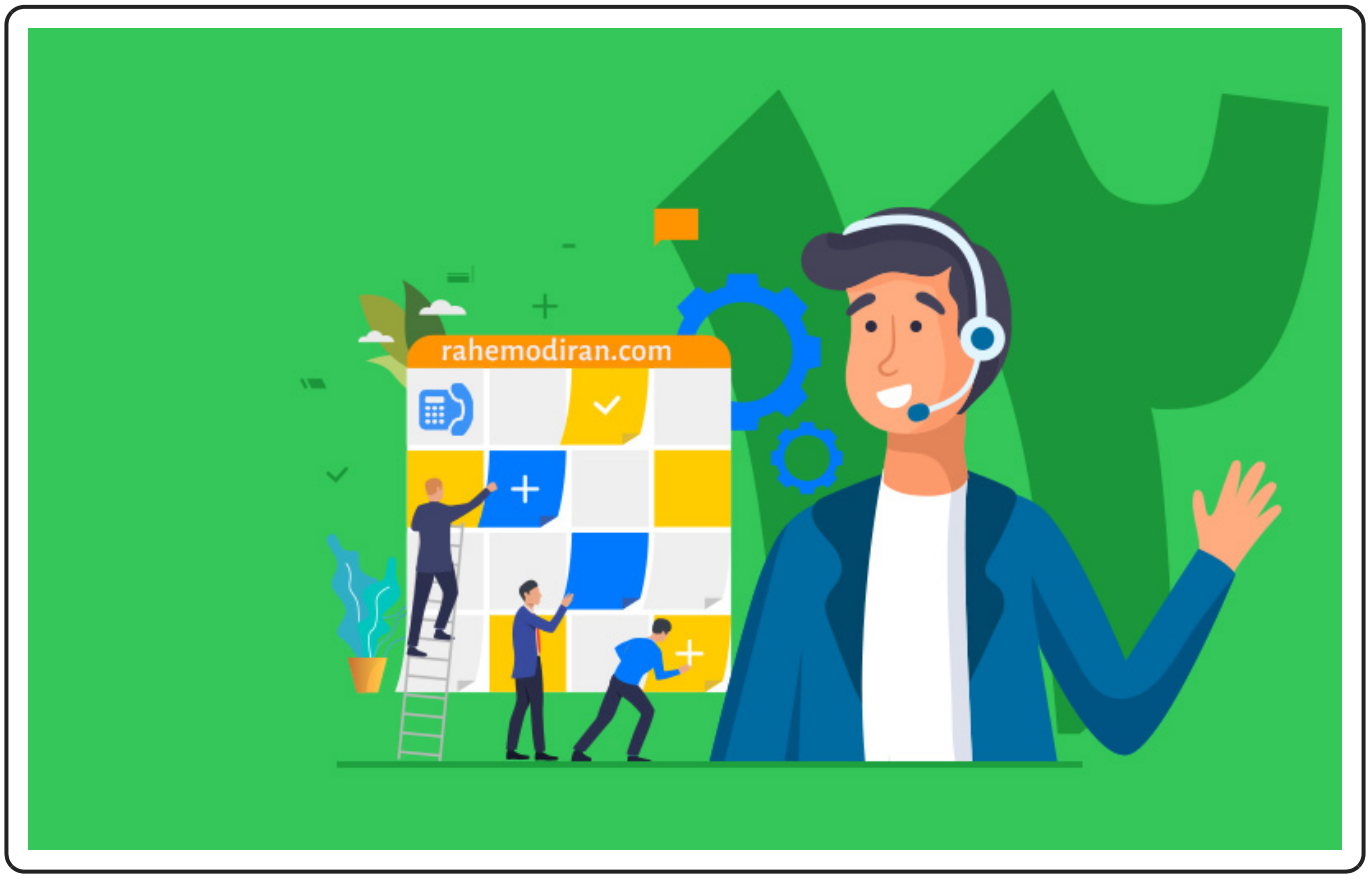

۱۲ نکته مهم درمورد تماس‌های تنظیم جلسه که باید بدانید

آیا شما مسئول تماس‌های تنظیم جلسه هستید؟ پس باید بدانید که درگیر شدن مخاطب چه نقش حیاتی در فرایند کلی فروش تلفنی می‌گذارد. کیفیت مکالمه‌ای که با مشتری احتمالی دارید وابسته به توانمندی‌ها و ابزارهایی است که با آن کار می‌کنید. فراموش نکنید که این روزها پیدا کردن یک خریدار خوب، کار سختی شده است.

