



چگونه یک کمپین تماس موفقیت آمیز در فروش اجرا کنیم؟

دو کلمه می‌تواند هر فروشنده تلفنی‌ای را بترساند: تماس سرد! اما واقعیت این است که به غیر از تماس سرد که البته موضوع چالش‌برانگیزی به حساب می‌آید، ایجاد یک رابطه مناسب با مشتری است که بیشترین اهمیت را دارد. در واقع راه‌اندازی یک کمپین تماس موفقیت آمیز در فروش تا حد زیادی بستگی به این دارد که چقدر نیازهای مشتری را درک می‌کنید و می‌توانید به او کمک کنید تا به چیزی که می‌خواهد برسد. با اینکه برای فروشندگان تلفنی چند تماس سرد اول ممکن است بسیار سخت به نظر برسد اما اگر از



پسش برپایید یک کمپین تماس موفقیت آمیز را کلید زده‌اید. ندانند

چه کاری می‌شود برای آسان‌تر کردن این فرایند انجام داد؟ لازم است از قبل آماده شوید و برنامه‌ریزی کنید. همچنین انتظار نه شنیدن‌ها را از مشتریان احتمالی داشته باشید و استرس نگیرید. در این مقاله از مجله راه مدیران می‌خواهیم تکنیک‌هایی را به شما آموزش دهیم تا برای اجرای یک کمپین تماس موفقیت آمیز در فروش آماده باشید.

منظور از کمپین تماس چیست؟

قبل از اینکه درباره چگونگی اجرای یک کمپین تماس توضیح دهیم اجازه بدهید مفهوم آن را با هم مرور کنیم. شما از طرق مختلف در کسب و کار خود اطلاعات خریداران و مشتریان احتمالی خود را جمع‌آوری می‌کنید. اما کسب و کارهایی هم هستند که بسته به نیاز شما اطلاعات تماس مشتریان احتمالی‌ای که با شرایط مدنظر شما همخوانی دارند را در اختیارتان می‌گذارند. یک کمپین تماس برای ارتباط گرفتن با این دسته از افراد ایجاد می‌شود تا بتوانید با آنها مکالمه مستقیم داشته باشید. در واقع این یکی از قدیمی‌ترین روش‌های بازاریابی است و اگر به درستی آن را اجرا کنید نتیجه خوبی هم خواهید گرفت.



کمپین تماس برای اهداف بازاریابی تلفنی، تحقیقات بازار و پشتیبانی مشتریان انجام می‌شود. برای یک کمپین تماس با هدف فروش باید کارشناسان فروش با سرنخ‌ها تماس بگیرند و قبل از ارجاع آنها به تیم فروش اصطلاحاً آنها را آموزش دهند و تبدیل به یک سرنخ گرم کنند.

مزایای برگزاری یک کمپین تماس چیست؟

اگر کمپین تماس شما به درستی اجرا شود مزایای زیر را به دنبال خواهد داشت:

۱. **کسب اطلاعات بیشتر درباره مشتریان:** یک ارتباط مستقیم با مشتریان احتمالی به شما این شانس را می‌دهد که درباره نقاط درد یا مشکلاتشان شناخت پیدا کنید، ببینید تا به حال چه راه‌حل‌هایی را برای حل مشکل خود امتحان کرده‌اند و قصد دارند در آینده چه کاری انجام دهند. همچنین به شما کمک می‌کند تا اعتماد مشتری را جلب کنید و باعث شوید او به شما به چشم حلال مشکلاتش نگاه کند نه کسی که فقط می‌خواهد چیزی را بفروشد.

۲. **افزایش برند آگاهی:** هرچه بیشتر محصول یا خدمات و حتی نام برندتان در معرض دید مشتریان باشد احتمال موفقیت‌تان بیشتر خواهد بود. این تماس‌ها فرصتی خواهند بود تا خود را به



مشتریان معرفی کنید و نام برند یا خدمات خود را به مشتریان قبلی یادآور شوید. با اینکار اگر فرد یا شرکتی به دنبال خدمت یا محصولی باشد که شما ارائه می‌کنید فرصتی پیش خواهد آمد که سفارش خود را ثبت کند.

۳. **به روز نگه داشتن پایگاه داده فروش:** در هر کسب و کاری دیتابیس یا پایگاه داده فروش جزء مهمی است. با یک کمپین تماس موفق می‌توانید لیست مخاطبین خود را به روز کرده و مطمئن شوید که راه‌های ارتباطی شما با آنها صحیح است.

۴. **بستن معامله فروش:** وقتی مشتری احتمالی خود را شناسایی کردید می‌توانید او را تربیت کنید و در چرخه فروش قرارش دهید تا آماده بستن قرارداد شود.

خروجی یک کمپین فروش بسته به اهداف و تاکتیک‌هایی که به کار می‌برید کمی متفاوت خواهد بود اما به طور کلی سرمایه‌گذاری خوبی برای کسب و کارتان است.

چگونه یک کمپین تماس موفقیت‌آمیز اجرا کنیم؟

حالا که ارزش کمپین تماس و مزایای آن را مرور کردیم برویم به سراغ کارهایی که بایستی برای اجرای آن انجام دهید.



