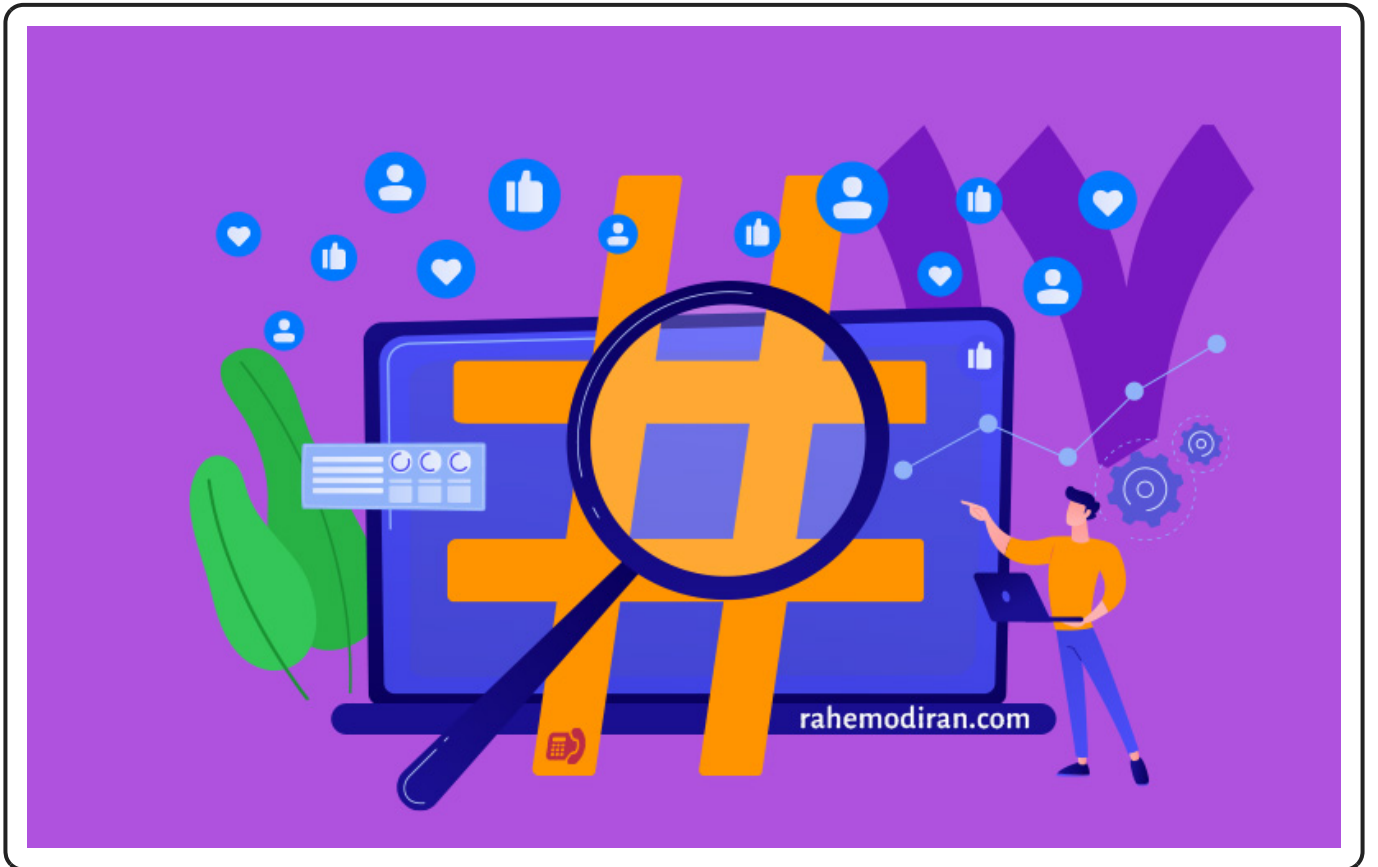




آیا عمر تماس سرد به پایان رسیده است؟ ۱۷ استراتژی جدید مشتری‌یابی برای فروشندگان

آیا عمر تماس سرد به پایان رسیده است؟ بگذارید صادقانه پاسخ شما را بدهیم؛ خیر! تماس سرد در گذشته بهترین و تنها استراتژی‌ای بود که توسط فروشندگان به کار گرفته می‌شد. اما در ۴۰ سال گذشته جایگزین‌های موثرتری هم ایجاد شده‌اند. با این حال اینکه بگوییم عمر تماس سرد به پایان رسیده است، ساده‌انگارانه خواهد بود. با این حال مهم است که سایر استراتژی‌های مشتری‌یابی را هم بشناسید و از آنها استفاده کنید.