طبق گزارش Sales Development Technology این روزها به طور متوسط باید ۱۸ تماس برای رسیدن به یک خریدار گرفته شود. این رقم دوبرابر چیزی است که در گذشته مطرح بود. پس وقتی در

نهایت با خریداری مواجه شدید، باید همه چیز را به درستی بچینید.

در این مقاله از مجله راه مدیران، نکاتی را مرور خواهیم کرد که به شما کمک می‌کند تا بتوانید تماس‌های تنظیم جلسه را بهتر انجام دهید. اما قبل از شروع نگاهی بیندازیم به اینکه منظور ما از تنظیم کردن جلسه یا قرار ملاقات چیست و چطور در فرایند فروش شما موثر خواهد بود.

منظور از تنظیم کردن قرار ملاقات چیست؟

اصطلاح Appointment Setting به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن مشتریان بالقوه را پیدا کرده و آنها را راضی می‌کنید تا با شما قرار ملاقات تنظیم کنند. این کار می‌تواند به صورت رودررو یا تلفنی انجام گیرد. در این جلسه شما محصول خود را معرفی نموده و برای بستن یک معامله تلاش خواهید کرد.

تنظیم کردن قرار ملاقات یک مرحله حیاتی در فرایند فروش است. این فرصتی است تا بتوانید تاثیر مثبتی روی مشتری بالقوه خود بگذارید. برای موفقیت در تنظیم یک قرار ملاقات باید مهارت‌های ارتباطی خوبی داشته باشید و بتوانید به سرعت با مشتریان رابطه برقرار کنید. در نتیجه مشتری احتمالی خود را ترغیب خواهید کرد که محصول شما راه حل مشکل‌شان خواهد بود.

در یک قرار ملاقات موثر به درک درستی از نیازها و نقاط درد مشتری بالقوه خواهید رسید و می‌توانید محصول یا سرویس خود را به عنوان راه‌حل این نیازها معرفی کنید. اینکار نیاز به مهارت‌های ارتباطی خوب، پشتکار، توانایی کنار آمدن با اعتراضات و تحمل رد شدن از طرف مشتریان را دارد.

موفقیت در فرایند فروش تا حد زیادی به میزان موثر بودن فرایند قرار ملاقات برمی‌گردد. چراکه اولین گام در ساخت رابطه با مشتری احتمالی و اعتمادسازی و ایجاد اعتبار است.

۱۰ نکته برای برقراری تماس‌های تنظیم جلسه

۱. تحقیقات کنید

۸۲ درصد از تصمیم‌گیرندگان B۲B فکر می‌کنند که کارمندان فروش آمادگی لازم را ندارند. یکی از آزاردهنده‌ترین عادات یک تنظیم کننده قرار ملاقات این است که آماده تماس گرفتن نباشد. شما باید مخاطب خود را به خوبی بشناسید تا بدانید که اعضای تیم او چه نیازهایی دارند و چه چیزی به کارشان می‌آید. شخصی که تماس‌های تنظیم جلسه را می‌گیرد باید به خوبی با محصول آشنا بوده و بتواند تا جای ممکن نیازها و نگرانی‌های خریداران احتمالی را پاسخگو باشد.

پس قبل از برقراری تماس‌های تنظیم جلسه تحقیقات لازم را انجام دهید. محصول یا سرویس خود را به خوبی بشناسید. درباره صنعتی که کسب و کار شما به آن خدمات می‌دهد تحقیق کنید. انتظار سوالات سخت را داشته باشید و پاسخ‌ها را از پیش آماده کنید. اگر این یک سناریو B۲B است کمی قبل از تماس گرفتن بیشتر درباره شرکت مشتری مطالعه کنید. پروفایل سوشال مدیای مشتری را بررسی کنید تا اطلاعاتی درباره شخصیت و علایقش به دست آورید. همچنین از اهداف اصلی شرکتی که مشتری در آن کار می‌کند مطلع شوید.

