۱۰ اسکریپت پیغام صوتی توصیه شده توسط متخصصین برتر فروش

یکی از ساده‌ترین روش‌ها برای بهبود تماس‌های صوتی این است که اسکریپت پیغام های صوتی فروش را بهینه کنید. داشتن اسکریپت پیغام صوتی به شما کمک می‌کند که در لحظه گرفتار نشوید و بدانید که پشت تلفن چه باید بگویید. یک اسکریپت پیغام صوتی خوب می‌تواند شانس موفقیت شما در گرفتن تماس برگشتی از مشتریان را بالا ببرد. در این مقاله از مجله راه مدیران می‌خواهیم یاد بگیریم که چطور می‌توانیم یک اسکریپت پیغام صوتی یا voicemail موثر بنویسید که مشتریان را برانگیزاند تا با شما تماس بگیرند.

چرا اسکریپت پیغام صوتی اهمیت دارد؟

۸۰ درصد تماس های فروش مستقیماً به صندوق تماس های صوتی منتقل می‌شود. این فرصتی به شما می‌دهد که از این تماس های بی پاسخ هم نتیجه بگیرید. بسیاری از کارشناسان فروش می‌دانند که وقتی یک مشتری احتمالی تلفن را جواب داد چه چیزی بگویند اما وقتی تماس به صندوق صوتی منتقل می‌شود نمی‌دانند چه باید بکنند. با توجه به اینکه بسیاری از افراد وقتی شماره تماس ناشناسی را می‌بینند تلفن را جواب نمی‌دهند، پیغام صوتی می‌تواند شانس دوباره‌ای برای شما باشد تا پیام خود را به گوش این دسته از افراد برسانید.

با استفاده از یک اسکریپت پیغام صوتی مناسب می‌توانید مطمئن شوید که هرآنچه نیاز است را گفته‌اید. به علاوه پیغام صوتی روش دیگری است برای ارتباط برقرار کردن با یک مشتری احتمالی. پس هرچه پیغام صوتی مناسب‌تری برای افراد بگذارید، شانس بیشتری خواهید داشت که دوباره با شما تماس بگیرند. طی یک بررسی مشخص شد که یک اسکریپت پیغام صوتی مناسب می‌تواند تا ۲۲ درصد نرخ بازگشت داشته باشد.

اجزای یک اسکریپت پیغام صوتی موثر

گرچه محتوای اسکریپت های پیغام صوتی بستگی به فاکتورهای

مختلفی دارند اما لازم است همه آنها اجزایی داشته باشند که در ادامه به آنها خواهیم پرداخت:

۱. نام شما و شرکت مربوطه

حتماً در پیغامی که برای مشتریان احتمالی می‌گذارید اسم خودتان و شرکتی که معرفی هستید را بیاورید. حتی اگر قبلاً با این مشتری احتمالی صحبت کرده‌اید و می‌دانید که این اطلاعات را دارد.

۱. شماره تماس

اینکه در متن پیغام صوتی خود شماره تماس شرکت یا خودتان را هم بگذارید ایده خوبی است. گرچه مشتری احتمالی می‌تواند شماره‌ای که با آن تماس گرفته‌اید را روی گوشی خود ببیند اما تکرار آن نتیجه مثبتی در پی خواهد داشت. به علاوه توصیه شده که این اعلام شماره تماس را دو بار انجام دهید. یکی اوایل پیغام خود و دیگری در آخر. چون ممکن است افراد تا پایان پیام شما را گوش ندهند.

۱. علت تماس

قصدی که گذاشتن این پیغام دارید را شفاف و واضح بیان کنید. بهترین راه برای اینکار این است که هدف خود از تماس با آنها را بگویید. آیا آنها فرمی را در وب سایت شما پر کرده‌اند؟ آیا دوست مشترکی آنها را معرفی کرده که به نظرش محصول یا سرویس شما به کارشان خواهد آمد؟ وقتی نوع ارتباط را با آنها مشخص کنید راحت‌تر می‌توانید توجه‌شان را جلب نمایید.

