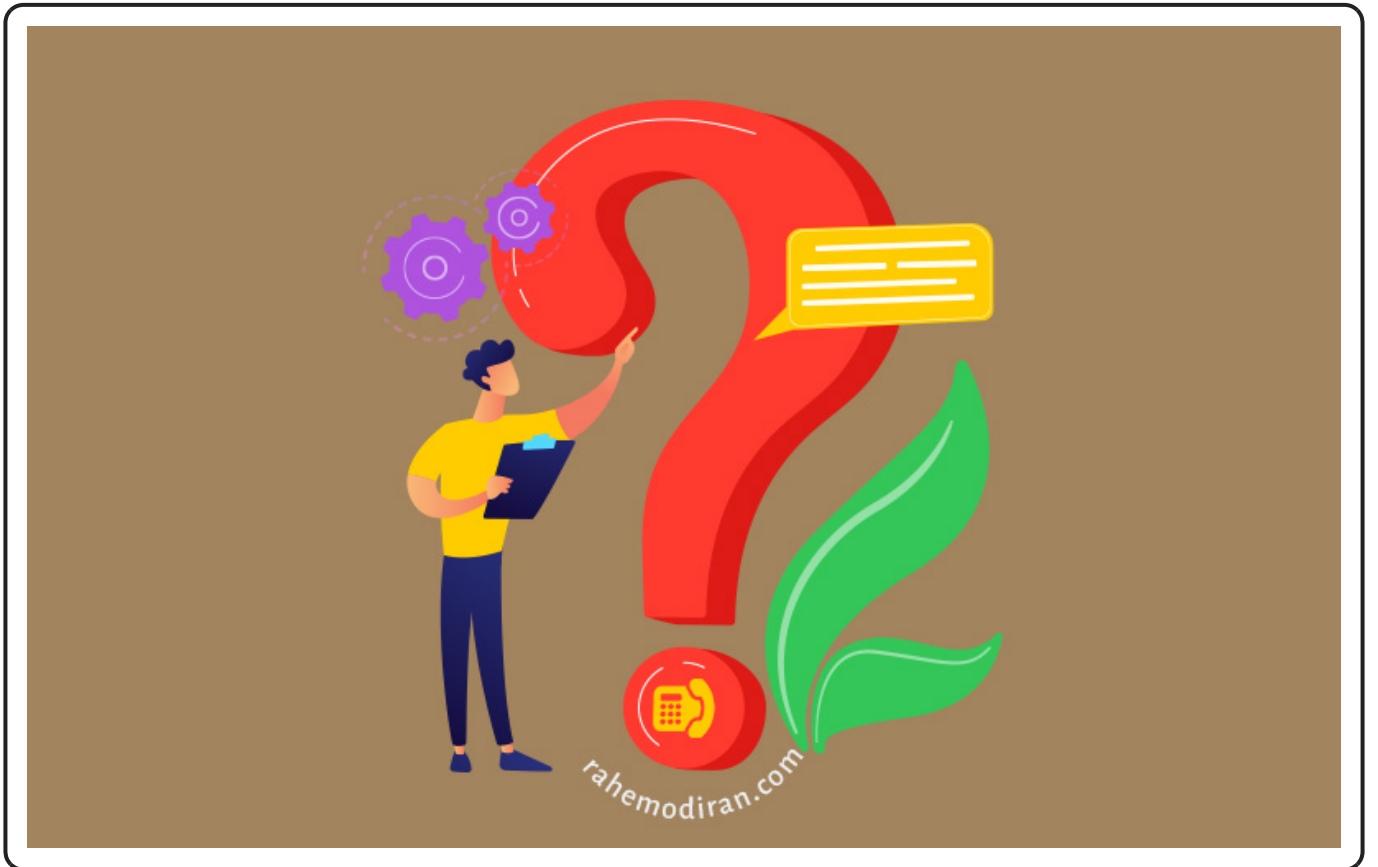




تکنیک های سوال پرسیدن در بازاریابی تلفنی

وقتی تکنیک های سوال پرسیدن را تمرین می کنید، درهای جدیدی به روی شما باز خواهد شد تا مکالمه های موثرتر داشته باشید. بسیاری از افراد به خاطر اینکه بازاریابان تلفنی صرفاً متنی آماده را از روی اسکرپیت می خوانند و تلاش نمی کنند درک درستی از شرایط مشتریان احتمالی داشته باشند، نظرات منفی درباره شان دارند. پرسیدن سوالات درست بخش مهمی از فرایند فروش است. چرا؟ به این دلایل:

