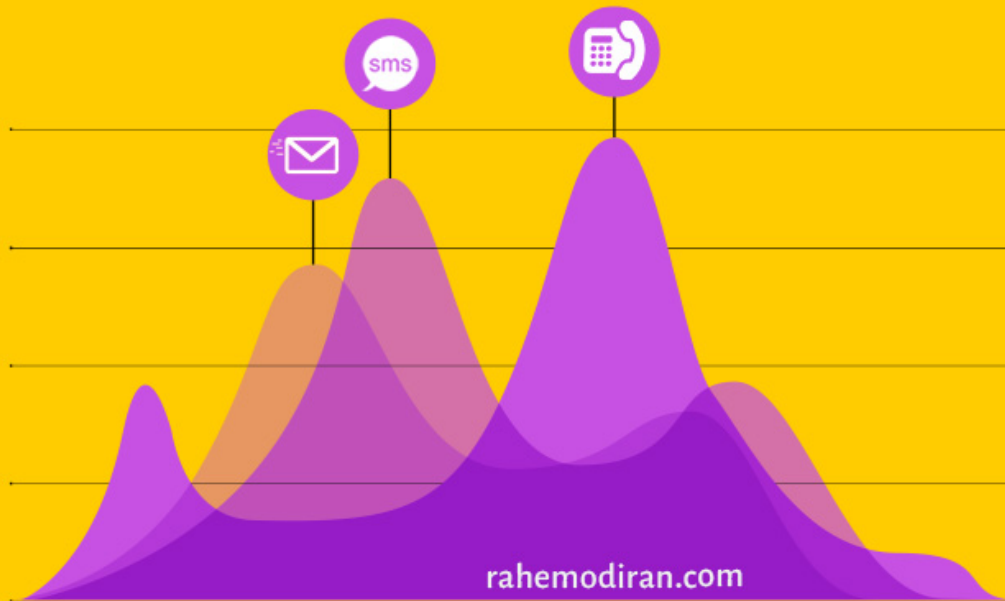




نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی | آمار و ارقام چه می‌گویند؟

در دنیای ارتباطات امروزی نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی موضوع مورد بحثی است. بسیاری از بازاریابان تلفنی در پیدا کردن مشتری احتمالی، بستن معاملات و رسیدن به آمار و ارقام هدف‌گذاری‌شده مشکل دارند. سایرین حتی به بازاریابی تلفنی این انتقاد را وارد می‌کنند که ناموثر و ناکارآمد است. اما آیا این موضوع حقیقت دارد؟

تنها راه برای فهمیدن آن، بررسی نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی است. در این مقاله از مجله راه مدیران قرار است آمار و ارقام این حوزه را



بررسی کنیم و ببینیم آیا بازاریابی تلفنی می‌تواند هنوز موثر واقع شود یا خیر؟ با ما همراه باشید.

منظور از بازاریابی تلفنی دقیقاً چیست؟

بازاریابی تلفنی یک روش بازاریابی مستقیم است که با مشتریان احتمالی از طریق تلفن ارتباط برقرار می‌کند تا یک محصول یا خدمت را تبلیغ نماید. بازاریابی تلفنی می‌تواند از طریق یک تیم درون سازمانی یا برون سپاری شده به شرکت‌های بازاریابی تلفنی که در زمینه تولید سرخ متخصص هستند انجام پذیرد.

نکات کلیدی:

- بازاریابی تلفنی برای تبلیغ خدمت یا محصول از طریق تلفن به کار می‌رود.
- می‌تواند بصورت درون سازمانی یا برون سپاری به شرکت‌های مربوطه انجام شود.
- بازاریابی تلفنی شکلی از مارکتینگ مستقیم است که سالهاست کار می‌کند.

چرا از بازاریابی تلفنی برای تولید سرخ استفاده



کنیم؟

بازاریابی تلفنی یک تکنیک امتحان شده است که نسبت به سایر استراتژی‌های جدید مزایایی دارد. به دلایلی سرنخ‌هایی که توسط بازاریابی تلفنی پیدا می‌شوند بیشترین فروش را برای شما در پی خواهند داشت.

تقریباً ۶۰ درصد از مدیران مارکتینگ در ۵۰۰ شرکت موفق می‌گویند که نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی بسیار بالاست؛ حدود ۹۰ درصد.

