۴ روش جذاب برای شروع یک تماس سرد

علیرغم آنچه گفته می‌شود، استفاده از روش تماس سرد منسوخ نشده است. بلکه هنوز هم هزاران فروشنده روزانه از این تکنیک استفاده می‌کنند. البته باید توجه داشت طبق آمار، در فروش به روش B۲B، نود درصد مدیران یا صاحبان کسب و کار پاسخگوی تماس سرد نیستند و تنها ۱ درصد تماس‌های سرد منجر به تشکیل جلسات بعدی جهت فروش یا تنظیم قرارداد می‌شوند. در واقع باید به این نکته توجه کرد که دوره‌ی استفاده از متن‌های از قبل تنظیم شده برای شروع تماس سرد و یا تحمیل کالا یا خدمات توسط فروشنده به مشتری به سر رسیده است و امروزه تماس‌های سرد در

صورتی اثرگذار هستند که برای مشتری ارزشمند باشند و با تحقیقات قبلی نسبت به مشتری و کسب و کار وی صورت گیرند. در این مقاله از مجله راه مدیران می‌خواهیم چند روش موثر برای شروع تماس‌های سرد را با هم بررسی کنیم.

روش‌های موثر برای شروع تماس سرد

اشتباه نکنید قرار نیست در این قسمت یک سری متن آماده در اختیار شما بگذاریم که بدانید در شروع تماس سرد چه چیزهایی بگویید. بلکه می‌خواهیم ماهی‌گیری یادتان بدهیم! در ادامه به بررسی ۴ رویکرد برای شروع تماس سرد به روشی موثر خواهیم پرداخت.

رویکرد استفاده از قلاب (trigger) شروع تماس سرد

استفاده از قلاب برای شروع تماس سرد، در صورتی موثر است که به دغدغه‌ی مخاطب با توجه به شرایط فعلی کسب و کار وی اشاره داشته باشد. برای مثال، چنانچه مشتری خط تولید جدیدی برای محصولات خود راه‌اندازی کرده است، می‌توانید در تماس خود به این مورد اشاره کنید که تبلیغات محصول جدید مشتری را در شبکه‌های اجتماعی مشاهده کردید و می‌دانید مشتری برای پخش مویرگی یا فروش انبوه نیازمند راهبردی استراتژیک، برای دریافت

نتیجه‌ی بهتر و با بازدهی در زمان کمتر است.

در واقع با بیان این موارد، مشتری به این نتیجه می‌رسد که شما به صورت تصادفی با ایشان تماس نگرفته‌اید، و نسبت به کسب و کار و محصولات یا خدمات ایشان شناخت کافی دارید. استفاده از قلاب تکنیکی است که به کار بردن آن در شروع تماس سرد، می‌تواند مشتری احتمالی را برای یک مکالمه‌ی مبتنی بر ارائه ارزش پیشنهادی کسب و کار شما آماده کند.

رویکرد دعوت کوتاه شروع تماس سرد

هرگز مکالمه‌ی خود را با پرسیدن در مورد آب و هوا یا اینکه مشتری احتمالی چگونه روز خود را سپری کرده است، آغاز نکنید. بلکه از مشتری درخواست کنید به شما یک دقیقه وقت برای مکالمه بدهد. در واقع هدف ایجاد یک فرصت کوتاه برای شروع تماس سرد است. از مشتری سوال کنید که آیا در وقت مناسبی با ایشان تماس گرفته‌اید یا خیر، و سپس درخواست کنید یک دقیقه از وقتشان را به شما بدهند تا دلیل تماس با ایشان را توضیح دهید.

با دعوت از مشتری به یک مکالمه کوتاه، ایشان متوجه هدفمند بودن تماس شما می‌شوند. سعی کنید برای وقت مشتری احترام قائل باشید، هدف آزار مشتری نیست، بلکه هدف این است که در ذهن مشتری کنجکاوی ایجاد شود و مقاومت اولیه‌ی مشتری برای رد

تماس سرد شما کاهش یابد.

چنانچه مشتری بیان کرد که اکنون وقت ندارد، این مورد را در نظر بگیرید که در زمان مناسبی تماس نگرفته‌اید و از مشتری بپرسید که چه زمانی برای تماس با ایشان مناسب‌تر است. بهتر است به خاطر بسپارید که هدف از دعوت کوتاه، ایجاد یک مکالمه‌ی دو طرفه است و نه توضیحات یک طرفه و طوطی‌وار فروشنده، که نهایتا منجر به این مورد می‌شود که مشتری بیان می‌کند «فعلاً تمایلی به خرید ندارد».

