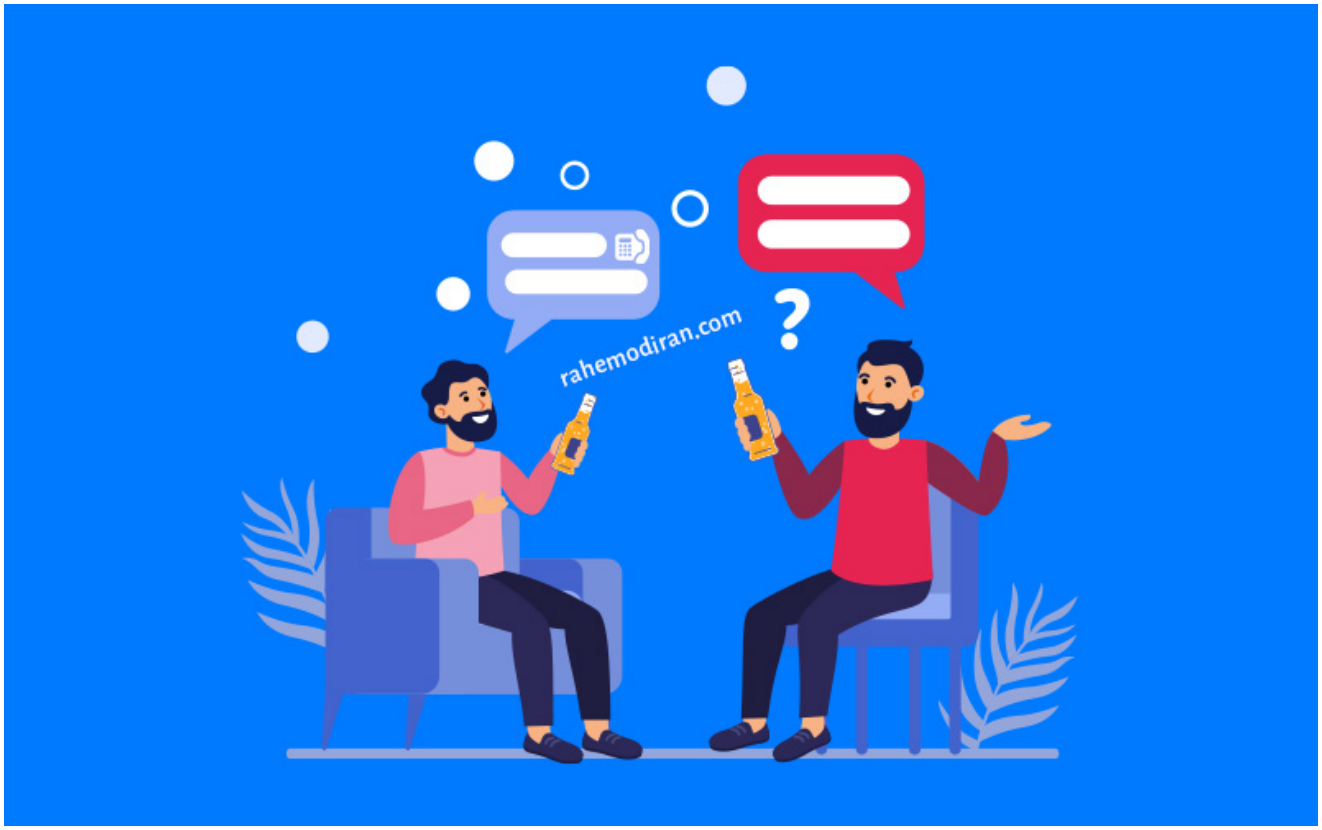

تماس‌های فروش را چگونه شروع کنیم که مشتری گوشی را قطع نکند؟

وقتی تلفن‌تان زنگ می‌خورد و متوجه می‌شوید که یک فروشنده تلفنی پشت خط است، چه احساسی پیدا می‌کنید؟ برای بیشتر افراد چنین تماس‌هایی آزاردهنده و حواس‌پرت‌کن هستند. اما اگر شغل شما این است که با مشتریان احتمالی خود تماس بگیرید می‌توانید جزو این دسته فروشندگان تلفنی آزاردهنده نباشید. برای شروع یک مکالمه حرفه‌ای و ترغیب‌کننده لازم است که بدانید تماس های فروش را چگونه شروع کنید. با راه مدیران همراه باشید تا راه‌هایی برای شروع درست تماس های فروش را با هم مرور کنیم.

