



چطور مشتری مهربان- پایدار را از پشت تلفن تشخیص دهیم؟

چطور مشتری مهربان- پایدار را از پشت تلفن تشخیص دهیم؟

مشتری مهربان

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



خوش‌برخورد، محتاط، قابل اعتماد، کارآمد در طول زمان، استوار، ثابت قدم، وفادار، گروه محور، مشتری خشنود، سازگار، شنونده خوب

مشتریان مهربان، خونگرم، دلسوز، مردم‌گرا و شنوندگانی خوب هستند و اغلب پس از صحبت کردن با یک مشتری سرسخت، از گفتگو با ایشان احساس خرسندی می‌کنید. آنان عجله ندارند و پشت تلفن صبور هستند و هرگز به نظر نمی‌رسد عصبانی باشند، حتی اگر تحت فشار باشند. به هر حال آگاه باشید که اینان گاهی پرچالش‌ترین مشتریان شما هستند، زیرا در تصمیم‌گیری خیلی کند هستند.

مشتری مهربان پرچالش‌ترین مشتریان شما هستند. چون در تصمیم‌گیری خیلی کند هستند.

مشتریان مهربان وفادار هستند و اغلب با شما خواهند ماند، ولی اگر پیش از این مشتری رقیب بوده‌اند. جدا کردن آنان از رقیب بسیار مشکل است، زیرا تغییر و جابه‌جایی را دوست ندارند. مشتریان مهربان، خونگرم، صمیمی، ملاحظه‌کار موافق هستند؛ حتی اگر قصد نداشته باشند از شما خرید کنند. این حالت می‌تواند گمراه‌کننده باشد. در این مورد ملاحظات فرهنگ نیز می‌تواند دخیل باشد، برای



مثال دارندگان برخی از فرهنگ‌ها احساس می‌کنند به دور از آداب‌دانی است که نسبت به شخصی بی ادب یا نامهربان باشند؛ خواه قصد معامله داشته باشند خواه نداشته باشند.

اتخاذ تصمیم های گروهی برای امشتریلن مهربان راحت تر است و مشتریان مهربان به ندرت با اجماع مخالفت می‌کنند. اگر این‌گونه مشتریان را تحت فشار قرار دهید ممکن است «بله» بگویند، ولی پاسخ واقعی ایشان «نه» است و پس از پیگیری نیز به «نه» می‌رسید. این مشتری برای تصمیم‌گیری به زمان نیاز دارد و در دراز مدت تصمیم‌گیری می‌کند. اغلب مشتریان مهربان باتجربه هستند و از تجربیات گذشته‌شان سود می‌برند و این امر بر توانایی ایشان برای تصمیم‌گیری سریع اثر می‌گذارد.

زمان زیادی طول می‌کشد تا اعتماد مشتری مهربان را جلب کنید.

روش های رسیدن به مشتری مهربان

این‌گونه مشتریان به دلیل اینکه دوست دارند با تمام افرادی که با آنان کار می‌کنند خوب باشند، نیاز دارند احساس کنند که شما همراه با دیگران در گروه تصمیم‌گیری به ایشان کمک خواهید کرد. شما باید کشف کنید که سایر دست‌اندرکاران چه کسانی هستند، ولی



مشتریان مهربان خودشان در کمال رضایت به شما خواهند گفت. مطمئن باشید وقتی با لحنی صبورانه به آنان می‌گویید «عجله نکن»، از ته دل بگویید.

• از این مشتریان بپرسید اوضاعشان چگونه است و به پاسخ آنان گوش دهید.

• به آنچه در تماس قبلی درباره‌ی خودشان به شما گفته‌اند رجوع کنید (پایگاه‌های اطلاعاتی دست اولی وجود دارند که به شما کمک می‌کنند این جزئیات را پیگیری کنید).

• اجازه دهید شما، و شرکت شما را به‌طور شخصی بشناسند. آنان را در علاقه‌شان صادق خواهید یافت. برای اینان یک محصول یک بسته‌ی کامل است - بسته‌ای که شامل فروشندگی، شرکت و محصول. آگاهی از تمام این موارد، خطر را برای این مشتریان به حداقل می‌رساند.