رویکرد تحقیق محور شروع تماس سرد

تمرکز اصلی در شروع تماس سرد باید بر مشتری و کسب و کار وی باشد. بنابراین سعی کنید با تحقیقات کامل نسبت به مشتری، محصولات یا خدمات وی با ایشان تماس بگیرید. این مورد را در نظر داشته باشید که باید هنگام مکالمه از ایشان سوالاتی بپرسید که کاملاً با مشتری مرتبط باشد.

همانطور که در موارد قبلی اشاره شد، چند کلمه‌ی اول یا قلاب باید به گونه‌ای کنجکاوی مشتری را درگیر کند تا ایشان به توضیحات شما گوش کند. این مسئله وجود دارد که مدیران و صاحبان کسب و کار روزانه چندین تماس سرد دریافت می‌کنند و این درحالی است که اکثر فروشندگان قبل از تماس هیچ تحقیقی درباره‌ی مخاطب خود

انجام نمی‌دهند و بنابراین تماس آن‌ها هیچ ارزش افزوده‌ای برای مشتری ایجاد نمی‌کند.

بنابراین مدیران سعی می‌کنند در کوتاه‌ترین زمان ممکن عدم تمایل خود را برای خرید برای خاتمه دادن به تماس سرد اعلام کنند، در صورتیکه اگر در شروع تماس سرد مطلبی عنوان شود که دغدغه‌ی ایشان باشد می‌توانید برای حدود دو دقیقه توجه آن‌ها را جلب کنید.

روند هدایت دوباره‌ی تماس شروع تماس سرد

این نکته مهم است که هنگام تماس با شماره‌های مشتری، معمولاً مدیر عامل یا مدیر فروش یا صاحب کسب و کار پاسخگوی شما نیستند بلکه تماس‌های ورودی هر کسب و کاری را معمولاً مسئول دفترها یا منشی‌ها پاسخ می‌دهند، که اکثراً زمان کافی برای یک مکالمه را ندارند. بنابراین باید از ایشان درخواست کنید، تا شما را به فرد مورد نظرتان وصل کنند. برای شروع تماس سرد به ایشان اطمینان بدهید که قصد فروش به آن‌ها را ندارید، فقط از ایشان درخواست کنید تا تماس شما را در صورت امکان به مدیر قسمت مربوطه وصل کنند.

برای مثال می‌توانید بپرسید که در شرکت شما خرید چاپگرهای رنگی توسط چه کسی انجام می‌شود یا اینکه نام مدیر شبکه شما چیست

و سپس درخواست کنید تماس شما را به ایشان وصل کنند.

سوالات مناسب برای پرسیدن در شروع تماس سرد

در یک تماس سرد، استفاده از سوالات مناسب می‌تواند به شما کمک کند تا توجه مخاطب را جلب کرده و ارتباط موثری برقرار کنید. در ادامه، تعدادی از سوالات رایج برای شروع تماس سرد آورده شده است:

۱. آیا فرصت صحبت کردن دارید؟

این سوال نشان می‌دهد که به زمان و شرایط فرد مقابل احترام می‌گذارید.

۱. آیا نام شما را به درستی گفتم؟

این سوال باعث می‌شود که از صحت اطلاعات شما مطمئن شوید و به طرف مقابل این احساس را بدهید که این اطلاعات اهمیت دارد.

۱. آیا شما با [نام شرکت یا محصول] آشنایی دارید؟

اگر فرض می‌کنید که مخاطب شما را شناخته است، از این سوال برای تأیید این موضوع استفاده کنید.

۱. آیا تاکنون با [مشکل یا نیاز خاص] مواجه شده‌اید؟

با این سوال، سعی کنید به نیازها یا مشکلات احتمالی مخاطب پی ببرید تا بتوانید بهترین راهکار را ارائه دهید.

۱. آیا تا به حال از محصول یا خدمات ما استفاده کرده‌اید؟

این سوال می‌تواند به شما کمک کند تا میزان آشنایی فرد با شرکت یا محصول خود را بسنجید.

۱. چطور می‌توانم به شما کمک کنم؟

با این سوال، به نیازها و چالش های مشتری اهمیت داده و این اجازه را می‌دهید که فرد به طور مستقیم در مورد نیازها یا مشکلات خود صحبت کند.

