



۱۰ نکته مهم درباره تماس سرد B۲B

تماس سرد B۲B یکی از سخت‌ترین اما ضروری‌ترین‌ها وظایف بخش فروش هر سازمانی است. نرخ تبدیل این نوع تماس‌ها بسیار پایین است و معمولاً فرایندی طولانی دارند. اما با وجود تمام این موارد یکی از موثرترین روش‌ها برای پیدا کردن سرنخ‌های جدید است. برای اینکه بتوانیم در این مسیر کمک‌تان کنیم در این مقاله از راه مدیران ۱۰ نکته کلیدی را بررسی می‌کنیم که در هنگام تماس سرد B۲B باید به آنها دقت کنید.



منظور از تماس سرد B۲B چیست؟

تماس سرد B۲B همانطور که از نامش پیداست تماسی است که برای اولین بار توسط کارشناسان فروش شرکتی با یک سرخ انجام می‌شود که پیش‌تر درباره شما یا کسب و کارتان چیزی شنیده‌اند. این تماس می‌تواند با نماینده یک کسب و کار، منشی یا صاحب آن صورت گیرد و طی آن پیشنهاداتی برای فروش ارائه شود.

طبق تحقیقاتی که در لینکدین انجام شده ۶۳ درصد از فروشندگان می‌گویند که تماس سرد بدترین بخش شغل آنهاست. نرخ تبدیل این گونه تماس‌ها دو درصد است و معمولاً ۱۸ تماس یا بیشتر لازم است تا یک تماس سرد به فروش منجر شود. اما با وجود این آمار و ارقام ناامیدکننده بسیاری از سازمان‌ها هنوز از این روش استفاده می‌کنند. بسته به بازار هدف و نوع محصول یا خدمتی که ارائه می‌کنید فروش از طریق تماس سرد B۲B ممکن است گزینه مناسبی برای کسب و کار شما باشد.

نکات مهم در تماس سرد B۲B

۱. دو یا سه حوزه تخصصی را شناسایی کنید

موفق شدن در تماس سرد B۲B تا حد زیادی بستگی به مهارت و



تخصص شما دارد. مانند هر نوع فروش دیگری تماس سرد B۲B فرصتی است برای نشان دادن میزان تخصص و آشنایی شما. برای اینکه بتوانید خودتان را به عنوان مرجعی مطلع معرفی کنید که مشتری احتمالی می‌تواند به آن اطمینان کند.

فراموش نکنید که شما نمی‌توانید در همه چیز متخصص باشید. با یک آشنایی سطحی هم نمی‌توانید نیازها و علائق شرکت‌ها را در صنایع مختلف به درستی بسنجید. پس اگر می‌خواهید تماس سرد B۲B شما با موفقیت به نتیجه برسد باید خودتان در دو یا نهایتاً سه حوزه خاص متخصص نشان دهید.

۱. درباره مشتری‌های احتمالی خود تحقیق کنید

این مورد هم تا حد زیادی به نکته قبلی مربوط است. ارزشی که در شخصی‌سازی کردن پیشنهاد شما به مشتری وجود دارد باعث می‌شود تا مشتری احتمالی احساس نکند که او هم صرفاً یکی از افراد در لیست فروش شماست. شما بایستی قبل از تماس سرد B۲B درباره طرف مقابل و کسب و کاری که در آن مشغول به کار است یا آن را اداره می‌کند، اطلاعاتی جمع‌آوری کنید تا بتوانید به نیازهای درست آنها در هنگام مذاکره اشاره نمایید.

وقت بگذارید و سایت مشتریان را بررسی کنید. ببینید چه



پروژه‌هایی را انجام داده‌اند؟ چه محصولات یا خدماتی را ارائه می‌کنند؟ رقبای آنها چه افرادی هستند و چه کاری می‌کنند؟ همچنین اگر قبلاً با کسب و کارهای مشابهی کار کرده‌اید، از تجربه آنها هم می‌توانید در ارائه فروش خود استفاده کنید. در شرایطی که می‌دانید قرار است با چه کسی صحبت کنید، بد نیست نگاهی به لینکدین آنها بیندازید. ببینید نقش آنها در سازمان چیست؟ چه وظایفی به عهده اوست؟ آیا لازم است برای صحبت با ایشان از سد منشی یا دستیار عبور کنید؟

به طور کلی باید تصویر واضحی از گفتگویی که در پیش دارید برای خود بسازید و تماس سرد B۲B را به سمت یک تماس گرم‌تر پیش ببرید.

