پیگیری این گونه مشتریان است.

تمرین کنید و صدای مشتریان را پشت تلفن با دقت بیشتری گوش دهید.

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** 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.