۱. منافعی که تماس با شما برای مشتری در پی دارد

وقتی پیغام صوتی برای مشتری احتمالی خود می‌گذارید دیگر هدف‌تان فروش به او نیست. بلکه تمرکز شما باید جلب توجه مشتری احتمالی و ترغیب او به تماس گرفتن باشد. پس باید چیزی که می‌گویید بیشتر از اینکه راجع به شما باشد به مشتری مربوط شود. چطور می‌توانید به کسب و کار یا خود مشتری احتمالی کمکی کنید و ارزشی بیافرینید؟ آیا می‌توانید در وقت آنها صرفه‌جویی کنید یا درآمد بیشتری برایشان ایجاد نمایید؟ اگر بله باید این موارد را در پیغام صوتی خود بیاورید. در واقع باید هر منفعتی که مشتری از تماس با شما دریافت خواهد کرد را یادآور شوید. اما حواستان باشد که ابزارها یا ویژگی های محصول خود را لیست نکنید. بلکه

درباره نتایج مثبتی که مشتریان قبلی گرفته‌اند یا دستاوردهایی که داشته‌اید توضیح دهید.

۱. چیزی که می‌خواهید مشتری احتمالی انجام دهد یا انتظار داشته باشد

بعد از اینکه مشتری احتمالی پیغام صوتی شما را گوش داد، باید متوجه شود که گام بعدی چیست. اینکه چطور با شما تماس بگیرد یا اینکه باید منتظر ایمیل پیگیری باشد. برای اینکه به فروش نزدیک‌تر شوید باید تا جای ممکن اطلاعات دقیق تماس به مشتری بدهید و در دسترس او باشید. اگر از مشتری می‌خواهید که با شما تماس بگیرد به او زمان و شماره تماس را بدهید. مثلاً بگویید شما می‌توانید از طریق شماره X با من در تماس باشید. من معمولاً روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۹ تا ۳ در دسترس هستم.

۵ نکته اجرایی برای ایجاد و اجرای یک اسکریپت پیغام صوتی

پیام‌های صوتی یک روش عالی برای برقراری ارتباط با مخاطبان و ارائه اطلاعات یا خدمات هستند. با این حال، ایجاد یک اسکریپت پیغام صوتی که تأثیرگذار و جذاب باشد، نیاز به مهارت و تلاش دارد. در اینجا ۵ نکته اجرایی برای ایجاد و اجرای یک اسکریپت پیغام صوتی

آورده شده است:

۱. هدف خود را مشخص کنید.

قبل از شروع نوشتن اسکریپت، باید هدف خود را مشخص کنید. آیا می‌خواهید اطلاعات خاصی را ارائه دهید، محصول یا خدماتی را تبلیغ کنید، یا صرفاً با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید؟ دانستن هدف شما به شما کمک می‌کند تا محتوای اسکریپت خود را تنظیم کنید.

۱. مخاطب خود را در نظر بگیرید.

وقتی هدف خود را مشخص کردید، باید مخاطب خود را در نظر بگیرید. چه کسانی قرار است پیام صوتی شما را بشنوند؟ دانش و تجربه آنها در مورد موضوع چیست؟ نیازها و خواسته‌های آنها چیست؟ دانستن مخاطب شما به شما کمک می‌کند تا زبان و لحن اسکریپت خود را تنظیم کنید.

۱. محتوای خود را ساده و مختصر نگه دارید.

هنگـام نـوشتن اسـکریپت، مهـم اسـت کـه محتـوای خـود را سـاده و مختصر نگه دارید. مخاطبان شما باید بتوانند پیام شما را به راحتی درک کننـد. از جملات کوتـاه و سـاده اسـتفاده کـرده و از اصـطلاحات فنی یا پیچیده خودداری نمایید.

۱. از صدا و لحنی جذاب استفاده کنید.

صـدای شمـا یکـی از مهم‌تریـن عوامـل در مـوفقیت یـک پیـام صـوتی است. از صدایی واضح و رسا استفاده کرده و لحن خود را با محتوای اسکریپت خود هماهنگ کنید. اگر پیام شما مثبت است، از لحنی شاد و هیجان‌انگیز و اگر پیام شما جدی است، از لحنی مطمئن و موقر استفاده نمایید.

۱. تمرین کنید، تمرین کنید، تمرین کنید.