سوال بپرسید و به دقت به پاسخ‌های او گوش دهید. هرچه بیشتر درباره مشتری احتمالی خود بدانید بهتر می‌توانید پاسخ سوال‌هایش را بدهید و نیازهای آنها را پاسخگو باشید.

۲. مشتری احتمالی درست را پیدا و ارتباط خود را با او قوی کنید

شما شانس بیشتری برای تنظیم جلسه با مشتری احتمالی‌ای خواهید داشت که از قبل با شرکت شما ارتباط برقرار کرده است. اینجا همان نقطه تلاقی بین بازاریابی و فروش است. برای تماس گرفتن با سرنخ‌هایی که صلاحیت‌سنجی شده‌اند، توصیه می‌شود که با بخش مارکتینگ کار کنید و بر اساس سه معیار، تماس‌ها را پیگیری نمایید.

- دانلودهای وب سایت: آیا وبینار یا پروژه‌های مشابه در سایت خود پیشنهاد می‌دهید؟ مشتری احتمالی شما احتمالاً همان‌هایی هستند که این محتواها را دانلود می‌کنند.
- بازدیدکنندگان وب سایت: اگر هر زمان که مشتریان احتمالی از سایت شما بازدید می‌کنند برای شما نوتیفیکیشن نمی‌آید لازم است که هرچه سریعتر این قابلیت را به سایت خود اضافه کنید. اینکه بدانید مشتریان احتمالی چه زمانی به شما فکر می‌کنند، مزیت بسیار مهمی است. به علاوه می‌توانید از این نوتیفیکیشن‌ها برای ارتباط مجدد با مشتری احتمالی‌ای که قبلاً با او صحبت کرده‌اید استفاده کنید.
- شرکت کنندگان در رویداد: لیست کاملی از افرادی که در رویداد یا وبیناری که شرکت شما برگزار می‌کند یا اسپانسر آن است را داشته باشید.

مسلماً نکات بیشتری درباره تماس‌های تنظیم جلسه نسبت به تماس‌های سرد وجود دارد. اما مهم‌ترین تفاوت این است که برای تماس‌های تنظیم جلسه لازم است که از قبل کاملاً آماده شوید. همچنین می‌توانید از طریق کانال‌های مختلفی با سرنخ‌های خود ارتباط برقرار کنید.

در این میان گذاشتن پیام صوتی، نوشتن ایمیل، ارتباط برقرار کردن از طریق سوشال مدیا و ارسال پیامک را فراموش نکنید. همین الان که شما در حال مطالعه این مقاله هستید، مشتری احتمالی شما دارد پیشنهادات رقبای شما را مدنظر قرار می‌دهد. پس فرصت را از دست ندهید.

۳. به زمان برقراری تماس‌های تنظیم جلسه دقت کنید

وقتی صحبت تولید سرنخ باشد، زمان به یکی از عوامل بسیار مهم برای تنظیم کننده جلسات فروش خواهد بود. همچنین زمان برای هر مشتری احتمالی‌ای که با او تماس می‌گیرید هم بسیار مهم است. پس باید در بهینه‌ترین زمان ممکن نظر مخاطب هدف خود را جلب کنید. قرار نیست در حین صرف ناهار با افراد تماس بگیرید. همچنین در تماس‌های بین‌المللی حواس‌تان به اختلاف ساعت هم

باشد.

اما بدتر از تماس گرفتن در ساعت ناهاری، تماس در ساعت استراحت افراد است. شما نباید زمان خواب یا تایم همراهی با خانواده مزاحم افراد شوید. در روابط B۲B اگر نمی‌دانید زمان درست برای تماس گرفتن چه وقتی است بهتر از تحقیقات لازم را انجام دهید. ببینید تصمیم گیرندگان هدف شما چه زمان‌هایی در دفتر حضور دارند. اگر برای ارائه دمو فروش یا تنظیم جلسه مشاوره با یک شرکت بین‌المللی تماس می‌گیرید، مطمئن شوید که ساعت کاری آن کسب و کار را می‌دانید.