• سوالات کمک می کنند تا رابطه ای خوب با مشتری احتمالی خود



بسازید

• تکنیک های سوال پرسیدن به شما اطلاعات بیشتری درباره مخاطب می‌دهند

• با پرسیدن سوال می‌توانید اعتمادسازی کنید

• تکنیک های سوال پرسیدن به بازاریابان تلفنی کمک می‌کنند تا کنترل مکالمه را به دست بگیرند

• سوال پرسیدن برای مشخص کردن بعضی نکات حیاتی خواهند بود. فرقی نمی‌کند پاسخی که می‌گیرید چه باشد، در هر حال اطلاعاتی بیشتر درباره مشتری احتمالی به شما خواهد داد.

کلید موفقیت در تماس‌های بازاریابی تلفنی، برقراری ارتباطی صادقانه و، شفاف و راحت است. نکته مهمی که باید به خاطر داشته باشید این است که هر تماس فروشی دقیقاً مانند یک برخورد اجتماعی است. تکنیک های سوال پرسیدن به شما کمک خواهند کرد تا به مخاطب خود این احساس را بدهید که شنیده می‌شود. فراموش نکنید هرچه ارتباط بهتری با افراد برقرار کنید شانس بیشتری برای فروش به آنها خواهید داشت. در ادامه انواع تکنیک های سوال پرسیدن را باهم بررسی خواهیم کرد.

تکنیک های سوال پرسیدن با سوالات بسته

با پرسیدن سوالات بسته یا Closed questions به دنبال گرفتن



پاسخ بله یا خیر هستیم. گرچه این تنها دلیل استفاده از این نوع سوالات نیست. بلکه می‌توانید از آنها به عنوان روشی برای هدایت مکالمه نیز استفاده کنید. با اینکار مطمئن خواهید شد که جهت صحبت به سمتی است که شما می‌خواهید.



سوالات بسته همچنین برای اطمینان از اینکه آنچه شنیده‌اید را درست متوجه شده‌اید یا خیر نیز کاربردی هستند. با این سوالات به مشتری احتمالی نشان می‌دهید که برای شما اهمیت دارند و نیازهایشان را می‌شناسید. بعضی از نمونه‌های این سوالات را در ادامه آورده‌ایم:



- آیا از این محصول در زندگی روزمره خود استفاده می‌کنید؟
- ببینید آیا من شرایط فعلی شما را درست متوجه شده‌ام؟
- آیا این محصول / خدمت برای شما جالب است؟

با این نوع سوالات متوجه خواهید شد که آیا مشتری احتمالی شما سرنخ خوبی است یا نه. همچنین خواهید فهمید که آیا پیشنهاد شما با آنچه او می‌خواهد همخوانی دارد. گرچه نمی‌توانید کل مکالمه فروش خود را بر مبنای تکنیک های سوال پرسیدن بنا کنید. اگر پشت سر هم سوال پرسید مشتری احتمالی این احساس را پیدا خواهد کرد که در یک مصاحبه شرکت کرده است. بسیاری از سوالات بسته هم شخصی به حساب می‌آیند و بهتر است سمت‌شان نروید.

برای اینکه بتوانید موقعیت خود را به عنوان فردی قابل اعتماد که قرار است به مشتریان کمک کند، تثبیت کنید، لازم است از سایر تکنیک های سوال پرسیدن نیز استفاده نمایید.