مهم است که قبل از ضبط پیام صوتی خود، آن را تمرین کنید. این به شما کمک می‌کند تا محتوای خود را روان و طبیعی بیان کنید. همچنین می‌توانید از یک دوست یا همکار بخواهید که به شما

بازخورد دهد.

۱۰ مثال اسکریپت پیغام صوتی کاربردی

قبل از اینکه به سراغ مثال هایمان برویم باید بدانید که هیچ اسکریپت پیغام صوتی‌ای وجود ندارد که ۱۰۰ درصد موفقیت در نرخ پاسخگویی را تضمین کند. اما بعضی از نکات می‌توانند به شما کمک کنند تا اسکریپت پیغام صوتی خود را بهبود بخشید. در ادامه ۱۰ اسکریپت پیغام صوتی برای سناریوهای مختلف را با هم بررسی می‌کنیم.

اسکریپت پیغام صوتی برای ارتباط گرفتن با خریداران احتمالی

استراتژی اول: ارتباط ایجاد کنید

> سلام آقای / خانم احمدی، من محمدی هستم از راه مدیران با شماره تماس ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳

همین الان گزارشی کوتاه از بررسی شرکت شما توسط متخصصین راه مدیران را برایتان ایمیل کردم که برخی نقاط قوت و ضعف کسب و کارتان را نشان می‌دهد. فکر می‌کنم مطالعه این گزارش می‌تواند برای شما مفید باشد. اگر اینطور بود

می‌توانید برای من پیامی بفرستید یا با شماره ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ تماس بگیرید تا من توضیحات تکمیلی درباره این گزارش و راهکارهای پیشنهادی برای رفع مشکلات را خدمت‌تان ارائه کنم.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد؟

استراتژی کلیدی اینجا این است که پیغام صوتی شما به مشتری مربوط شود. اینکه به مشتری احتمالی بگویید یک گزارش برای آنها آماده کرده‌اید که یکی از تغییرات اخیر در شرکت آنها را بررسی کرده و نقاط قوت و ضعف‌شان را نشان می‌دهد، به اندازه کافی می‌تواند برای او جذاب باشد. با شنیدن این پیغام مشتری ممکن است با خود فکر کند که این یک پیام تبلیغاتی بی‌هدف نبوده و می‌تواند برای کسب و کارش مفید باشد.

استراتژی دوم: احساس آشنا ایجاد کنید

سلام آقای / خانم احمدی، من محمدی هستم از راه مدیران. من و شما هفته گذشته در سمینار X با هم آشنا شدیم. می‌خواستم شخصاً با شما صحبت کنم چون فکر می‌کنم ایده‌ای دارم که می‌تواند کسب و کار شما را از این رو به آن رو کند اما هنوز درباره‌اش مطمئن نیستم. خوشحال می‌شوم اگر از طریق

شماره موبایلم با من تماس بگیرید.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد

با ایجاد یک رابطه، مشتری از نظر ذهنی شما را از یک فروشنده غریبه تبدیل می‌کند به کسی که یک آشنایی قبلی با او دارد. در نتیجه می‌تواند به شما و حرف هایی که قرار است به او بزنید تا حدی اعتماد کند. وقتی می‌گویید خواستم شخصاً با شما صحبت کند اهمیت حرف خود را می‌رسانید. وقتی عبارت هنوز درباره‌اش مطمئن نیستم را اضافه می‌کنید این حس را در مخاطب به وجود می‌آورید که قصدتان فروش یا راضی کردن طرف مقابل نیست. بلکه ایده‌ای دارید و می‌خواهید آن را با مشتری احتمالی در میان بگذارید. و در نهایتاً وقتی به جای شماره شرکت، شماره موبایل شخصی خود را اعلام می‌کنید بار دیگر این احساس آشنایی را قوی‌تر خواهید کرد.