۴. از آنها بپرسید که آیا فرصت صحبت کردن دارند

واقعیت این است که شما همیشه با تماس گرفتن با مشتری در کارهای او وقفه ایجاد می‌کنید. نیازی نیست بگوییم که بسیاری از آنها در حین صحبت تلفنی با شما چشم می چرخانند و می‌گویند که الان وقت صحبت ندارند. به همین خاطر مودبانه‌تر است که از آنها بپرسید آیا می‌توانند چند دقیقه‌ای از وقت خود را به شما بدهند تا صحبتی داشته باشید.

با این برخورد شانس بیشتری خواهید داشت که بتوانید ارائه فروش خود را انجام دهید. حتی اگر جواب منفی به شما بدهند هم می‌توانید از آنها بپرسید که چه زمانی امکان صحبت دارند تا با آنها

مجدداً تماس بگیرید. که احتمالاً حالت دوم بسیار بیشتر است. چون در اکثر شرایط شما با افراد تصمیم‌گیرنده تماس می گیرید که تمام روز خود را برنامه‌ریزی کرده‌اند. اما چون از همان ابتدا با آنها محترمانه برخورد می‌کنید این فرصت را خواهید داشت که بتوانید برای تنظیم جلسه مجدد با آنها هماهنگ شوید.

۵. به مشتری علاقه نشان دهید

تحقیقات Forrester نشان داده است که ۳۶ درصد از مدیران اجرایی کسب و کارها اعتقاد دارند که فروشندگان می‌توانند مشکلات کسب و کار آنها را درک کنند و راهکارهای شفاف به آنها ارائه دهند. یک قانون مهم تنظیم جلسه و فروش داخلی داشتن حس همدردی و احساس تعلق به مشتری احتمالی است. سعی کنید که نیازها و خواسته‌های شخصی که با او تماس می گیرید را درک کنید.

مردم فرق آدم پرحرف و فرد قابل اعتماد را متوجه می‌شوند. بهتر است تا جای ممکن درک درستی از سبک زندگی یا کسب و کار فردی که مخاطب هدف شما است پیدا کنید. این ویژگی شما را تبدیل به یک کارشناس فروش بهتر خواهد کرد که می‌تواند تجارب انسانی ارزشمندی بسازد و در شرایط دشوار مذاکرات را پیش ببرد. مشتری همیشه می‌خواهد بداند که در آخر چه چیزی دست او را خواهد گرفت. سخت تلاش کنید تا اعتماد او را به دست آورید و درباره

ارزش‌هایی که ارائه می‌کنید به صورت شفاف صحبت نمایید.

۶. بیش از حد فشار نیاورید

طبق گزارش‌هاب اسپات، تنها ۱۷ درصد از فروشندگان فکر می‌کنند که به مشتری فشار می آورند. در حالیکه ۵۰ درصد از مشتریان احتمالی معتقدند فروشندگان بیش از حد به آنها فشار می آورند.

این آمار به این معنا هستند که شما باید فشار روی مشتری را کم کنید. اگر همه چیز را خیلی سریع و با هیجان زیاد به مشتری احتمالی خود توضیح دهید احتمالاً او احساس ناراحتی خواهد کرد و معذب خواهد شد. فراموش نکنید که قبل از شروع صحبت از او بپرسید که آیا زمان خوبی برای چنین کاری است یا خیر. زمان بگذارید و سوالاتی بپرسید که علاقه شما را نشان دهد. به جای اینکه مشتری را وادار به این کنید که برای تنظیم جلسه ملاقات عجله کند به او مشاوره بدهید و مانند یک دوست به او کمک نمایید.

۷. تایید اجتماعی را به اشتراک بگذارید

۸۸ درصد از مشتریان به نظر سایر کاربران و معرفی شدن توسط دیگران اعتماد می‌کنند. انتظار نداشته باشید که مردم فوراً به آنچه پیشنهاد می‌کنید روی خوش نشان دهند و به آن علاقمند شوند.

این نکته به این معناست که آنها با ایده تنظیم جلسه فروش ممکن است موافق نباشند. البته که حق دارند چون بسیاری از فروشندگان با تکنیک‌های غلط و فشارهای بیش از اندازه اعتماد آنها را سلب کرده‌اند.