۱. یک عبارت مناسب برای معرفی خود داشته باشید

منظور از این نکته یک توضیح کوتاه درباره محصول سرویسی است که شما ارائه می‌کنید و مرتبط با نیازهای مشتری احتمالی است. این عبارت مناسب برای معرفی یا توضیح کوتاه به شما کمک می‌کند تا بهتر بتوانید مزایای پیشنهاد خود را از طریق یک تماس سرد به مشتری احتمالی منتقل کنید. فراموش نکنید وقتی یک تماس سرد B۲B برقرار می‌کنید فرصت کوتاهی دارید تا بتوانید طرف مقابل را



مجاب کنید که به ارائه فروش شما توجه کند. به مثال زیر توجه نمایید:

«برای مصرف‌کنندگانی که می‌خواهند خرید آنلاین با تحویل سریع انجام دهند، آمازون یک وب سایت فروش اینترنتی تک مرحله‌ای آماده است. آمازون با اشیایی که برای نوآوری دارد و تعهدش برای ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان، خود را از هر خرده‌فروش آنلاین دیگری متمایز کرده است.»

پیغام یا توضیحی خلاصه اما قابل توجه آماده کنید تا در همان ابتدای تماس سرد B2B خود از آن استفاده نمایید.

۱. به وقت مشتریان احترام بگذارید

به صورت پیش‌فرض فروشندگان تلفنی قرار است وقت مشتریان احتمالی را بگیرند و طبیعی است که با مخالفت مواجه شوند. اما هرچه در تماس سرد B2B خود سریعتر به سراغ اصل مطلب بروید شانس بیشتری خواهید داشت که نظر مخاطب را به پیشنهاد خود جلب کنید. مونولوگ‌های طولانی نگویید و سعی کنید مشتری احتمالی را هم در گفتگوی خود شریک نمایید.



۱. سوالات پایان باز بپرسید

در تکمیل نکته قبلی باید اضافه کنیم که یک تماس سرد B۲B موثر تشکیل شده از مونولوگ‌هایی برای لیست کردن ویژگی‌های محصول یا سرویس شما نباید باشد. بلکه باید گفتگو به سمت سوالاتی پیش رود که از طریق پاسخ‌های مشتری بتوان به نیاز و نقاط درد او پی برد. پس به جای پرسیدن سوالات بله و خیر به سراغ سوالات پایان باز بروید که توضیحات بیشتری در اختیار شما قرار می‌دهند.





۱. منتظر اعتراضات مشتریان باشید

در اغلب شرایط مشتری احتمالی بعد از اولین تماسی که با او می‌گیرید به شما جواب مثبت نمی‌دهد و نمی‌گوید ما دقیقاً به همین محصول یا سرویس شما نیاز داریم و بیا بید بدون هیچ‌گونه سوالی قرارداد ببندیم. اعتراضات و مخالفت‌های مشتریان بخش جدایی‌ناپذیری از تماس سرد B۲B هستند. پس برای آنها آماده باشید. لیستی از اعتراضات رایج آماده کنید و پاسخ آنها را بدانید. هر آمار و ارقام و توضیحات تکمیلی درباره این اعتراضات هم می‌تواند شما را به نتیجه مطلوب نزدیک‌تر نماید. در کنار نگرانی‌های فردی که مشتریان احتمالی ممکن است مطرح کنند به مسائل رایج شرکت‌ها هم توجه داشته باشید.

۱. همیشه به فکر بستن معامله باشید

تماس‌های سرد باید همیشه با یک هدف مشخص یعنی بستن معامله پیش روند. قرار نیست به زور مکالمه را به سمت بستن قرارداد یا فروش هدایت کنید. بلکه کافیست گوشه ذهن داشته باشید که باید از این مکالمه به یک جمع‌بندی مناسب برسید. این جمع‌بندی ممکن است تنظیم یک جلسه حضوری یا هماهنگ کردن تماس بعدی باشد.



۱. بعد از تماس، پیگیری کنید

قرار نیست بعد از تماس سرد B۲B کار شما به پایان برسد. ممکن است در تماس اولیه نه تنها فروشی انجام نداده باشید بلکه هیچ قرار ملاقات یا جلسه دمویی هم تنظیم نکرده باشید. در این شرایط است که یک تماس پیگیری می‌تواند ورق را برگرداند. اگر مشتری احتمالی شما گفت برای هفته آینده فرصت ندارد که جلسه حضوری یا تلفنی دیگری داشته باشد از طریق دیگری او را دنبال کنید. پیامک، ایمیل یا پیام صوتی روش‌های دیگری هستند که می‌توانند به مشتری احتمالی پیشنهاد شما را یادآوری کنند.

اگر می‌توانید در این تماس‌های پیگیری هم اطلاعات ارزشمندی را در اختیار مشتری قرار دهید تا درک بهتری از محصول یا خدمت شما پیدا کند. این اطلاعات می‌توانند آموزشی هم باشند. نکته مهم این است که با یک بار تماس یا یک بار پیگیری دلسرد نشوید.