اگرچه کسب و کارها پتانسیل خدمات تولید سرنخ از طریق بازاریابی تلفنی را دست‌کم می‌گیرند. این روش نسبتاً قدیمی هنوز می‌تواند نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی بالایی داشته باشد. در ادامه نگاهی خواهیم داشت به دلایلی که ثابت می‌کند بازاریابی تلفنی روشی موثر برای ایجاد سرنخ‌های با کیفیت است.

تعامل انسانی

بازاریابی تلفنی یک ارتباط فرد به فرد مستقیم با مشتریان احتمالی ایجاد می‌کند که نسبت به روش‌هایی مانند ایمیل مارکتینگ



می‌تواند موثرتر باشد. سرنخ‌های بازاریابی تلفنی به احتمال بیشتری به خریدار تبدیل می‌شوند. خصوصاً اگر قبل از برقراری تماس‌های سرد تحقیقات لازم را انجام داده باشید. به این طریق می‌توانید مطمئن باشید که محصولات یا خدمات شما به افراد درستی معرفی می‌شوند. این در حالی است که ایمیل‌ها می‌توانند به سادگی نادیده گرفته شوند و یا پاسخی در پی نداشته باشند.



۶۸ درصد از فروش B۲B طبق آمارها در نتیجه نوعی تعامل انسانی مانند بازاریابی تلفنی صورت گرفته اند. به نظر می‌رسد مشتریان پاسخ بهتری به تعاملات انسانی نسبت به سایر روشهای دیجیتال مارکتینگ می‌دهند. در واقع این واژه‌ها نیستند که افراد را ترغیب به



خرید می‌کنند بلکه شخصیت و لحن بازاریاب از عوامل موثر در تصمیم‌گیری هستند. بازاریابی تلفنی به افراد این اجازه را می‌دهد که ارزشی را دریافت کنند که از طریق سایر روش‌ها نمی‌توانند.

با این مزایا سرنخ‌هایی که از طریق بازاریابی تلفنی تولید شده‌اند به عنوان سرنخ‌های با کیفیت شناخته می‌شوند.

ضروری برای رشد دادن سرنخ

بازاریابی تلفنی چیزی فراتر از صرفاً تماس و فروش محصول است. این روش به جزیی جداناپذیر از یک کسب و کار تبدیل شده تا هویت برند، پشتیبانی و بهبود تجربه کاربری را تأمین کند. و حتی یک باشگاه مشتریان وفادار برای شما بسازد. حتی اگر از انواع دیگری از روش‌های تولید سرنخ استفاده می‌کنید می‌توانید از بازاریابی تلفنی برای رشد دادن یک سرنخ احتمالی بهره بگیرید. مجدداً تأکید روی تماس انسانی است. وقتی مشتری با بعد انسانی برند شما ارتباط برقرار می‌کند مسیر اعتماد داشتن را می‌پیماید و برند شما یک رابطه با مشتری ایجاد می‌کند.

منعطف و شفاف بودن

یکی از بزرگترین مزایای بازاریابی تلفنی نسبت به سایر روش‌ها توانایی آن در تنظیم و تغییر اهداف نسبت به اتفاقاتی است که به



مرور می‌افتد. اگر متوجه شوید که اسکریپت فعلی شما سرنخ‌های با کیفیت برایتان نمی‌آورد می‌توانید همه چیز را تغییر داده و در لحظه آزمون و خطا کنید تا مطمئن شوید که با روشی پیش خواهید رفت که جواب می‌دهد.

نکات و ترفندهای عملی بازاریابی تلفنی برای تولید سرنخ

با اینکه نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی تا حد قابل توجهی بالا است اما لازم است که نکاتی را بدانید که تاثیر آن را به حداکثر برسانید. به خاطر بسپارید که تغییراتی در بازاریابی که صنعت امروز را شکل داده‌اند بیش از پیش لزوم استفاده از بازاریابی تلفنی را به ما یادآور می‌شوند.

مهم است که وقتی با سرنخ‌ها تماس می‌گیرید تعامل مناسبی با ایشان برقرار کنید. داشتن یک اسکریپت برای اطمینان از اینکه همه چیز خوب پیش می‌رود، برای کسب و کار شما حیاتی است و می‌تواند نقشی حیاتی در ارتباط اولیه و تاثیرگذاری روی مشتریان آینده شما داشته باشد.