اما اگر می‌خواهید درباره مزایای محصول یا سرویس خود بگویید یا اعتماد آنها را جلب کنید، از مشتریان قبلی خود تعریف نمایید و به روابط کاری موفقی که با کسب و کارهای شناخته شده داشته‌اید اشاره کنید. چنانچه هنوز فرصت اینکه بخواهید با برندهای شناخته شده یا اشخاص مطرح در حوزه کسب و کار خود کار کنید را نداشته‌اید می‌توانید داستان مشتری‌های دیگر خود را تعریف نمایید که در شرایط مشابه این مشتریان احتمالی قرار داشته‌اند.

تایید اجتماعی یکی از قدرتمندترین ابزارهای مارکتینگی است که وقتی صحبت از قانع کردن مشتری احتمالی است، حتماً موثر واقع خواهد شد. برای مثال شما می‌توانید مشتری احتمالی خود را به بخش نظرات کاربران در سایت یا یک لندینگ پیجی که از قبل ایجاد کرده‌اید ارجاع دهید تا بتوانند بازخوردهای مثبت مشتریان قبلی شما را ببینند. فراموش نکنید این مورد را حتماً در تماس خود با آنها مطرح کنید و لینک‌های مربوطه را برایشان بفرستید.

۸. برای مشتری احتمالی خود اعتمادسازی کنید

مردم قرار نیست وقت خود را دو دستی در اختیار شما قرار دهند. اگر به حرفی که می زنید اعتماد نکنند، شانسی برای فروش نخواهید داشت. در تماس تنظیم جلسه بعدی با مشتری بالقوه خود سعی کنید با استفاده از این استراتژی اعتمادسازی کنید:

رفتاری انسانی داشته باشید و رابطه‌ای دوستانه بسازید

هیچکسی دوست ندارد با یک ربات صحبت کند. آنها می‌خواهند با شخصی ارتباط برقرار کنند که احساسات‌شان را درک کنند. با آنها روابط دوستانه برقرار کنید. شما در هر تماس سرد تنها چند ثانیه فرصت دارید تا توجه مخاطب را جلب کنید. پس به مشتری احتمالی خود کمک کنید با شما ارتباط بهتری بگیرد. از آنها سوالات مناسب

بپرسید و مهمتر از همه با آنها همدردی کنید.

۹. آماده سر و کله زدن با شکایات باشید

یادتان نرود شما قرار نیست تماس‌های تنظیم جلسه خود را بدون تحقیقات اولیه انجام دهید. وقتی مشتری و همینطور خدمات و محصولات خود را بشناسید خواهید توانست بهترین پیشنهاد را به افراد بکنید. به خاطر بسپارید که مشتری‌های احتمالی صلاحیت سنجی شده هم ممکن است انتقادات یا اعتراضاتی داشته باشند. به همین خاطر لازم است که این اعتراضات را بشناسید و یاد بگیرید که چطور از پس آنها بربیایید. در همین راستا می‌توانید مقاله «رسیدگی به شکایات مشتریان: ۴۴ شکایت رایج و چگونگی پاسخ‌دهی به آنها» را در مجله راه مدیران مطالعه کنید.

۱۰. دقیق باشید

حالا که به اندازه کافی اعتمادسازی کرده‌اید و توجه مشتری احتمالی به مکالمه‌ای که با او دارید جلب شده است، نیاز خواهید داشت که برای تنظیم جلسه حضوری یا تماس‌های پیگیری اقدامی کنید. در این مورد بهتر است که تا جای ممکن دقیق و شفاف برخورد کنید. به جای اینکه بگوید: «می توانیم جلسه‌ای در این مورد داشته باشیم» بگویید: « هفتم اردیبهشت ساعت ۱۰ صبح زمان مناسبی برای تنظیم جلسه با شما خواهد بود؟».

جمله دوم بسیار دقیق‌تر است و این احساس را به مخاطب می‌دهد که شما آماده بستن قرارداد هستید و نمی خواهید صرفاً وقت مشتری را تلف کنید. در نهایت هم برای او یک ایمیل تایید بفرستید که خلاصه‌ای از آنچه در جلسه گفته شده به همراه زمان بندی جلسه بعدی را داشته باشد.