دیدن این ویدئو به شما کمک می‌کند

موارد مهم در مورد مشتری مهربان :

• در تماس‌های تلفنی‌تان مشتریان مهربان را به جلو هول ندهید. اینان تحت فشار تسلیم می‌شوند ولی این جور برنده شدن، نفعی به حالتان نخواهد داشت. آنان دیگر با شما ارتباط برقرار نخواهند کرد و از این رو، فروش را از خواهید داد.



همان طور که قبلاً هم توضیح دادم، برای این که در تشخیص شخصیت مشتریان تبحر پیدا کنید باید حسابی تمرین کنید.

تمرین: اکنون که در حال درک سنخ‌های مختلف شخصیت هستید، سعی کنید دیگرانی را که می‌شناسید طبقه بندی کنید یا به عنوان تمرین با آنان کار کنید. هر بار که شخص جدیدی را ملاقات می‌کنید یا برای اولین بار با کسی پشت تلفن صحبت می‌کنید، سعی کنید نوع شخصیت او را هر چه زودتر بشناسید.

آن‌گاه، وقتی که فرصت بیشتری داشتید، او را بیشتر شناسایی کنید. ارزیابی کنید تا متوجه شوید آیا در اولین برداشت خود درست فهمیده‌اید یا خیر. هر چه سریع‌تر بتوانید سنخ شخصیت هر مشتری را ارزیابی کنید و با آن وقف یابید، سریع‌تر با او مکالمه‌ی منجر به فروش خواهید داشت.

نکته: اغلب، شخصیت مشتری از پیام تلفنی ضبط شده‌ی او یا از آهنگ کلامش هنگام پاسخ‌گویی به تماس شناخته می‌شود. شما می‌توانید با شنیدن پیام‌های صوتی ضبط شده‌ی مشتریان برای مکالمه‌ی واقعی آماده شوید. یک روش مناسب برای انجام



این کار و شناسایی سنخ شخصیت، تماس گرفتن پس از ساعت اداری و فقط گوش دادن است. این امر به شما کمک می‌کند خودتان را برای تماس واقعی آماده سازید.

تطبیق شخصیت مشتریان

شما به عنوان فروشنده، سبک خود و شخصیت خود را خواه پشت تلفن خواه در ملاقات رودرو دارید. با توجه به **ارزیابی نوع شخصیت** در ضمیمه‌ی الف می‌توانید تصویری واضح‌تر از نوع شخصیت خودتان به‌دست آورید. به علاوه، قادر خواهید بود از درک چگونگی تطبیق شخصیت سود ببرید تا با سایر سنخ‌ها از نظر سبک و لحن کارآمدتر برخورد کنید.

به یاد داشته باشید در عشق، تضادها سبب کشش می‌شوند. ولی ما در زندگی شغلی نیاز به هارمونی داریم تا کارآمد باشیم. از این رو با کسانی که بیشترین شباهت را به ما دارند بهتر هماهنگ می‌شویم و وقتی که شخصیتی مشابه خود را ملاقات می‌کنیم، دنیا برایمان خیلی زیبا می‌شود. به ویژه وقتی این سنخ مشابه مشتری‌مان باشد احساس هماهنگی می‌کنیم. ما به نت‌های مشابهی برخورد می‌کنیم و با نت‌های مشابهی پاسخ می‌دهیم و با ضرب آهنگی مشابه عمل می‌کنیم. خط تلفن تا حدودی پلی ذهنی بین دو طرز فکر است.



ما با کسانی که بیشترین شباهت را به ما دارند بهتر هماهنگ می‌شویم.

حتی اگر با نوع مخالفت خود برخورد کنیم، باز هم می‌توانیم در جستجوی وجود مشترک باشیم. در گذشته به فروشندگان تلفنی یاد داده می‌شد افرادی را پیدا کنند و با آنان راجع به آنچه دوست دارند صحبت کنند. از این‌رو آنان می‌توانستند وجوه مشترکشان مثل ورزش، سرگرمی‌ها، شوخی و از این قبیل را مشخص کنند. امروز وقت چنین گپ‌زدن‌هایی را ندارند، ولی ما هنوز می‌توانیم ارتباطی را که قبل از معامله لازم است، ایجاد کنیم. به جای علایق مشترک، ما یاد می‌گیریم به لحن، سبک، انرژی و آهنگ کلام دقت کنیم. مراقب کلیدها باشید و راهبردتان را بر طبق آن انتخاب کنید. این سریع‌ترین روش برای به نتیجه رسیدن است.

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه**



اجتماعی استاد بهزاد استقامت را دنبال کنید.