استراتژی سوم: از پدیده ترس از دست دادن استفاده کنید

FOMO یا Fear Of Missing Out که اشاره می‌کند به پدیده ترس از دست دادن چیزی، باعث می‌شود مشتریان احساس اضطرار کنند. چنین حسی را می‌توانید با اسکریپت زیر به وجود آورید:

سلام. من محمدی هستم. دلیل تماس من این است که یکی از مشتریان قبلی مثل شما از دوره های آموزش فروش ما استفاده کرده و به نتیجه X رسیده است. خوشحال می‌شوم با شما در میان بگذارم که او چه کاری انجام داده و شما چطور می‌توانید همین نتیجه را بگیرید. امکانش هست با شماره ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ تماس بگیرید؟ من محمدی هستم از راه مدیران. شماره تماس ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد

این اسکریپت نشان می‌دهد که قرار است برای مشتری ارزشی ایجاد شود. با گفتن اینکه مشتری دیگری با مشخصات آنها با استفاده از محصول یا خدمت شما به نتیجه X رسیده است به مشتری احتمالی خود نشان می‌دهید که این نتیجه برای آنها هم می‌تواند حاصل شود. اما بیش از هر چیز گفتن اینکه خوشحال می‌شوم با شما در میان بگذارم که چه کاری انجام شده و چطور شما می‌توانید همین نتایج را بگیرید، اشتیاق خود را برای حل مشکل مشتری احتمالی نشان می‌دهید.

استراتژی چهارم: مشتریان احتمالی خود را آماده کنید

سلام خانم / آقای احمدی. من محمدی هستم از راه مدیران. آقای / خانم جعفری پیشنهاد کردند که من با شما یک قرار ملاقات داشته باشم. از آنجایی که ایشان خدمات / محصولات X را از ما تهیه کردند و توانستند مشکل کسب و کارشان را حل کنند نظرشان این بود که شما هم از این راه‌حل می‌توانید استفاده کنید. من همین الان برای شما ایمیلی فرستادم که جزئیات این موضوع را توضیح می‌دهد. خوشحال می‌شوم اگر بتوانیم این هفته راجع به این موضوع با هم صحبت کنیم.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد

این اسکریپت پیغام صوتی سه اصل را رعایت می‌کند: تایید اجتماعی، محبوبیت و اعتبار. وقتی شما درباره شخص معرفی در تماس خود صحبت می‌کنید محبوبیت و تایید اجتماعی را نشان می‌دهید. همچنین وقتی می‌گویید مشکل مشتری قبلی خود را حل کرده‌اید مهر تایید به اعتبار خود می‌زنید.

استراتژی پنجم: توجه آنها را جلب کنید

آقای / خانم احمدی، نیازی نیست مجدد با من تماس بگیرید. من به زودی یک ایمیل با عنوان ۵ ایده برای ساخت مرکز تماس موثر و مقرون‌به‌صرفه برای شما ارسال می‌کنم. هر زمان فرصت کردید خوشحال می‌شوم نظر شما را درباره این ایمیل بدانم. من محمدی هستم از راه مدیران. اگر از سمت شما پاسخی نگیرم هفته آینده خودم مجدداً با شما تماس خواهم گرفت.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد

این پیغام با یک جمله قدرتمند و غیرعادی شروع می‌شود. اینکه از مشتری نمی‌خواهید با شما تماس بگیرد احتمالاً نظرش را به خود جلب خواهید کرد. با اینکار مشتری احتمالی نیازی ندارد که فوراً با شما تماس بگیرد. به جای آن برایش ایمیلی ارسال کرده‌اید که نه تنها برایش ارزشی ایجاد می‌کند بلکه می‌تواند سر فرصت به آن پاسخ دهد.

اسکریپت پیغام صوتی برای پیگیری کردن سرنخ های جدید

حالا فرض کنیم که مشتری به طریقی با شما ارتباط گرفته و حالا لازم است که شما این سرنخ را پیگیری کنید. این اسکریپت پیغام صوتی می‌تواند برای چنین شرایطی خوب باشد:

آقای / خانم احمدی، من محمدی هستم از راه مدیران. شما فرم دریافت اطلاعات دوره فروش بیمه را در سایت ما پر کردید. به زودی ایمیلی برای شما ارسال خواهد شد که اطلاعات کاملی درباره دوره و کسب و کار ما در اختیارتان می‌گذارد. اگر بعد از خواندن این توضیحات سوالی داشتید خوشحال می‌شویم با ما تماس بگیرید. شماره ما ۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ است. می‌توانید به صورت ایمیل هم برای ما پیام بگذارید. امیدوارم خیلی زود با شما صحبت کنم. روز خوبی داشته باشید.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد؟

