



۲۳ واقعیت آماری درباره تماس های سرد که شما را شگفت زده خواهد کرد

بسیاری فکر می‌کنند تاریخ انقضای **تماس های سرد** گذشته و دیگر کاربردی ندارند. اما واقعیت این است که از وقتی تلفن اختراع شده تا همین الان که بسیاری از ارتباطات ما از طریق همین روش برقرار می‌شود، تماس های سرد به کار می‌آیند. اگر تصمیم گرفته‌اید که تماس های سرد را از استراتژی‌های فروش خود کنار بگذارید این مقاله را حتماً مطالعه کنید. **راه مدیران** در این مقاله قرار است مزایا و معایب این روش را بررسی و ۲۳ واقعیت آماری درباره تماس های سرد را باهم مرور کنیم. با راه مدیران همراه باشید.



مزایای تماس های سرد

۱. می‌توانید با مشتریان جدیدی ارتباط بگیرید

اگر کسی خودش به دنبال محصول یا خدمتی که شرکت شما ارائه می‌کند نباشد، به احتمال زیاد وب سایت‌تان را پیدا نخواهد کرد. این وظیفه شماست که او را پیدا کنید. با کمک تماس های سرد می‌توانید افرادی را پیدا کنید که با پروفایل مشتری شما همخوانی دارند و درباره پیشنهاد خود با ایشان صحبت کنید.

۲. می‌توانید ارائه فروش خود را تمرین کنید

تماس سرد تمرین بسیار خوبی است. خصوصاً برای کارشناس فروش تازه وارد. شما می‌توانید ارائه فروش خود را با افراد مختلف آنقدر تمرین کنید که ملکه ذهن‌تان شود. همچنین می‌توانید با مکالماتی که با افراد جدید دارید ایرادات ارائه خود را متوجه شوید و در لحظه آنها را تغییر دهید و فیدبک بگیرید.

۳. می‌توانید اطلاعات مرتبط به دست بیاورید و تعاملی انسانی داشته باشید

تماس های سرد می‌توانند راه مناسبی برای گرفتن اطلاعات جدید از مشتریان احتمالی باشند. وقتی به کسی ایمیل می‌زنید مشتریان احتمالی نیازی نمی‌بینند که به شما اطلاعات بدهند. اما در هنگام



صحبت تلفنی می‌توانید اطلاعات ارزشمندی را به دست بیاورید. به علاوه ارتباطی انسانی طی تماس خود برقرار می‌کنید و می‌توانید از لحن صدا و مهارت‌های بیان خود استفاده کنید و توجه مخاطب را به خود جلب نمایید.

معایب تماس های سرد

۱. می‌تواند آزاردهنده باشد

اگر صادقانه بخواهیم نگاه کنیم تماس های سرد می‌توانند ناخوشایند و غیرمنتظره باشند. بیشتر افراد از این تماس‌ها خوششان نمی‌آیند و نمی‌خواهند وقت خود را صرف شنیدن ارائه فروش شما کنند. همچنین چون تماس های سرد بدون هماهنگی قبلی گرفته می‌شوند فرصتی برای آماده شدن به مشتری احتمالی نمی‌دهند.

۲. فقط بعضی وقت‌ها جواب می‌دهد

حتی اگر در بعضی از تماس های سرد خود موفق عمل کرده باشید باید بدانید که این روش فقط گاهی اوقات موثر واقع می‌شود. پس نباید تمرکز استراتژی های فروش خود را معطوف این روش کنید. آخرین مطالعات نشان داده که تنها یک درصد از تماس های سرد به قرار ملاقات بدل شده و حدود ۲۸ درصد از آنها به خرید



رسیده‌اند. البته که این آمار و ارقام بسته به نوع محصول یا خدمت و همینطور حوزه کسب و کار متغیر هستند.

آمار و ارقام مربوط به تماس‌های سرد B2B

با این مقدمه برویم به سراغ چند واقعیت آماری درباره تماس‌های سرد. این اطلاعات بر اساس تحقیقات و نظرسنجی‌های مختلفی که توسط مجلات یا سازمان‌های مربوطه صورت گرفته به دست آمده‌اند.

۱. ۸۲ درصد از خریداران با قرارهای ملاقاتی که فروشندگان از طریق تماس سرد می‌گذارند موافقت می‌کنند.
۲. در ۶۵ درصد از تماس‌های سرد موفقیت آمیز از کلمه «ما» به جای «من» استفاده می‌شود.
۳. ۵۷ درصد از خریداران سطح C ترجیح می‌دهند به صورت تلفنی با آنها ارتباط گرفته شود.
۴. ۹۲ درصد از مصرف‌کنندگان فکر می‌کنند تماس‌های ناشناس ممکن است کلاهبرداری باشند.
۵. تماس‌های سردی که با خوش و بش و احوالپرسی دوستانه شروع می‌شوند نرخ موفقیت بالاتری برای برگزاری جلسه دارند.
۶. ۱ درصد از افراد می‌گویند که تلفن یکی از موثرترین روش‌های فروش آنهاست.