در این مقاله از مجله راه‌مدیران ما تماس سرد و تماس گرم را باهم



مقایسه خواهیم کرد و خواهیم دید که چگونه می‌توانیم با استفاده از این استراتژی‌های مشتری‌یابی، با سرخ‌هایی تماس بگیریم که از قبل با آنها آشنایی نداشته‌ایم. با ما همراه شوید.

تماس سرد در برابر تماس گرم؛ منظور از تماس گرم چیست؟

تماس گرم یعنی شما قبل از اینکه برای مشتری احتمالی خود ایمیل یا پیامکی بفرستید، با او ارتباط گرفته‌اید. ممکن است از طریق لینکدین با او آشنا شده باشید یا یک رابط مشترک شما را به هم معرفی کرده باشد. از این طریق فرد مقابل راحت‌تر می‌تواند به پیشنهاد شما گوش دهد و شانس موفقیت شما در فروش هم بالاتر خواهد رفت.

از طرفی دیگر تماس سرد به معنی گرفتن ارتباط با سرخی است که قبلاً با او هیچ ارتباطی برقرار نکرده‌اید و اولین بار از طریق ایمیل یا تماس شما قرار است با محصول یا خدمات‌تان آشنا شود. بسیاری از افراد پیامک‌های تبلیغاتی خود را غیرفعال کرده‌اند؛ احتمال اینکه این افراد حاضر باشند برای اولین بار پای تلفن تبلیغ محصول شما را بشنوند و از شما خرید کنند، کم است. به علاوه با فراگیر شدن خرید آنلاین مردم قبل از هرکاری درباره شرکت و محصولی که قصد خرید و استفاده از آن را دارند، در اینترنت جستجو می‌کنند. نظرات و نقد و



بررسی‌ها را می‌خوانند و بعد تصمیم می‌گیرند. همین پدیده باعث شده تماس سرد تاثیرگذاری قبلی خود را از دست بدهد و فروشندگان تلفنی دیگر مورد توجه مشتریان نباشند.

با وجود تمام این موارد، هنوز دپارتمان فروش سازمان‌ها و شرکت‌ها به تماس سرد وابسته‌اند، پیدا کردن سرنخ‌ها سخت‌تر شده، کارشناسان فروش خسته‌تر و مدیران فروش ناراضی‌تر شده‌اند. مطالعات جدیدها روارد بیزینس نشان داده که تماس سرد در ۹۰ درصد اوقات غیرموثر عمل می‌کند و تنها ۲ درصد از این تماس‌ها به جلسه حضوری منجر می‌شوند. اگر فرض کنیم ۲۰ درصد از این جلسات با موفقیت به فروش می‌رسند یعنی حدود ۶۰۰۰ هزار تماس سرد نیاز است تا فقط ۴ فروش داشته باشیم!

این آمار و ارقام نشان می‌دهد برای فروش بیشتر نیاز به استراتژی‌های مشتری‌یابی جدید داریم. پس در کنار ادامه دادن روند قبلی، این استراتژی‌های مشتری‌یابی را هم در برنامه‌های خود جای دهید تا نتیجه بهتری بگیرید.

استراتژی‌های مشتری‌یابی جایگزین برای تماس سرد

کسب و کارهای مدرن برای آینده خود و پیدا کردن سرنخ‌ها بدون نیاز به تماس سرد چه استراتژی‌های مشتری‌یابی می‌توانند در پیش بگیرند؟ برای پاسخ به این سوال قبل از اینکه به سراغ معرفی



خود استراتژی های مشتری یابی برویم، سه ویژگی مهم آنها را بررسی می‌کنیم.

۱. پیوستگی: استراتژی های مشتری یابی انتخابی شما باید به طور مداوم و به صورت قابل تکیه سرنخ‌های جدید تولید کنند.
 ۲. بازگشت بالا: این استراتژی های مشتری یابی می‌بایست نسبت به انرژی و منابع مورد نیاز تعداد بالایی مشتری احتمالی ایجاد کند.
 ۳. هدفمند بودن: استراتژی های مشتری یابی باید شما را با سرنخ‌های درست ارتباط دهند نه هر سرنخی.
- با این مقدمه ۱۷ مورد از استراتژی های مشتری یابی که می‌توانند جایگزین خوبی برای تماس سرد باشند را معرفی می‌کنیم.

۱. در شبکه‌های اجتماعی محتواهایی منتشر کنید که به مشتری کمک می‌کنند مشکل کسب و کار خود را حل کنند

وقتی دنبال کننده‌های مرتبط با حوزه کاری خود در شبکه‌های اجتماعی پیدا کنید در واقع مشتریان احتمالی‌ای خواهید داشت که می‌خواهند از شما خرید کنند. کافیست دلیل این کار را بهشان بدهید.