چرا شروع تماس های فروش مهم است؟

شروع تماس های فروش راهی است که بتوانید بقیه مکالمه را به درستی پیش ببرید. در واقع شروع تماس های شما بایستی مشتری احتمالی را ترغیب کند که به حرف‌های بعدی شما گوش دهد. با اینکار شانس خود را برای یک مکالمه فروش موثر بالا می‌برید. در واقع شروع صحبت‌های شما باید این ویژگی‌ها را داشته باشد:

۱. دوستانه، حرفه‌ای و گرم باشد.
۲. با یک ایده یا سوال تحریک کننده نظر مشتریان احتمالی را جلب کند.
۳. میزان تعامل مشتری با تماس را بالا ببرد. چون از این طریق است که می‌توانید مطمئن شوید مکالمه شما با مشتری احتمالی سریع به پایان نمی‌رسد.
۴. کار را برای یک تصمیم‌گیری مثبت آسان کند

اما چطور می‌توان این کارها را در چند جمله ابتدایی یک تماس تلفنی انجام داد؟

روش‌هایی مناسب برای شروع تماس های فروش

۱. با آنها احوالپرسی گرمی بکنید

بسیاری از مشتریان احتمالی تماس های فروش را صرفاً اختلالی در روز خود می‌دانند. اما اگر با آنها همانند یک دوست قدیمی برخورد گرمی داشته باشید ممکن است آنقدری نظرشان جلب شود که بخواهند فرصتی به شما بدهند و به آنچه قرار است بگویید گوش کنند.

شروع مکالمه با گفتن نام طرف مقابل و احوالپرسی می‌تواند گزینه خوبی باشد. افراد به شنیدن اسم خود معمولاً واکنش خوبی نشان می‌دهند و احساس آشنایی بیشتری خواهند کرد. اما سعی کنید تا جای ممکن این احوالپرسی دوستانه و خارج از شکل رایج فروشنده‌های تلفنی باشد که حالت رباتیک دارد و طرف مقابل با او ارتباطی برقرار نمی‌کند. در غیر اینصورت مشتری احتمالی این خوش و بش اولیه را نشانه‌ای از گمراه کردن خود می‌بیند و ممکن است بدبین شود.

۲. به تحقیقاتی که درباره شرکت آنها انجام داده‌اید اشاره کنید

وقتی مشتری احتمالی بداند که شما به خاطر شخص آنها یا به خاطر کسب و کارشان تماس گرفته‌اید احتمال اینکه تماس را قطع کنند کمتر خواهد بود. سعی کنید در شروع مکالمه جمله‌ای بگویید که

نشان دهد شما درباره این کسب و کار اطلاعاتی دارید. مثلاً بگویید «بررسی‌های من نشان داده که شرکت شما در حال انجام پروژه X است.» این جمله نشان خواهد داد که شما برای شناختن کسب و کار یا دغدغه‌های این مشتری زمان گذاشته‌اید و صرفاً تماس نگرفته‌اید که چیزی بفروشید. بلکه می‌خواهید درباره مشکلات احتمالی مشتری گفتگویی داشته باشید.

۳. اسم رابط مشترکی که می‌شناسید را بیاورید

صحبت درباره یک رابط یا دوست مشترک به شما اعتبار می‌دهد. اگر کسی را می‌شناسید که به نحوی با این کسب و کار آشنایی دارد یا شما را معرفی کرده حتماً به او اشاره کنید. مثلاً بگویید: «یکی از مشتریان من، آقای احمدی در راه مدیران، درباره کسب و کار شما با من صحبت کرده بود و با توجه به پروژه‌ای که اخیراً شروع کرده‌اید به نظرم رسید ما می‌توانیم در این بخش به شما کمک کنیم.» در این حالت مشتری کنجکاو خواهد شد که پیشنهاد شما را بشنود. چنین رویکردی نشان می‌دهد که شما یک محصول نامرتبط را به یک نفر که از راه رسیده معرفی نمی‌کنید. بلکه درباره پیشینه او اطلاعاتی دارید و می‌دانید این خدمت یا محصول مناسب اوست.

۴. اگر کسی در شرکت مشتری احتمالی می‌شناسید به او

ارجاع دهید

اینکه شخصی را در خود شرکت یا سازمانی که مشتری احتمالی شما در آن کار می‌کند بشناسید حتی از داشتن یک دوست مشترک هم بهتر است. کافیست بگویید: «اتفاقاً من دیروز با یکی از مدیران بخش IT شما صحبت می‌کردم و موضوع پروژه جدید شما پیش آمد و پیشنهاد کردند که درباره محصولی که کسب و کار ما به تازگی تولید کرده با شما صحبت کنم. به نظر می‌رسد که این محصول می‌تواند بخش زیادی از کار پروژه شما را جلو بیندازد. اگر مایل باشید درباره جزئیات این پروژه بیشتر صحبت کنیم».

