چگونه برای تماس‌های ورودی اسکریپت تلفنی بنویسیم؟

بیشتر مراکز تماس و به طور کلی کسب و کارهایی که کار خود را برون سپاری می‌کنند برای تماس‌های ورود اسکریپت تلفنی دارند. اسکریپت تلفنی یک مرکز تماس بایستی با دقت تمام نوشته شود تا بتواند کارشناسان فروش را راهنمایی کند که چطور یک استاندارد حرفه‌ای را در حین تعامل با مشتریان رعایت کنند. یک اسکریپت تلفنی خوب نه تنها روی تصویر برند شما موثر خواهد بود بلکه کار کارشناسان فروش را هم آسان‌تر خواهد کرد. در این مقاله از مجله راه مدیران می‌خواهیم بررسی کنیم که چه مولفه‌هایی در نوشتن

اسکریپت تلفنی موثر هستند و چه مواردی را باید در نظر بگیرید. با ما همراه باشید.

چه مواردی یک اسکریپت تلفنی خوب را می‌سازند؟

به طور کلی نوشتن یک اسکریپت تلفنی برای مرکز تماس که در تمام سناریوها طبیعی و واقعی به نظر برسد، کار سختی است. معمولاً این متون از پیش آماده شده وقتی به زبان می‌آیند احساس ماشینی بودن را به مخاطب القا می‌کنند. این در حالی است که مکالمات کارشناس فروش شما با مشتریان ارزش و تصویر برند شما را می‌سازند. به همین خاطر اسکریپت‌هایی که می‌نویسید باید تا جای ممکن شخصی‌سازی شده، دوستانه و طبیعی به گوش برسند. این اسکریپت‌ها قرار است در شرایطی که کارشناسان فروش گیر می‌افتند یا نمی‌دانند در جواب مشتری چه چیزی بگویند به کار آنها بیایند.

چند خط مشی مهم که در هنگام نوشتن اسکریپت تلفنی برای تماس‌های ورودی باید رعایت کنید

- اسکریپت خود را با جملات و عبارات ساده و با لحنی مثبت بنویسید تا زمانی که کارشناس فروش نیاز داشت جو بحث را عوض کند بتواند.
- مطمئن شوید که اسکریپت شما پاسخ تمام سوالات مهم را می‌دهد.

- اسکریپت را ساختارمند و مرتب آماده کنید که پیدا کردن پاسخ هر سوالی راحت باشد.
- لیستی از اعتراضات رایج داشته باشید و راهنمایی برای اینکه چطور باید پاسخ آنها را داد.
- مطمئن شوید که اسکریپت‌هایی که آماده می‌کنید یکپارچه هستند. مشتری فارغ از اینکه با کدام یک از کارشناسان فروش شما صحبت می‌کند باید یک تجربه یکپارچه از صحبت کردن با آنها داشته باشد.
- به کارشناسان خود توضیح بدهید که هیچ ایرادی ندارد اگر جایی به مشکل بربخورند یا ندانند پاسخ مشتری را چگونه بدهند. وظیفه شما این است که اسکریپت تلفنی خدمات مشتریان را به گونه‌ای بنویسید که در این شرایط به نیاز مشتریان پاسخ دهد.

چگونه اسکریپت مرکز تماس خود را شروع کنید؟

اجازه بدهید کار عملی خود را با یک مکالمه ساده در مرکز تماس شروع کنیم. شروع مکالمه به این خاطر که کارشناسان طی آن برای گرفتن اطلاعات مشتری تلاش می‌کنند مهم می‌شود. شروع مکالمه باید در عین حال که دوستانه و حرفه‌ای است اطلاعات اصلی را هم از مشتری احتمالی بگیرد.

- **سلام و احوالپرسی:** مودبانه و ترجیحاً با گفتن نام مشتری اگر در سیستم ثبت شده بود، با او سلام و احوالپرسی کنید.