۱. بلاگ بنویسید

با تکیه بر نقاط درد مشتری و دانش و تخصص خودتان می‌توانید فرصت‌هایی را ببینید و درباره‌شان بنویسید که به پیدا کردن مشتریان احتمالی منجر شود.

۱. در شبکه‌های اجتماعی با افراد درست تعامل کنید

با برقراری ارتباط با رهبران حوزه صنعت خود و کاربران بالقوه‌ای که با پروفایل خریدار شما همخوانی دارند، می‌توانید مخاطبین خود را در شبکه‌های اجتماعی گسترش دهید و در نتیجه سرنخ‌های جدید پیدا کنید.

۱. به گروه‌های لینکدین بپیوندید و پاسخ سوالاتی که مردم در صنعت شما می‌پرسند را بدهید

با اینکار می‌توانید خود را به عنوان فردی کمک‌رسان و آگاه به دیگران معرفی کنید و با پاسخ دادن به سوالات افراد اعتماد آنها را جلب نمایید.



۱. در گروه‌های آنلاین مقالات مرتبط و جالب را به اشتراک بگذارید

این استراتژی کمک می‌کند تا مکالمات آنلاین را ادامه دهید تا جایی که محتوای تولید شده شما توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی دیده شوند.

۱. مجموعه‌ای از ایمیل‌های مشتری‌یابی فروش طراحی کنید که اطلاعات مفید به سرخ‌ها بدهد

برای بهره بردن از ای استراتژی‌های مشتری‌یابی باید مطمئن شوید که فراتر از صرفاً یک ارائه فروش ساده تلفنی یا دادن اطلاعات درباره محصول اقدام می‌کنید. به خاطر بسپارید که هدف برطرف کردن نیاز مشتری است. پس در فاز تحقیق، نیازهای مشتریان را در نظر بگیرید و هر آن چیزی که می‌توانید را از طرق مختلف در اختیارشان قرار دهید. با اینکار زمانی که این افراد آماده صحبت باشند یا بخواهند خرید انجام دهند با شما تماس خواهند گرفت.

۱. رفتار کاربران وب سایت خود را دنبال کنید

با دنبال کردن رفتار کاربران متوجه خواهید شد که زمان درست برای



برقراری ارتباط با آنها چه زمانی خواهد بود.

۱. اعلان ایمیل تنظیم کنید که هر بار مشتری احتمالی‌ای در سایت شما به دنبال محتوایی بود متوجه شوید

لحظاتی که کاربر در سایت شما به دنبال لیست قیمت، توضیحات محصول یا هر نوع محتوایی بود احتمالاً بهترین شانس شما برای بستن معامله است.

۱. با توجه به دانش تخصصی خود بفروشید

سعی نکنید مشتری را در یک کنج گیر بیندازید و آنها را مجبور کنید چیزی را بگویند که شما می‌خواهید. به جای آن از دانش خود استفاده کنید و حکم یک مشاور مفید را برای آنها داشته باشید.

۱. از یک سیستم CRM هوشمند و جامع شده استفاده کنید

با استفاده از سیستم‌های مدیریت مشتریان می‌توانید اطلاعات کامل درباره هر خریدار را یکجا جمع‌آوری کنید.



۱. با مشتریان احتمالی بعد از فرایند فروش در تماس باشید

مطمئن شوید که برای مشتریان محتوای مفید ارسال می‌کنید. حتی اگر از شما چیزی نخرند. این باعث می‌شود همیشه در ذهن مشتری باقی بمانید و فراتر از صرفاً یک پیگیری تماس ساده عمل کنید.



۱. به اسکرپت‌های تلفنی وابسته نباشید



در مکالمات خود با مشتری ربات‌وار از روی اسکرپت‌های تلفنی نخوانید. با آنها ارتباط بگیرید و مشاوره درست بدهید.

۱. یک مشاوره رایگان نیم ساعته در حوزه تخصصی خود پیشنهاد دهید

وقتی در نگاه مشتریان احتمالی اعتبار پیدا کردید و به شما اعتماد کردند می‌توانید با دادن **مشاوره** رایگان به آنها ارتباطی قدرتمندتر ایجاد کنید و در نهایت به آنها توضیح دهید که چطور با خرید محصول یا سرویس شما مشکل‌شان حل خواهد شد.

۱. از راضی‌ترین مشتریان خود بخواهید که شما را به افراد دیگری که ممکن است از خدمات یا محصولات شما استفاده کنند، معرفی نمایند

تا جای ممکن درخواست خود را واضح مطرح کنید. به طور مثال بگویید آیا شرکت دیگری را می‌شناسید که با همین چالش روبه‌رو باشد و ما بتوانیم کمک‌شان کنیم؟ با این جمله احتمالاً مشتری احتمالی شما چند نام برند به ذهنش می‌آید که دانستنش برای شما نقطه شروع بسیار خوبی خواهد بود.