۷. بیشتر از ۳۰ درصد از سرنخ‌ها هیچ وقت تماس پیگیری دریافت نمی‌کنند.
۸. با صرفاً چند تلاش دیگر برای تماس با مشتریان، فروشندگان تلفنی می‌توانند نرخ تبدیل خود را تا ۷۰ درصد افزایش بدهند.
۹. فروشندگان تکنولوژی به طور میانگین ۳۵ تماس b2B در طول روز می‌گیرند و حدود یک ساعت زمان برای صحبت با مشتریان احتمالی در روز صرف می‌کنند.
۱۰. ۷۹ درصد از تماس‌های ناشناس بی پاسخ می‌مانند.
۱۱. تماس‌های سرد موفق از نظر مدت زمان مکالمه دو برابر تماس‌های ناموفق هستند.
۱۲. فروشندگانی که دلیل تماس گرفتن خود را همان ابتدا مطرح می‌کنند ۲.۱ برابر نرخ موفقیت بالاتری دارند.
۱۳. آخرین ساعات کاری روز بین ساعت ۴ تا ۵ بعدازظهر بهترین زمان برای تماس‌های سرد است.
۱۴. شروع تماس سرد با عبارت «حال شما چطور است» می‌تواند ۲۰ درصد بیشتر توجه مخاطب را به خود جلب کند.
۱۵. موفق‌ترین تماس‌های مشتری‌یابی به طور میانگین ۱۴.۳ دقیقه طول می‌کشند.
۱۶. چهارشنبه‌ها و پنج‌شنبه‌ها بهترین روزهای هفته برای تماس‌های سرد است.
۱۷. ۴۵۰ درصد اختلاف بین زمان پاسخ‌دهی سرنخ‌هایی است که بعد



از گذشت یک ساعت ثبت درخواست خود یا پر کردن فرم تماس، یک تماس پیگیری دریافت کرده‌اند نسبت به آنهایی که تماسی با آنها گرفته نشده است.

۱۸. وقتی در همان ابتدای مکالمه درباره قیمت صحبت شود ۱۰ درصد نرخ موفقیت بالاتر خواهد رفت.

۱۹. تماس‌های سرد وقتی کارشناس فروش به صورت مونولوگ صحبت کند شانس موفقیت بیشتری دارند.

۲۰. ۶۳ درصد از فروشندگان می‌گویند که تماس‌های سرد بدترین قسمت شغل‌شان هستند.

۲۱. اسم بردن از یک آشنای مشترک طی تماس‌های سرد می‌تواند شانس قرار گذاشتن با مشتری احتمالی را تا ۷۰ درصد بیشتر کند.

۲۲. کارشناسان فروشی که برای مدت زمان بیشتری مونولوگ صحبت می‌کنند تماس‌های سرد موفق‌تری دارند.

۲۳. گفتن اینکه امیدوارم بد موقع تماس نگرفته باشم می‌تواند تا ۴۰ درصد شانس شما را برای به نتیجه رسیدن مکالمه کمتر کند.

نکات مهم درباره تماس‌های سرد

حالا که با اعداد و ارقام دیدیم که تماس‌های سرد چطور می‌توانند به کسب و کار ما کمک کنند، بد نیست نگاهی به ۵ نکته درباره موفقیت تماس‌های سرد هم بیندازیم.



۱. جمله شروع تماس های سرد خود را با دقت انتخاب کنید

این نکته برای هر تماسی و نه تنها تماس های سرد، نکته قابل توجهی است. تاثیر اولیه‌ای که روی مخاطبین می‌گذارید بسیار مهم است. در تماس های سرد شما فقط چند ثانیه فرصت دارید تا توجه مشتری احتمالی را به خودتان جلب کنید. پس باید از قبل جمله شروع تماس خود را بدانید. ممکن است مکالمه طبق اسکریپت پیش رود اما اگر اینطور نشد، آماده باشید تا در لحظه و با خلاقیت خود مکالمه را پیش ببرید. وقتی بدانید چه جملاتی می‌خواهید بگویید و از قبل آماده باشید اعتماد به نفس بیشتری خواهید داشت و کنترل مکالمه را به دست خواهید گرفت.

در جمله شروع تماس های سرد حتماً نام خود و شرکتی که از آن تماس می‌گیرید را بیاورید. فراموش نکنید باید با کوتاه‌ترین جملات، بیشتری اطلاعاتی که می‌توانید درباره خودتان و علت تماس‌تان را به مشتری بگویید. این علت می‌تواند صرفاً معرفی یک محصول یا ارائه فروش نباشد؛ بلکه می‌توانید یکی از دستاوردهای اخیر مشتری احتمالی را تبریک بگویید و از این طریق به این احساس را بدهید که او را دنبال می‌کنید و توجهش را جلب نمایید.