- **معرفی خودتان:** گفتن نام خودتان تماس را انسانی‌تر می‌کند. مشتری متوجه می‌شود که با ربات طرف نیست. از مشتری به خاطر تماسی که گرفته تشکر کنید.
- **برندینگ سازمان:** در همان ابتدای صحبت نام سازمان یا شرکت خود را بیاورید تا مشتری مطمئن شود که با شماره درستی تماس گرفته است.
- **دلیل تماس مشتری را متوجه شوید:** از مشتری بپرسید چگونه می‌توانم به شما کمک کنم؟
- **به مساله اصلی بپردازید:** فرقی نمی‌کند شما با مشتری تماس گرفته باشید یا او با شما، نباید وقت مشتری را تلف کنید. تا جای ممکن معرفی خود را کوتاه نگه دارید و به اصل موضوع بپردازید.
- **از مشتری توضیح بخواهید:** مشتری را ترغیب به صحبت کنید. در ابتدا تماس مشتری نیاز به فرصت دارد تا بتواند مشکلش را مطرح کند. باید این احساس را به آنها بدهید که به حرف‌هایشان گوش می‌کنید. در حین صحبت‌هایش یادداشت بردارید. وقتی از موردی مطمئن نبودید، با تکرار کردن اطلاعاتی که گرفته‌اید اطمینان کسب کنید.

ساده‌ترین روتین این است که اطلاعات درخواست شده از طرف مشتری را به او بدهید یا بگویید که با او تماس خواهید گرفت تا توضیحات تکمیلی را ارائه کنید. اما در بیشتر سناریوها مشتریان انتظار دارند در لحظه مشکل‌شان حل شود و اطلاعات درخواستی خود را دریافت کنند. اینجاست که درصد FCR که مخفف First

Call Resolution به معنای کیفیت اولین تماس پایین می‌آید. منظور از این فاکتور درصد تعداد تماس‌های موفق پشتیبانی واحدها با مشتریانی است که اولین تعامل با آنها مشکلاتشان حل می‌شود.

اگرچه با طراحی یک سیستم CRM مناسب که با یک پایگاه دانش غنی پشتیبانی شود و با یک راهنمای گام به گام می‌توانید رضایت مشتریان را جلب کنید. برای مشکلاتی که نیاز به آنالیز اطلاعات و هماهنگی‌های بیشتر دارد، این سیستم یک تیکت برای مشتری باز می‌کند تا از آن طریق همه چیز پیگیری شود. اسکریپت‌های تلفنی همچنین می‌توانند با فرایندهای CRM شرکت شما تجمیع شوند و در لحظه مورد نیاز، همه اطلاعات را در اختیار کارشناس فروش قرار دهند.

چگونه در اسکریپت تلفنی خود نیاز مشتری را به طور کامل متوجه شویم و پاسخ دهیم؟

درک نیاز مشتری یکی از مهم‌ترین تعاملاتی است که یک کسب و کار با مشتری دارد. برای نوشتن یک اسکریپت تلفنی خوب باید سوالاتی آماده شود که نیازهای مشتری را به خوبی نشان دهد. سه نوع سوال می‌تواند این کار را بکند:

۱. سوال‌هایی که اطلاعات فنی درباره مشتری جمع‌آوری می‌کند
۲. سوالاتی که تخصص تیم شما را به مشتری نشان می‌دهد
۳. سوالاتی که دلیل مشکل به وجود آمده برای مشتری را مشخص می‌کند

اما با چه استراتژی‌ای این بخش را بنویسیم؟

- از سوالات پایان باز برای ترغیب مشتری به صحبت استفاده کنید.
- هراطلاعاتی که مشتری می‌دهد را در همان لحظه وارد سیستم CRM کنید تا مطمئن شوید چیزی از قلم نمی‌افتد
- به هر سوالی که مشتری می‌پرسد به خوبی گوش دهید چرا که نیاز آنها در همین سوالات پنهان شده است

فراموش نکنید که پرسیدن سوالات زیاد و طولانی هم می‌تواند مشتری را کلافه کند. از طرفی پاسخ دادن به سوالات مشتری طی فرایند مطرح کردن مشکلش هم بخشی از رسیدگی به نیاز او خواهد بود. نکات تکمیلی‌ای که در ادامه می‌گوییم کمک‌تان می‌کند تا بهترین پاسخ‌ها را در این بخش بدهید.