مهم است که بیش از اندازه سفت و سخت نباشید. با اینکار تماس‌های تلفنی شما خیلی سریع آزاردهنده خواهند شد و دیگر فرصتی برای گسترش پایگاه کاربران شما نخواهند بود.



تحقیق درباره سرنخ‌های مشتریان احتمالی هم بسیار مهم است. به جای اینکه با تمام سرنخ‌های احتمالی تماس سرد بگیرید باید لیست خود را به مشتریان احتمالی مناسب‌تر محدود کنید.

برای حل بسیاری از مشکلات بازاریابی می‌توانید بازاریابی تلفنی را به تیم‌های حرفه‌ای بسپارید که کارشان این است. این رویکرد به شما امکان پیدا کردن بهترین سرنخ‌های ارگانیک را می‌دهد. طی تماس تلفنی تا جای ممکن سریع وارد عمل شوید. اگر از شما خواسته شد که اطلاعاتی را به اشتراک بگذارید، اینکار را بدون وقفه انجام دهید.

مزایا و معایب بازاریابی تلفنی

بازاریابی تلفنی استراتژی‌ای است که ارتباط مستقیم بین مشتریان احتمالی و یک بازاریاب را به دنبال دارد. با اینکه نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی بالا است اما بد نیست مزایا و معایب این روش را هم بدانید.

مزایای بازاریابی تلفنی

رویکردی شخصی سازی شده نسبت به تولید سرنخ: بازاریابی تلفنی تعاملی شخصی سازی شده با مشتریان بالقوه ایجاد می‌کند که می‌تواند به ایجاد ارتباطی بهتر و بالا رفتن نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی برای کسب و کار شما منجر شود.



سرنخ‌های باکیفیت: با برقراری مستقیم تماس با مشتریان بالقوه، بازاریابی تلفنی امکان شناسایی سرنخ‌های باکیفیت را به شما می‌دهد که احتمال بیشتری دارد که تبدیل به مشتریان شما شوند.

مقرون به صرفه بودن: در مقایسه با سایر استراتژی‌های بازاریابی، بازاریابی تلفنی مقرون به صرفه تر است چرا که نیاز به سرمایه گذاری و فعالیتهای تبلیغاتی کمتری دارد.

گرفتن بازخورد در لحظه: بازاریابی تلفنی بازخوردی در لحظه روی پاسخ مشتری به شما می‌دهد که امکان تغییر استراتژی‌های مارکتینگ بر اساس بازخوردی که می‌گیرید را به شما خواهد داد.

امکان ایجاد رابطه با مشتریان احتمالی: بازاریابی تلفنی فرصتی را در اختیار شما می‌گذارد تا بتوانید از طریق یک تعامل شخصی سازی شده با مشتریان احتمالی خود ارتباط برقرار کنید.

معایب بازاریابی تلفنی

نگاه منفی جامعه: بین مردم به بازاریابی تلفنی غالباً نگاه منفی می‌شود که می‌تواند در تاکتیک مارکتینگ شما تاثیر خود را بگذارد.

می‌تواند آزاردهنده یا مزاحم به نظر برسد: بعضی از مشتریان این روش را آزاردهنده می‌دانند و می‌تواند روی برندینگ شما تاثیر منفی



بگذارد.

می‌تواند وقت گیر و از نظر نیروی کار پر هزینه باشد: برای اجرای کمپین‌های بازاریابی تلفنی نیاز به منابع و نیروهای واجد صلاحیت دارید که گاهی فرایند ایجاد این شرایط می‌تواند زمان بر و پر هزینه باشد.

نرخ بالای رد شدن: نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی می‌تواند بالا باشد اما اگر محصول یا خدمت شما به خوبی معرفی نشود یا پتانسیل کافی برای فروش نداشته باشد امکان دارد به دفعات با مخالفت‌های مشتریان احتمالی رو به رو شوید.

مشکلات شکایت‌های قانونی: بازاریابی تلفنی ممکن است بعضی قوانین کشورهای شما را نقض کند. قبل از شروع کار خود از این موضوع مطمئن شده تا درگیر مشکلات شکایت‌های قانونی نشوید.