۱. یکی دو ساعت قبل از تماس در نظر بگیرید و شماره‌ها را مرور کنید

قبل از اینکه هیچ گونه تماسی برقرار کنید زمان بگذارید و لیست تماس خود را مرور کنید. مطمئن شوید که با افراد یا کسب و کارهایی که قرار است تماس بگیرید آشنا هستید. حالت ایده‌آل این است که محصول یا سرویسی که می‌خواهید به مشتری خود ارائه دهید را با نیازهای هرکدام از مشتریان نزدیک کنید و یک ارائه شخصی‌سازی شده به آنها داشته باشید. با آماده کردن خودتان قبل از شروع تماس های سرد شانس بیشتری خواهید داشت تا بتوانید این تماس‌ها را به فروش برسانید.

۱. مطمئن شوید که داده‌هایتان درباره مشتریان احتمالی به روز است

تحقیقات درباره مشتریان احتمالی قبل از تماس سرد یکی از بخش‌های مهم کار شماست که می‌تواند موفقیت‌تان را تضمین کند. اگر پروفایلی که درباره مشتری خود ساخته‌اید مربوط به ۶ ماه پیش می‌شود وقتش رسیده که این اطلاعات را به روز کنید. صفحات شبکه‌های اجتماعی آنها را ببینید و اگر تغییر موقعیت یا موفقیتی داشته‌اند حتماً در مکالمه آینده خود با ایشان درباره‌اش



صحبت کنید. همین جزئیات است که نشان می‌دهد چقدر شما به فکر مشتری هستید و می‌خواهید که مشکلش را حل کنید.

تا جایی که می‌توانید درباره فرد یا کسب و کاری که قرار است مشتری احتمالی شما شود، اطلاعات جمع کنید چرا که این اطلاعات قرار است در تماس های سرد شما آن تاثیرگذاری اولیه را شکل دهد.

۱. به مشتری احتمالی خود گوش دهید؛ همه صحبت را شما انجام ندهید

یکی از مهمترین نکاتی که درباره تماس های سرد می‌توان به آن اشاره کرد این است که شنونده فعال باشید. در حالیکه زمان‌هایی در مکالمه شما با مشتری هستند که فقط و فقط شما باید صحبت کنید اما باید به مشتری خود اجازه بدهید که حرف بزند و سوالات خود را بپرسد. همزمان باید شما به دقت گوش کنید که چه می‌گویند. این کار به شما این امکان را می‌دهد که بتوانید سوالات پیگیری مرتبطی بپرسید که نشان دادن به ایشان توجه دارید و برایشان ارزش قائلید.

وقتی سوال می‌پرسید توجه داشته باشید که سوالاتتان از نوع پایان باز باشند که تا جای ممکن بتوانید از مشتری اطلاعات بگیرید. سوالاتی که پاسخ بله و خیر دارند مشتری را به حرف نمی‌کشند.



درواقع با توجه کردن به مشتری می‌توانید شانس موفقیت تماس‌های سرد خود را بالاتر ببرید.

۱. درخواست جلسه مجدد بدهید

تقریباً اکثر اوقات فروش در همان تماس سرد اولیه اتفاق نمی‌افتد. ۸۰ درصد از فروش‌ها در تماس پنجم انجام می‌شوند. پس بعد از اولین تماس با مشتری دلسرد نشوید و ادامه دهید. برای مشتری ایمیل بفرستید یا مجدداً با او تماس بگیرید و از آنها بخواهید که جلسه‌ای برگزار کنید. تحقیقات نشان داده که ۷۵ درصد از خریداران آنلاین بین ۲ تا ۴ تماس قبل از خرید خود دریافت می‌کنند. زیاده‌روی نکنید اما در بازه‌های معقولی خدمات و محصولات خود را به مشتریان یادآوری کنید. ارسال تعداد زیادی ایمیل یا پیامک می‌تواند تاثیر معکوسی روی تصمیم خرید مشتری بگذارد.

ممکن است تماس‌های سرد استراتژی فروش محبوبی نباشند اما به این معنا نیست که اثرگذاری خود را از دست داده‌اند. کلید موفقیت در این روش، صبر و پشتکار است. ناامید نشوید و بیشتر تلاش خود را بکنید که تاثیر اولیه خوبی روی مشتریان احتمالی بگذارید. آماده باشید و با اعتماد به نفس صحبت کنید.

شما درباره تماس‌های سرد چه می‌دانید؟ در راه‌مدیران مقالات



بسیاری درباره این موضوع منتشر شده است که می‌توانید در بخش مجله مطالعه کنید. همچنین می‌توانید در **کتاب تماس‌های میلیاردری** درباره تکنیک‌ها و ترفندهای موثر بازاریابی و فروش تلفنی مطالعه نمایید.



برای خرید کتاب اینجا کلیک 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 ده‌ها 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/]