وقتی مشتری درباره قیمت یک محصول سوال می‌کند، کارشناس فروش باید پاسخی مستقیم و بدون هیچگونه اتلاف وقت و حاشیه رفتن بدهد. کارشناس می‌بایست علاوه بر پایین‌ترین قیمت، برای جلب نظر مشتری، قیمت متوسط را هم بدهد تا مشتری درک بهتری

از بازار و قیمت رایج آن داشته باشد. همچنین مهم است که در اسکریپت خود به این اشاره کنید که قیمت‌های اعلام شده با توجه به فاکتورهای مختلفی در بازار بالا و پایین می‌شوند و ثابت نیستند. برای مثال می‌توان گفت قیمت تقریبی این محصول n تومان است، اما برای اینکه بتوانم دقیق‌تر قیمت بدهم اجازه می‌دهید چند سوال بپرسم؟

در واقع پیشنهادی که به مشتری می‌دهید باید شفاف و مستقیم باشد. هرچه جملات یا سوالاتی که در اسکریپت می‌نویسید پیچیده‌تر باشند ریسک از دست دادن مشتری بیشتر می‌شود. نکات زیر می‌توانند در این مورد به شما کمک کنند:

- مشتری شما باید کاملاً مزایای پیشنهادی که می‌دهید را متوجه شود
- برای اینکه توجه مشتری را از دست ندهید، ارائه یا پاسخ خود به او را ساده نگه دارید.
- پرسیدن سوالی که ذهن مشتری را به خود مشغول کند در میانه گفتگو می‌تواند تصمیم خوبی باشد. خصوصاً مطرح کردن چنین سوالی بعد از اینکه بحث قیمت پیش آمده می‌تواند مسیر گفتگو را به سمتی که شما می‌خواهید تغییر دهد.

بعد از اینکه به سوالات و اعتراضات مشتری پاسخ دادید بسیار مهم

است که بحث را خلاصه و جمع‌بندی کنید. این مرحله مشتری را مطمئن می‌کند که شما حرف‌هایش را به خوبی فهمیده‌اید. اگر هرگونه سوءتفاهمی در این مرحله پیش بیاید، می‌توانید مجدد از مشتری سوال کنید. مثلاً بگویید ممنونم از وقتی که گذاشتید. پس مشکلی که با موضوع X داشتید با توجه به سرویسی که الان برایتان فعال کردم برطرف می‌شود و شما می‌توانید قرارداد خود را برای سال آینده تمدید کنید.

نکات تکمیلی

برای اینکه نرخ تبدیل تماس‌های ورودی را با استفاده از اسکریپت تلفنی که می‌نویسید بالا ببرید باید مطمئن شوید که نکات زیر را رعایت کرده‌اید:

اول اینکه مطمئن شوید در همان ابتدای مکالمه نام مشتری گفته می‌شود و کارشناس فروش خود را معرفی می‌کند.

نکته دوم این است که قبل از اتمام تماس حتماً برای تماس پیگیری، قرار ملاقات، تیکتی که برای مشتری باز کرده‌اید تا مشکلش را دنبال کنید، از او تایید بگیرید. هیچ مکالمه‌ای را بدون نتیجه و باز نگذارید.

برای سومین مورد درباره اطلاعاتی که قرار است در اختیار مشتری

بدهید این نکته را فراموش نکنید که بعد از تماس هم می‌توانید اطلاعات تکمیلی مانند اینفوگرافیک‌ها را برای مشتریان ایمیل کنید. یا آنها را به سایت شرکت ارجاع دهید.

و در آخر گوش دادن فعال را به عنوان یک اصل مهم در اسکریپت تلفنی تماس‌های ورودی گوشزد کنید. کارشناس فروش نباید به هیچ‌وجه وسط حرف مشتری بپرد و فقط زمانی بایستی پاسخ او را بدهد که حرف مشتری تمام شده باشد. البته که تمام این موارد علاوه بر اینکه باید در اسکریپت تلفنی سازمان برای شرایط مختلف دیده شود اما آموزش دادن نیروها هم نقش مهمی در درست اجرا کردن این اسکریپت‌ها بازی می‌کند. راه مدیران در زمینه آموزش و مشاوره کسب و کار به خصوص در حوزه فروش و بازاریابی تلفنی، سالها سابقه درخشان دارد. پیشنهاد می‌کنیم برای گرفتن وقت مشاوره خصوصی از طریق منوهای سایت اقدام کنید.

https://rahemodiran.com/%da%۸۶%d۸%a۷%d۹%۸۴%d۸%b۴-%d۹%۸۷%d۸%a۷%db%۸c-%d۹%۸۵%d۸%b۱%da%a۹%d۸%b۲-%d۸%aa%d۹%۸۵%d۸%a۷%d۸%b۳/

[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/]