انواع فعالیت‌های بازاریابی تلفنی

شما روش‌های مختلفی را می‌توانید برای تولید سرنخ از طریق بازاریابی تلفنی به کار بگیرید که اصلی‌ترین روش‌های آن عبارتند از:

بازاریابی تلفنی خروجی



شامل تماس‌هایی که با مشتریان احتمالی می‌گیرید تا یک محصول یا سرویس را تبلیغ کنید.

بازاریابی تلفنی ورودی

شامل پاسخ دادن به تماس‌های مشتریان احتمالی که احتمالاً به محصول یا سرویس شما علاقمند هستند. این نوع بازاریابی تلفنی معمولاً برای پشتیبانی و فروش مورد استفاده قرار می‌گیرد.

بازاریابی تلفنی تولید سرخ

این روش شامل تعامل با مشتریان بالقوه برای ایجاد سرخ‌هایی برای یک محصول یا سرویس است. هدف از این روش گردآوری اطلاعات درباره نیازهای مشتریان بالقوه و علایق آنهاست تا بتوان از آن اطلاعات برای تماس‌های پیگیری یا ارسال متریال‌های بازاریابی استفاده کرد.

بازاریابی تلفنی تحقیق بازار

در این روش در واقع با مشتریان بالقوه تماس می‌گیرید تا اطلاعات آنها درباره علایق، نظرات و عادات‌های خریدشان را جمع‌آوری کنید. این اطلاعات می‌تواند برای بهبود توسعه محصول، استراتژی‌های مارکتینگ و خدمات مشتریان مورد استفاده قرار گیرد.



بازاریابی تلفنی تنظیم قرار ملاقات

منظور از این روش تماس با مشتریان احتمالی برای تنظیم یک جلسه ملاقات حضوری یا تلفنی است. این نوع بازاریابی تلفنی معمولاً برای فروش‌های B2B به کار می‌رود که البته جلسه حضوری بسیار موثرتر واقع خواهد شد. برای دستیابی به بالاترین نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی سعی کنید مشتریان را تشویق به گذاشتن جلسه حضوری کنید.

بازاریابی فروش مکمل و بیش فروش

این دو روش هم برای پیشنهاد دادن محصولات یا خدمات اضافی به مشتریان قدیمی به کار می‌رود. هدف از آن افزایش ارزش خرید مشتری و ایجاد رابطه‌ای قدرتمند با مشتریان است.

بازاریابی تلفنی چگونه کار می‌کند؟

توضیح دادیم که به طور کلی نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی به عنوان یک روش برقراری ارتباط مستقیم با مشتریان احتمالی از طریق تلفن بالا است. اما چه مراحل برای این روش بایستی طی شود؟

شناسایی بازار هدف

اولین مرحله شناسایی بازار هدف است. این مرحله شامل شناسایی



دموگرافیک‌ها، موارد علاقه و نیازهای مشتری احتمالی می‌شود. این اطلاعات برای ایجاد یک کمپین بازاریابی تلفنی هدفمند ضروری است.



ایجاد یک اسکریپت بازاریابی تلفنی

وقتی بازار هدف شناسایی شد مرحله بعدی ایجاد یک اسکریپت بازاریابی تلفنی است. این اسکریپت می‌بایست شامل یک معرفی شفاف و اطلاعات کلیدی درباره محصول یا سرویس‌هایی که ارائه می‌کنید باشد. همچنین حرفه‌ای تدوین شده و یک کال تو اکشن یا دعوت برای اقدام موثر داشته باشد.



برقراری تماس

بعد از اینکه اسکریپت آماده شد، بازاریاب‌های تلفنی شروع به تماس گرفتن با مشتریان بالقوه می‌کنند. آنها خودشان را معرفی کرده، هدف از تماس گرفتن را گفته و سعی می‌کنند مکالمه‌ای داشته باشند تا علائق مشتری را بشناسند. بازاریابان تلفنی باید برای ایجاد یک ارتباط مناسب با مشتری تلاش کنند و هرگونه نگرانی یا سوال آنها را پاسخ گویند.