پیگیری کردن یک سرنخی که قبلاً به کسب و کار شما علاقه نشان داده است باید کمی متفاوت باشد. دو چیز در این اسکریپت وجود دارد که آن را از قبلی‌ها متمایز می‌کند. یکی اینکه کاملاً شفاف توضیح داده که چرا با مشتری احتمالی تماس گرفته شده و چه کاری قرار است انجام شود. و دو اینکه ارزش محصول یا خدمتی که مشتری به دنبالش است را توضیح می‌دهد. همچنین روش های مختلف برقراری ارتباط با کسب و کار را هم معرفی می‌کند. راهکارهای جایگزین برای ارتباط گرفتن با شرکت شما می‌تواند نرخ موفقیت در تماس های برگشتی را بالا ببرد.

اسکریپت پیغام صوتی برای پیگیری کردن سرنخ های قدیمی

فرقی نمی کند چه چیزی بفروشید، این اسکریپت پیغام صوتی می تواند ارتباط شما با مشتریان قدیمی را قوی‌تر کند.

سلام آقای / خانم احمدی. محمدی هستم کارشناس فروش راه مدیران. نمی‌دانم به خاطر دارید یا نه اما مهرماه فرمی را در سایت راه مدیران پر کرده بودید و اعلام آمادگی کرده بودید برای شرکت در دوره های جدید راه مدیران. تماس گرفتم ببینم اگر سوالی درباره دوره ها دارید یا می خواهید از خدمات ما استفاده کنید راهنمایی‌تان کنم. اگر تا الان این خدمت را دریافت کرده یا در دوره‌ای شرکت کرده‌اید نمی خواهم مزاحم‌تان شوم. پس لطفاً هر زمان توانستید با ما من تماس بگیرید و اگر سوالی در این فرایند داشتید از من بپرسید. ممنونم. شماره تلفن ما ۰۲۱۱۹۱۱۰۳۶۳ است. منتظر تماس شما هستم.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد؟

این استراتژی بسیار شبیه به مورد قبلی است. اما مناسب سرنخ های قدیمی. ممکن است فکر کنید این اسکریپت مشتری را ترغیب نمی کند. اما چون اشاره کردید که نمی خواهم مزاحم شما شوم،

مشتری احتمالی را ترغیب می کنید که با شما تماس بگیرد. اگر هنوز به پیشنهاد شما علاقمند باشد با خود فکر می کند که این فروشنده قرار نیست به من زنگ بزند پس خودم باید با او تماس بگیرم. از طرف دیگر اگر دیگر به سرویس یا محصول شما نیازی نداشته باشد هم باز تماس خواهد گرفت تا شما را در جریان بگذارد!

اسکریپت پیغام صوتی برای رسیدگی به مشتریان احتمالی که سرقرار نیامده‌اند

در دنیای فروش، گاهی اوقات ممکن است پیش بیاید که یک مشتری در دیدار خود با شما حاضر نشود. در چنین مواردی، شما باید با او تماس بگیرید تا علت عدم حضورش را جویا شوید. تانیا الیز، مربی موفقیت تجاری، سه پیام صوتی را برای شما آماده کرده است تا بتوانید در این مواقع از آنها استفاده کنید.

تماس صوتی بلافاصله پس از لغو شدن قرار ملاقات

سلام آقای / خانم احمدی. محمدی هستم. من در زمان مقرر قرارمان با شما تماس می‌گیرم و امیدوارم حال شما خوب باشد. انتظار داشتم با شما صحبت کنم. اما حالا که شرایطش پیش نیامد برایتان پیغام می‌گذارم. من تا یک ساعت دیگر آزاد هستم؛ این زمان را در برنامه‌ام برای شما رزرو کرده‌ام. لطفاً به محض دریافت این پیام با من تماس بگیرید.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد؟

شاید مشتری شما تاریخ قرار را در تقویم خود اشتباه نوشته باشد. یا شاید مجبور بوده به یک مسئله مهم رسیدگی کند. این تماس سریع، یک یادآوری عالی است تا با شما تماس بگیرند و در صورت نیاز، قرار را مجدداً تنظیم کنند.