چند نکته تکمیلی برای مدیران فروش

۱. اجازه بدهید تکنولوژی شما را به جلو ببرد

بسیار مهم است که مدیران فروش رویکرد مثبتی به تغییرات به روز تکنولوژی داشته باشند و تیم خود را به آخرین نرم افزارهای تنظیم جلسه و مدیریت مشتریان مجهز کنند تا بتوانند عملکردی موثر از آنها دریافت نمایند.

یکی از بهترین روش‌های تنظیم جلسه همین استفاده از جدیدترین تکنولوژی‌ها است. شما باید به سراغ استفاده از نرم افزاری بروید که به شما کمک کند تا :

- اختلاف زمانی را قبل از برقراری تماس‌های تنظیم جلسه بررسی کنید.
- بهترین سرنخ برای برقراری تماس تنظیم جلسه را بر اساس شرایط صلاحیت سنجی پیدا کنید.

- با مجموعه‌ای از اسکریپت‌های منطقی و از پیش آماده شده از پس اعتراضات احتمالی بربیایید.
- زمانی که مشتری احتمالی پشت خط شما قرار می گیرد پیغام صوتی مناسب را پخش کنید.
- تعداد تماس‌های در ساعت را با سیستم پیش نمایش تماس افزایش دهید.
- از طریق ایمیل پیگیری کنید.
- سرنخ‌هایی که هنوز آماده تماس تنظیم جلسه نیستند را پیدا کنید.
- بر اساس حدود جغرافیایی موقعیت فروشنده قرار ملاقات تنظیم کنید.
- برای فروش تیمی موثرتر چند تقویم را ادغام نمایید.
- تنظیم جلسه را با استفاده از تنظیمات خودکار روی تقویم آسان‌تر ثبت کند.
- ایمیل‌های اطلاع رسانی جلسات تنظیم شده را ارسال نمایید.

نرم افزارهای تنظیم جلسه همچنین می‌توانند در تماس‌های B۲B و B۲C به شما کمک کنند تا موثرتر عمل نمایید.

۲. هر زمان دچار تردید شدید، اسکریپت بنویسید

به عنوان یک مدیر فروش شما می دانید که موفقیت تیم‌تان

بستگی به ارتباطات موثر با سرنخ‌ها دارد. ترغیب کارمندان فروش به استفاده از اسکریپت‌ها می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا پیام مدنظر را به گوش مخاطب برسانند و به تمام نکات کلیدی اشاره کنند.

توجه داشته باشید که این اسکریپت‌ها نباید ماشینی و غیرطبیعی باشند. حتی اگر لازم باشد می‌توانید بسته به موقعیت متن آنها را تغییر دهید. با اینکه بسیاری از کارمندان فروش برای استفاده از اسکریپت‌های آماده شک و تردید دارند اما تاکید می کنیم که یک اسکریپت مناسب که به خوبی روی آن کار شده باشد می‌تواند عملکرد شما بهبود بخشیده و شانس موفقیت‌تان را بالا ببرد. چنین اسکریپتی می‌بایست:

- یک معرفی گرم داشته باشد
- نشان دهد که شما که هستید و از کجا تماس می گیرید
- طبیعی و دوستانه به نظر برسد

کلام پایانی

تماس‌های تنظیم جلسه یکی از جنبه‌های حیاتی فرایند فروش هستند که نیاز به مهارت‌های برقراری ارتباط موثر دارند و در آن کنار آن پشتکار و توان حل و فصل کردن مشکلات و اعتراضات از سمت مشتری را نیز می طلبند. به عنوان اولین گام در برقراری یک ارتباط مناسب با مشتری احتمالی مهم است که تاثیر مثبتی روی آنها

بگذارید و اعتمادسازی کنید. با دنبال کردن نکاتی که در این مقاله گفته شد بخش زیادی از موارد تامین می‌شود. اما می‌توانید برای مطالعه بیشتر درباره تکنیک‌های فروش، کتاب تماس‌های میلیاردی آقای استقامت را مطالعه نمایید. برای خرید این محصول روی تصویر زیر کلیک کنید.

همچنین می توانید از طریق سایت راه مدیران 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.

[box type="info" align="" class="" width=""]این مطلب دارای

فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[box/]

["=box type="shadow" align="aligncenter" class="" width]

لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی
[box/]