تکنیک های سوال پرسیدن با سوالات باز

قبل از اینکه شروع به پرسیدن سوالات باز کنید باید مجموعه‌ای از سوالات بسته را پرسیده باشید تا یک شالوده از شرایط و نیازهای مشتری احتمالی خود داشته باشید که آیا از پیشنهاد سرویس یا محصول شما استقبال خواهد کرد یا نه. با توجه به اطلاعاتی که کسب کرده‌اید حالا می‌توانید به سراغ سوالات باز یا open



questions بروید. سوالات باز کاملاً با محوریت مشتری احتمالی شما طراحی می‌شوند. به این معنا که تقریباً از هیچ دود نفری یک سوال یکسان را نخواهید پرسید. این نوع سوالات برای شناخت بیشتر مشتریان احتمالی مناسب است و فرصت بیشتری برای گفتگو با آنها به شما خواهد داد. چند نمونه این سوالات:

- آیا کاری هست که تامین‌کننده فعلی شما برای بهبود خدماتش بتواند انجام دهد؟
- چه کسی مسئول تامین و تهیه این محصولات در شرکت شماست؟
- ما چه خدمت دیگری باید ارائه کنیم تا راه‌حل ارائه شده ما به کارتان بیاید؟
- به شرط صرفه‌جویی در هزینه‌ها، نظرتان درباره تغییر تامین‌کننده یا شریک تجاری‌تان چیست؟

یکی از ساده‌ترین راه‌ها برای شناسایی سوالات باز نوع جوابی است که از مشتری احتمالی انتظار دارید. این سوالات معمولاً جواب تک کلمه‌ای بله و خیر ندارند.. بلکه مخاطب را وادار می‌کنند تا توضیح دهد و این توضیحات است که می‌تواند در ایجاد یک رابطه مناسب با مشتری احتمالی شما را کمک کند.



تکنیک های سوال پرسیدن با سوالات هدایت کننده

سوالات هدایت کننده یا lead questions برای راهنمایی مشتری احتمالی به تصمیم‌گیری است. اما از طریق این سوالات قرار است آنها نقش اصلی را به عهده بگیرند و اطلاعات تکمیلی را به شما بدهد. به خاطر داشته باشید که تکنیک های سوال پرسیدن قرار نیست گول‌زننده یا برای سواستفاده باشند. شما قرار نیست هیچ‌وقت مشتری احتمالی خود را گول بزنید تا چیزی از شما بخرید. این دقیقاً همان چیزی است که بازاریابان تلفنی به آن بدنام هستند.





سوالات هدایت کننده شانس همکاری مشتری با شما را بالا می‌برند و معمولاً در ادامه آنها چند سوال باز و بسته نیز می‌آید. همچنین این سوالات مکالمه را به نتیجه می‌رسانند یا منجر به جلسه‌ای برای پیگیری صحبت خواهند شد. بعضی از مثال‌های چنین سوالاتی عبارتند از:

• نظرتان چیست که زمانی را برای ارائه حضوری این محصول / خدمت در نظر بگیریم؟

• اگر از نظر شما مشکلی ندارد من از همکاران بخواهم که فرم قرارداد را خدمت شما بفرستند؟

این سوالات در همان لحظه پرسیده شدن باعث می‌شوند که مشتری احتمالی در مرحله تصمیم‌گیری قرار گیرد و مکالمه به سمت بستن معامله پیش رود.

با استفاده از این تکنیک های سوال پرسیدن فرصتی خواهید داشت برای شناخت بهتر مشتری احتمالی و یا سازمان آنها. دفعه بعدی که در یک تماس فروش بودید این تکنیک‌ها را به خاطر بسپارید و از آنها به نفع خود استفاده کنید. وقتی با آمادگی وارد مکالمه‌ای شوید شانس بیشتری خواهید داشت که آن را به نتیجه دلخواه برسانید. در همین راستا **مقالات** و منابع رایگان بسیاری در سایت راه مدیران پیدا خواهید کرد که با مطالعه آنها می‌توانید این مهارت را



در خود تقویت کنید. چنانچه سوالی در این زمینه داشتید خوشحال می‌شویم در بخش نظرات برای ما بنویسید.

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