۱. یک ویدیو بسازید و در آن نکته‌هایی برای حل یک مشکل رایج را توضیح بدهید

در آخر ویدیو به بینندگان بگویید که اگر دوست داشته باشند می‌توانند مشاوره تخصصی و شخصی‌سازی شده از شما دریافت کنند. ویدیو را برای مشتریان خود بفرستید و در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. روی این موضوع تاکید کنید که راه‌حل مطرح شده در ویدیو ممکن است لازم باشد برای شرکت یا کسب و کار آنها شخصی‌سازی شود.

۱. به سایت‌های پرسش و پاسخ یا انجمن‌های تخصصی بروید و سوالات مربوط به محصول یا سرویس خود را پاسخ دهید

قرار نیست اینجا به مخاطبین معرفی محصول یا خدمت انجام دهید. بلکه باید اعتبار کسب کرده و اعتماد مشتریان را جلب نمایید. در این فرایند سرنخ‌هایی خواهید یافت که از طریق روش‌های دیگری با آنها ارتباط خواهید گرفت.



۱. با مشتریان احتمالی در شبکه‌های اجتماعی تعامل داشته باشید و همیشه با مهربانی پاسخ‌شان را بدهید

اگر مشتری احتمالی‌تان آخرین مقاله شما را در لینکدین خوانده باشد و توییت شما را هم لایک کند نباید مستقیماً و سریع به او پیام خصوصی بدهید. بلکه خیلی طبیعی فعالیت‌های خود در سوشال مدیا را ادامه می‌دهید، پست‌های آنها را متقابلاً لایک کرده و حتی در مقالاتی که فکر می‌کنید برای آنها مفید است تگ‌شان می‌کنید. این تعاملات در نهایت در زمان درست به فروش منجر خواهند شد.

نظر شما درباره این استراتژی‌های مشتری‌یابی چیست؟ آیا تا به حال تجربه استفاده از آنها را داشته‌اید؟

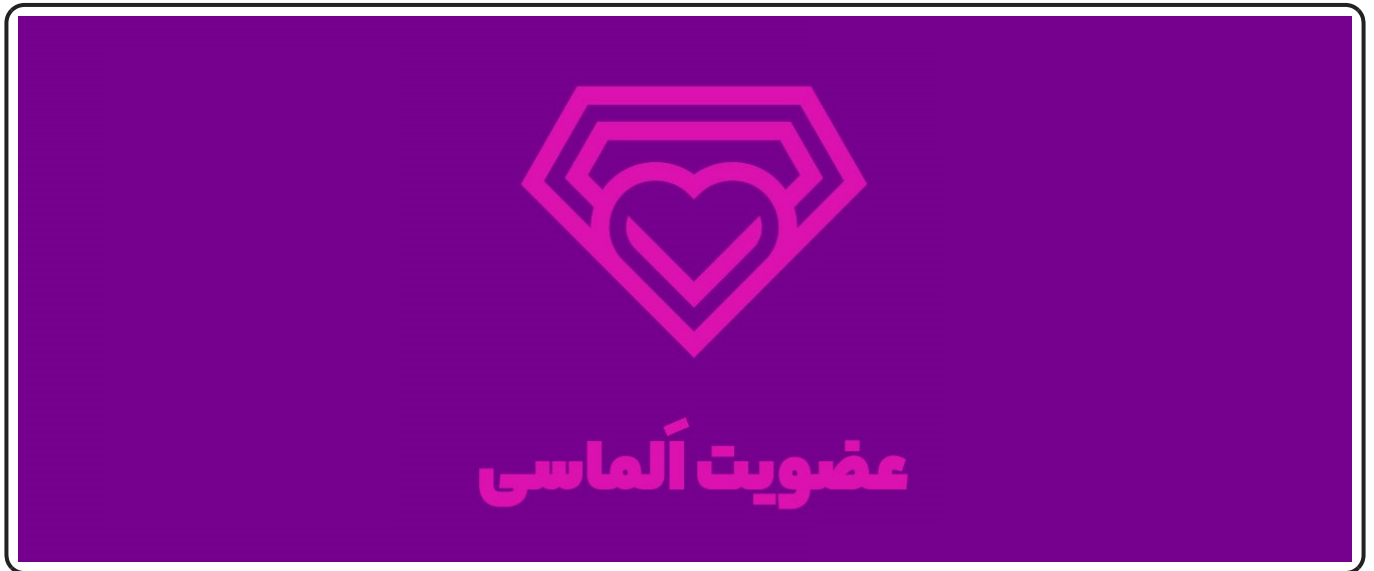
همچنین می‌توانید به از خواندن این مقاله از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پر کردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

[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 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/]