۱. آیا می‌توانم از شما چند سوال دیگر در مورد [موضوع مرتبط] بپرسم؟

این سوال به شما اجازه می‌دهد که مفصل‌تر در مورد نیازها یا مشکلات فرد بپرسید و اطمینان حاصل کنید که او را درست درک کرده‌اید.

به یاد داشته باشید که در طول تماس، گوش دادن به نیازها و نظرات مخاطب بسیار مهم است و مکالمه را در جهت مفید و محترمانه ادامه دهید.

چند نکته تکمیلی درباره تماس‌های سرد

برقراری یک تماس سرد موثر نیازمند مهارت‌های ارتباطی خوب است. در زیر، تعدادی از نکات و راهکارها برای بهبود تماس‌های سرد آورده شده‌اند:

داشتن آمادگی قبلی: پیش‌زمینه‌ی دقیق در مورد مخاطبان و نیازهای

آنها را بررسی کنید. همچنین اطمینان حاصل کنید که اطلاعات شما در مورد محصول یا خدمات‌تان کامل و به‌روز است.

استفاده از کلمات مثبت: از کلمات مثبت و انرژی‌زا در مکالمات خود استفاده کنید. ایجاد احساسات مثبت و امیدوارکننده در فرد مقابل می‌تواند تأثیر بزرگی داشته باشد.

گوش دادن فعّال: به دقت به مخاطب خود گوش دهید و سوالات را با دقت بررسی نمایید. سعی کنید به نیازها و احتیاجات وی پاسخ دهید.

تعیین هدف مکالمه: مشخص کنید که هدف شما از تماس چیست و چه نتیجه‌ای می‌خواهید بگیرید. اینکار کمک می‌کند تا مکالمه به‌صورت جهت‌مندتری پیش برود.

اختصاص زمان مناسب: مطمئن شوید که زمان تماس برای فرد مقابل مناسب است و او در شرایطی مناسب جواب می‌دهد.

ارائه ارزش: بیان کنید که چگونه محصول یا خدمات شما می‌تواند به حل یک مشکل یا بهبود وضعیت فعلی کمک کند.

پرسیدن سوالات باز: از سوالات باز برای ایجاد مشارکت فعّال در مکالمه استفاده کنید و به مخاطب فرصت بدهید تا نظرات خود را به اشتراک بگذارد.

پایان مکالمه با دعوت به اقدام: پس از معرفی و بحث در مورد محصول یا خدمات، پیشنهاد کنید که چگونه می‌توانید مجدداً تماس بگیرید یا چه مراحلی باید برای ادامه مکالمه و ارتباط بیشتر انجام شود.

تداوم ارتباط: در صورتی که مخاطب اظهار علاقه نکرد، محترمانه خداحافظی کنید و اطلاعات تماس خود را برای ادامه در آینده به او بدهید.

هر تماس سرد مناسبی نیازمند تمرین و بهبود است. با کسب تجربه و بازخوردهای دریافتی، مهارت‌های شما در این زمینه بهبود خواهد یافت.

همانطور که در این مقاله به آن پرداختیم، تماس سرد شیوه‌ای منسوخ شده نیست، اما رویکردهای قدیمی استفاده از متن‌های آماده برای تماس‌های تصادفی باید اصلاح شود. فروشندگان باید ابتدا تحقیقات لازم و کافی درباره‌ی مشتری را انجام داده و سپس دغدغه‌ی اصلی مشتری را شناسایی کرده و با توجه به ارزش پیشنهادی شرکت خود به مشتری راه حل ارائه دهند. هنگام شروع تماس سرد با مشتری حس کنجکاوی را در ایشان ایجاد کرده و منتظر نتیجه‌ی مناسب آن باشید. راه مدیران سال‌هاست در زمینه‌ی آموزش شیوه‌های مدرن بازاریابی تلفنی فعالیت می‌کند؛ باعث افتخار ماست چنانچه نیاز به مشاوره‌ی تخصصی برای آموزش تیم

فروش خود را دارید، با شماره‌های درج شده در سایت تماس بگیرید یا از دوره‌های تخصصی راه مدیران استفاده نمایید.

همچنین می توانید با استفاده از تکنیک های مذاکره ۱۴ راز بستن فروش در بازاریابی و فروش تلفنی تماس های سرد را به یک فروش موفق ختم کنید و یا در صورت تمایل می توانید از طریق خدمات مشاوره با کارشناسان راه مدیران در ارتباط باشید.

[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/]