وقتی به مشتری احتمالی خود می‌گویید که این ایده همکار یا کارمند متخصص خودشان بوده که شما با ایشان صحبت کنید، اعتباری که برای پیشنهاد شما قائل می‌شوند چند برابر خواهد شد. فقط مطمئن شوید که اطلاعات غلطی وارد گفتگو نمی‌کنید و تا پایان مکالمه اولویت را به مشکلات مشتری احتمالی و راه‌حل مناسب آنها اختصاص می‌دهید.

۵. از اطلاعات پروفایل لینکدین آنها استفاده کنید

وقتی صحبت از تحقیقات باشد اطلاعات بسیار کاربردی‌ای می‌توانید در پروفایل لینکدین مشتری احتمالی خود پیدا کنید. صحبت خود را با چنین جمله‌ای شروع کنید: «من داشتم پروفایل لینکدین شرکت شما را بررسی می‌کردم متوجه شدم که یکی از پروژه‌های بزرگ امسال شما مربوط به می‌شود به موضوع ...» و بعد توضیح دهید که چه اطلاعاتی درباره این موضوع دارید و چطور شرکت شما یا خدمتی که ارائه می‌کنید می‌تواند در این پروژه موثر واقع شود. ارجاع دادن به صفحه لینکدین یا اهداف شرکت ثابت می‌کند که شما به چیزی که برای مشتری احتمالی ارزشمند است علاقمند هستید. همین موضوع این احساس را در مشتری به وجود خواهد آورد که نمی‌خواهید محصول یا خدمت خود را به او تحمیل کنید. به خاطر بسپارید که مهم است بعد از این جملات یا شروع تماس های فروش خود، برنامه‌ای هم برای کشاندن صحبت به فروش و بستن معامله داشته

باشید.

۶. اسم یکی از رقبا را بیاورید

اسم بردن از رقبا باعث می‌شود مشتری احتمالی درباره نتیجه کار و نوع همکاری‌اش با شما کنجکاو شود. به طور مثال می‌توانید شروع تماس های فروش خود را اینطور بچینید که «سلام. من احمدی هستم از راه مدیران. ما به تازگی با شرکت X (رقیب مشتری احتمالی) همکاری کرده‌ایم. پنج دقیقه فرصت دارید درباره نتیجه این همکاری و اینکه چطور می‌توانیم از این تجربه استفاده کنیم و با شما همکاری داشته باشیم صحبت کنیم؟» مهم است که معرفی خود در شروع تماس های فروش را به شکل یک سوال مطرح کنید. لحن شما هم باید این احساس را در مخاطب ایجاد کند که شما درباره آنها و کسب و کارشان قبلاً شنیده‌اید و آنها را می‌شناسید.

۷. درباره نقاط درد مشتری صحبت کنید

وقتی درباره رقبای مشتریان احتمالی خود صحبت می‌کنید احتمالاً ناخواسته به یک سری از مشکلات مشترک این کسب و کار هم اشاره خواهید کرد. پس با اشاره به نقطه درد یا چالشی که مشتری احتمالی با آن دست و پنجه نرم می‌کند می‌توانید نظر مخاطب خود را جلب کنید. به احتمال زیاد مشتری احتمالی شما به این مشکلات آگاه است و فقط نیاز دارد که مطمئن شود شما شخص مناسبی برای

کمک به او هستید. یک معرفی در شروع تماس به شکل زیر می‌تواند به این موضوع کمک کند:

«ما با چند شرکت همکار شما همکاری کرده‌ایم و تجربه حل مشکلات مشابه برای کسب و کارهای این حوزه را داریم. خواستم بدانم آیا این مشکل برای کسب و کار شما هم پیش آمده و تمایل دارید درباره راهکارهای احتمالی‌اش صحبت کنیم؟»

چنین شروعی می‌تواند مشتری کنجکاو و ترغیب کند که مشکلش را با شما در میان بگذارد و اینجاست که با هوشمندی می‌توانید درباره محصول یا خدمت خود صحبت کنید.

۸. از گپ و گفت کردن نترسید

گپ و گفت دوستانه یکی از راه‌های موثر برای انسانی‌تر کردن مکالمه و ایجاد یک رابطه با مشتری احتمالی است. اما اینکار تنها زمانی ممکن می‌شود که به اندازه درباره مشتری احتمالی خود اطلاعات کسب کرده باشید و بتوانید گفتگو را با او شروع کنید. مثلاً بگویید: «گویا شما در دانشگاه علامه درس خواندید درست است؟ همسر من هم دانشجوی ارشد این دانشگاه است...» چنین جمله‌ای ممکن است بیش از حد انتظار شما دوستانه به نظر برسد اما می‌تواند یخ‌ها را آب کند.