۱. اهداف خود را بشناسید

قبل از اینکه تلفن را بردارید و با افراد تماس بگیرید باید بدانید که قرار است از این مکالمه به چه چیزی برسید. آیا با یکی از مشتریان قبلی تماس می‌گیرید که مدتی است از او بی‌خبرید؟ آیا محصولی جدید را به مشتریان قدیمی خود معرفی می‌کنید؟ یا قرار است تماس سردی داشته باشید با یک سرنخ جدید؟ تصمیم شما در این مرحله مسیر سایر مراحل را هم مشخص خواهد کرد.

۲. تصمیم بگیرید که با چه کسی می‌خواهید تماس برقرار



کنید

پایگاه داده فروش شما باید به روز شده و تمام اطلاعاتی که درباره مشتریان جدید و قدیمی دارید را شامل شود. اگر یک کمپین تماس سرد اجرا می‌کنید مطمئن شوید که اطلاعات تماس هر کسی که به محصول یا خدمات شما نیاز دارد را وارد CRM می‌کنید. هرچه لیست افرادی که قرار است با آنها تماس گرفته شود دقیق‌تر باشد نرخ موفقیت‌تان بالاتر خواهد رفت.

۳. تصمیم بگیرید که چطور می‌خواهید ارتباط برقرار کنید

بسته به حجم کمپین و تعداد کارشناسان فروشی که دارید ممکن است نیاز باشد از سیستم متفاوتی استفاده کنید. گاهی یک سیستم CRM یا VoIP خاص می‌تواند نیاز شما را به گونه‌ای پاسخ دهد که نتیجه بهتری از کمپین برگزار شده بگیرید.

۴. تصمیم بگیرید که چه زمانی می‌خواهید تماس بگیرید

این مرحله بستگی به افرادی که در لیست شما هستند دارد. اگر مشتری ایده‌آل شما کسب و کارها هستند تماس گرفتن در زمان ناهار گزینه مناسبی نخواهد بود. همین‌طور که تماس گرفتن در ساعت غیرکاری با کارمندانی که محصول یا خدمت شما را قرار است در ساعت کاری استفاده کنند، وقت تلف کردن است.



۵. فروشندگان یا کارشناسان فروش را آماده کنید

شما نه تنها باید اسکریپت تماس‌های تلفنی را در اختیار کارشناس فروش قرار دهید که باید افرادی را برای پاسخگویی انتخاب کنید که بتوانند به تمام سوالات مشتریان پاسخ دهند. اگر مشتری احتمالی‌ای درباره محصول یا خدمت شما زیاد سوال بپرسد نشانه خوبی است. مطمئن شوید که فروشندگان شما پاسخ تمام سوالات را از قبل می‌دانند و هر چیزی که لازم دارند را در اختیارشان قرار دهید.

۶. داده‌ها را ثبت کنید

هر تماسی که با مشتریان احتمالی جدید یا با مشتریان قبلی خود می‌گیرید باید در یک سیستم مدیریت روابط مشتریان یا CRM ثبت شود. این اطلاعات حتی اگر تماس به فروش منجر نشده باشد، به شما کمک می‌کند تا در آینده بهتر خدمات‌رسانی کنید یا تصمیمات بهتری بگیرید.

۷. برنامه‌ای که ریخته‌اید را ارزیابی کنید و اگر لازم است چیزی را تغییر دهید

اگر متوجه شدید که هیچ موفقیتی در کمپین تماس خود به دست نمی‌آورید ممکن است نیاز باشد تغییراتی اعمال کنید. اهداف را



تغییر دهید یا روی آموزش کارشناسان فروش سرمایه‌گذاری کنید. حتی شاید نیاز باشد لیست تماسی که به کارشناسان داده شده را بازبینی نمایید. راه‌مدیران در این قسمت می‌تواند کمک بسیاری به شما بکند. چنانچه قصد برگزاری دوره‌های آموزشی و کوچینگ بازاریابی و فروش تلفنی را برای کارکنان فروش خود دارید، می‌توانید از طریق **پر کردن فرم مشاوره در سایت** اقدام نمایید.

نکات تکمیلی که برای موفقیت در کمپین تماس باید رعایت کنید

یک کمپین تماس ناموفق می‌تواند زمان، انرژی و هزینه زیادی را به باد بدهد. سه چیزی که برای هر کسب و کاری مهم و حیاتی است. به عنوان آخرین نکات در این مقاله می‌خواهیم به مواردی اشاره کنیم که باید حواستان به آنها باشد.

- مراقب باشید قبل از شروع اهداف و بنچمارک‌های خود را شناسایی کنید.
- اگر یک پایگاه داده تماس قدرتمند یا لیستی از خریداران احتمالی ندارید کمپین تماس را شروع نکنید.
- تماس‌های پیگیری را فراموش نکنید.
- مخاطبین خود را بشناسید و با توجه به پرسونای خریدار زبان مناسب جامعه مخاطب خود را انتخاب نمایید.



• کارشناسان فروش را برای پاسخگویی به سوالات احتمالی مشتریان آماده کنید.

ممکن است با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی و فروش آنلاین تصور کنید که کمپین‌های تماس کارکرد خود را از دست داده‌اند. اما هیچ چیزی به اندازه یک گفتگوی مستقیم با افراد نمی‌توان در آنها ایجاد اعتماد کند. با یک مکالمه حساب شده و مفید می‌توانید رابطه‌ای مبتنی بر اعتماد ایجاد کنید و قراردادهای فروش را امضا کنید.

[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.[/type]

[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/]