۱. هربار نظرات مشتریان را انتقال دهید

گزارش‌ها و بازخوردهای تماس‌های فروش می‌تواند هم برای شما به عنوان کارشناس فروش و هم برای مدیران فروش بسیار کاربردی باشد. لازم است تمامی تماس‌های فروش را ضبط کنید و بعد از



پایان هر تماس نکاتی که به نظرتان رسید را یادداشت نمایید. انتقال دادن نظرات و پیشنهادات مشتریان به مدیران بالادستی هم می‌تواند به بهبود محصول یا خدمات کمک کند یا مسیر سفر مشتری را بهبود بخشد.

۱. از CRM استفاده کنید

CRM با ارزش‌ترین منبع شما برای ادامه این راه خواهد بود. آنچه در CRM وارد می‌کنید در مراحل بعدی برای تعیین استراتژی‌ها مفید واقع می‌شود. پس برای در نوشتن توضیحات و ورود اطلاعات به CRM تنبل نباشید. وقتی اطلاعات را وارد سیستم می‌کنید نه تنها به نفع خود بلکه به نفع سازمان عمل خواهید کرد. پس همیشه چند دقیقه بعد از تماس خود را اختصاص دهید به تکمیل پروفایل مشتری در سیستم یا ورود اطلاعاتی که به نظرتان می‌توانند در آینده به کار بیایند.

کلام آخر

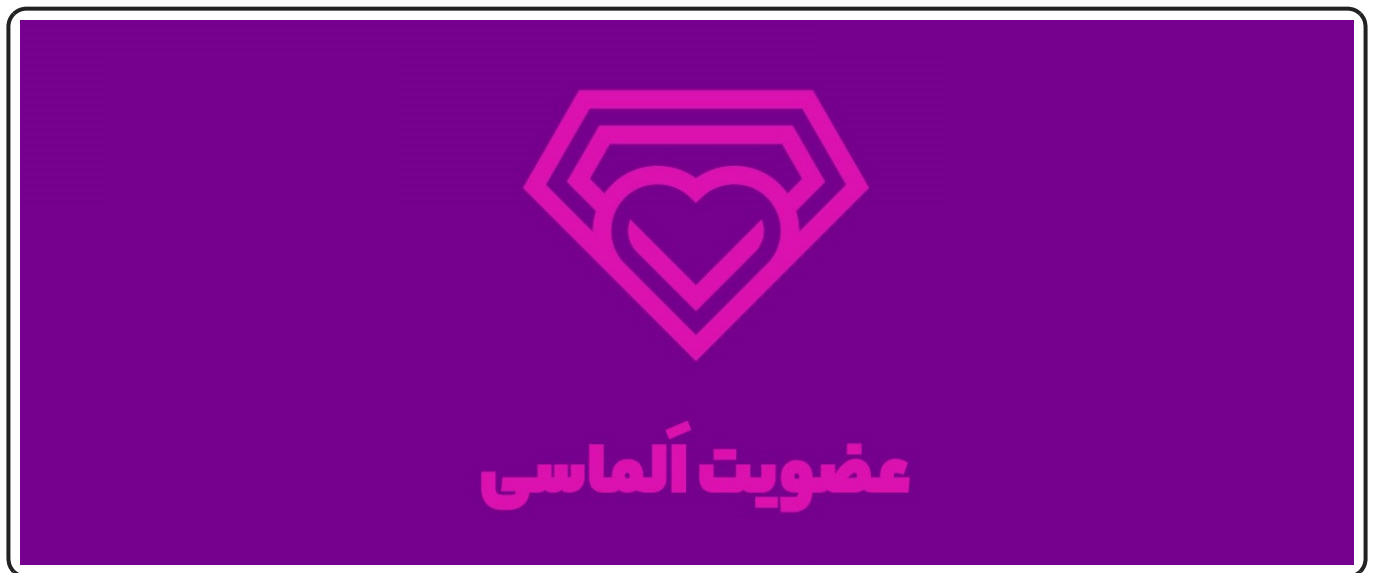
تماس سرد B2B به خودی خود می‌تواند کار چالش برانگیزی باشد. با توجه به نکاتی که در این مقاله ذکر شد می‌توانید تا حدی به این فرایند ساختار ببخشید و بهترین نتیجه را از آن بگیرید. شاید بهترین



روش برای پیشرفت در این شغل مطالعه مداوم و استفاده از جدیدترین تکنیک‌ها و ترفندها باشد. راه‌مدیران در این مسیر کنار شماست تا هر آنچه برای موفقیت در بازاریابی و فروش تلفنی نیاز دارید را به شما آموزش دهد. **کتاب تماس‌های میلیاردي و دوره‌های راه‌مدیران** را از دست ندهید.

[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.[/type]

[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/]