۹. موضوعاتی که در تبلیغات آنها مطرح شده است را پیش بکشید

صحبت درباره آنچه یک کسب و کار در تبلیغات خود مطرح می‌کند یک حرکت هوشمندانه است؛ چراکه به مخاطب نشان می‌دهد که شما به کسب و کارش اهمیت می‌دهید و دنبالش می‌کنید. همچنین این پیام را می‌دهد که توصیه‌های شما بر مبنای تحلیل‌های درست و فکر شده است و می‌تواند موثر واقع شود. می‌توانید صحبت خود اینطور شروع کنید که: «من توییت شما درباره موضوع X را دیروز خواندم...». همین جمله به مشتری احتمالی نشان می‌دهد که شما پیگیرش هستید و درباره یک موضوع مرتبط و به روز صحبت می‌کنید.

یا مثلاً بگویید: «گزارش سالیانه شما که هفته پیش روی سایت‌تان منتشر شده بود را مطالعه کردم. به نظر می‌آید شما می‌خواهید دپارتمان X را در سال جاری گسترش دهید. در این مورد ما می‌توانیم کمک کنیم که ...» حتی می‌توانید به محتوای یک آگهی تبلیغاتی که از کسب و کاری دیده‌اید صحبت کنید. فرقی نمی‌کند یک بنر در اتوبان بوده یا یک تبلیغ تلویزیونی. فراموش نکنید که زمان را هم در جملات خود بازی دهید. مثلاً بگویید که هفته گذشته یا پست دیروز شما.

۱۰. استفاده از تاکتیک‌ها را فراموش کنید

گاهی بهترین کاری که می‌توانید انجام دهید این است که هرچه در کتاب‌ها خوانده‌اید را رها کنید و توجه مشتری را در لحظه به خود جلب کنید. چرا؟ چون مردم به تکنیک‌های گفته شده در دوره‌ها و کتاب‌ها عادت می‌کنند و لازم است عنصر خلاقیت را به تماس‌های خود اضافه کنید.

« سلام آقای محمدی. بله این یک تماس تبلیغاتی است. {کمی مکث کنید} امکانش هست سه دقیقه وقت خود را به من بدهید تا درباره محصول X که می‌تواند برای مشکل Y شما مفید باشد صحبت کنیم؟»

اینکه بگویید بله این یک تماس فروش یا تماس تبلیغاتی است می‌تواند مشتری را شگفت‌زده کند. معمولاً آنها خنده‌شان می‌گیرد چون انتظار چنین حرفی را از شما ندارند. با این ترفند می‌توانید مشتری را پای تلفن نگه دارید.

۱۱. نقش‌ها در اسکریپت تماس خود را برعکس کنید

بسیاری از اسکریپت‌های تلفنی فروشنده را به عنوان شخصی راهنما در نظر می‌گیرند. در بعضی شرایط اما بهتر است که جای شما و مشتری احتمالی عوض شود. یعنی نقش راهنما یا کسی که قرار

است که کمکی بکند را به مشتری خود بدهید. مثلاً مکالمه خود را اینطور شروع کنید که «می‌خواستم ببینم آیا شما می‌توانید در این زمینه به من کمک کنید . . . » چنین رویکردی احتمالاً در مشتری احساس غرور ایجاد می‌کند یا او را تحریک می‌کند که دانش خود را با شما به اشتراک بگذارد. پس پاسخ‌تان را خواهد داد.

خیلی مهم است که این ترفندها و تکنیک‌ها را زمانی استفاده کنید که هنوز چیزی از محصول یا سرویس خود نگفته‌اید. کافیست تماس بگیرید، مکالمه را شروع کنید و گوش بدید و ببینید مشتری چه چیزی می‌خواهد تا بتوانید در زمان درست، پیشنهاد خود را مطرح کنید. شما تماس های فروش خود را چگونه شروع می کنید؟ در بخش نظرات برای ما بنویسید. همچنین برای یادگیری نکات دیگر مهم در بازاریابی و فروش تلفنی، به بخش مقالات و فروشگاه سایت راه مدیران و یا از صفحه خدمات با پر کردن فرم انتهایی صفحه با ما در ارتباط باشید.

https://rahemodiran.com/%d۸%a۷%d۸%b۳%da%a۹%d۸%b۱%db%۸c%d۹%be%d۸%aa-%d۹%be%db%۸c%d۸%ba%d۸%a۷%d۹%۸۵-/%d۸%b۵%d۹%۸۸%d۸%aa%db%۸c

[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/]