پیگیری تماس

در نهایت مهم‌ترین بخش ایجاد رابطه و وفاداری به برند در مشتریان و البته بستن قرارداد، پیگیری تماس است. بعد از اولین تماس، لازم است که کارشناسان فروش برای پاسخ دادن به هرگونه سوال احتمالی تماس پیگیری بگیرند. این تماس می‌تواند از طریق ایمیل یا پیامک هم باشد.

نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی؛ راضی کننده یا ناکارآمد؟

با توجه به توضیحاتی که در این مقاله ارائه شد، می‌توانیم به قطعیت بگوییم که هنوز نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی نسبت به بسیاری از روش‌های مارکتینگ دیگر بالا است. همین مساله باعث



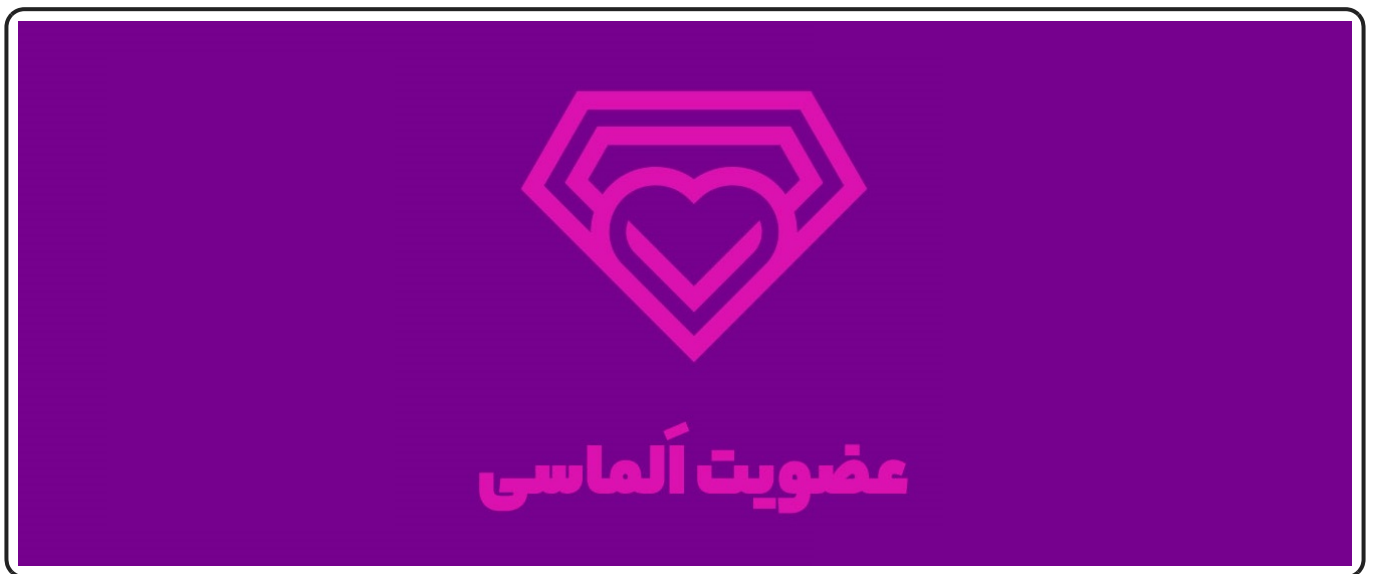
شده تا نه تنها این روش کارایی خود را از دست ندهد بلکه به عنوان یکی از بهترین متدهای مارکتینگ به کار گرفته شود. البته نرخ موفقیت بازاریابی تلفنی تا حد زیادی بستگی به چگونگی اجرای کمپین‌های تبلیغاتی و به کارگیری تکنیک‌ها و ترفندهای این حوزه دارد. اگر می‌خواهید مرکز تماس شرکت خود را راه اندازی کنید و نمی‌توانید که نقطه شروع کجاست، کافیست با همکاران ما در راه مدیران تماس بگیرید تا به شما مشاوره بدهند. همچنین **انواع دوره‌ها** و به طور خاص کتاب تماس‌های میلیاردری در این مسیر می‌توانند شما را یاری دهند.





[`""=box type="info" align="" class="" width`]
فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از
خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر
دسترسی خواهید داشت.[`box/`]

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



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

خرید عضویت الماسی

[`box/`]