تماس بعد از گذشت چند ساعت

سلام خانم / آقای احمدی. محمدی هستم دوباره تماس می‌گیرم خدمتتان. از آخرین پیامی که برای قرار امروز گذاشته بودم، خبری از شما نشنیده‌ام و فقط می‌خواهم مطمئن شوم که همه چیز خوب است. لطفاً به محض دریافت این پیام با من تماس بگیرید. به زودی با شما صحبت خواهم کرد.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد؟

اگر هنوز از طریق تماس یا ایمیل از مشتری خود خبری نشنیده‌اید، این پیام صوتی به شما امکان می‌دهد مکالمه را از سر بگیرید. لحن نگران شما به مشتری خواهد فهماند که هیچ دلخوری وجود ندارد - شما به آنها به عنوان یک شخص، نه فقط یک مشتری، اهمیت می‌دهید.

تماس بعد از چند روز که از زمان جلسه مقرر گذشت

سلام خانم / آقای احمدی. محمدی هستم دوباره تماس می‌گیرم. دیروز چند پیام صوتی برای شما گذاشتم در مورد قرار ملاقاتی که تعیین کرده بودیم، اما هنوز خبری از شما نشنیده‌ام. واقعاً امیدوارم که همه چیز خوب باشد. فعلاً مجبورم شما را از لیست خود خارج کنم. می‌دانم که گفتید می‌خواهید در مورد مشکل X کمک بگیرید، اما اگر الان وقت مناسبی نیست، کاملاً قابل درک است و اشکالی ندارد. اگر شرایط تغییر کرد، فقط به من اطلاع دهید. اما اگر می‌توانید یک لطف کوچک بکنید و فقط یک پیام کوتاه یا تماس مجدد برای من بگذارید تا مطمئن شوم که خوب هستید. اگر امروز بتوانید این کار را انجام دهید، عالی خواهد بود. روز خوبی داشته باشید.

چرا این استراتژی جواب می‌دهد؟

هدف از این پیام‌های صوتی، برقراری تعادلی بین همدلی و قاطعیت است. با ابراز نگرانی برای سلامتی مشتری و درک دلایل احتمالی آنها برای عدم حضور در جلسه، فروشنده همدلی خود را نشان می‌دهد. با این حال، با بیان اینکه ممکن است ناچار شوید مشتری را از لیست خود خارج کنید، حس قاطعیت و حرفه‌ای بودن خود را نیز منتقل می‌کنید.

اسکریپت پیغام صوتی سوم در این راستا بسیار موثر است. تمایل فروشنده برای حذف مشتری از لیست خود نشان می‌دهد که آنها حاضر نیستند وقت خود را صرف مشتریانی کنند که جدی نیستند. با این حال، فروشنده در را برای مشتری باز می‌گذارد تا دوباره تماس بگیرد و جلسه را مجدداً برنامه‌ریزی کند.

این رویکرد همدلی‌محور نه تنها به احتمال زیاد منجر به بازگشت معامله روی میز خواهد شد، بلکه یک رابطه قوی‌تر با مشتری نیز ایجاد می‌کند. هنگامی که مشتری احساس می‌کند که فروشنده واقعاً نگران سلامتی‌اش است، بیشتر احتمال دارد که او را به عنوان یک مشاور مورد اعتماد در نظر بگیرد.

چگونه اسکریپت پیغام صوتی خود را بهینه کنید؟

حرفه‌ای شدن در ارسال پیغام‌های صوتی مؤثر در فروش، تنها با نوشتن اسکریپت اتفاق نمی‌افتد. این اسکریپت‌ها باید از طریق آزمون و خطا، تمرین و بررسی مداوم، بهینه‌سازی شوند. تمریناتی را برنامه‌ریزی کنید که فرصتی برای تکرار و دریافت بازخورد به شما بدهد. یک ایده این است که با همکاران و دوستان خود تمرین کنید و از آنها بخواهید به پیغام‌های صوتی شما بازخورد صادقانه بدهند. همچنین می‌توانید سیستمی برای ارزیابی پیام‌های صوتی خود ایجاد کنید. با ایجاد یک جدول امتیاز با سیستم رتبه‌بندی

شروع کنید. سپس خودتان را جای مشتری بگذارید و هر پیام صوتی را بر اساس این معیارها ارزیابی کنید:

- آیا این تماس را برمی‌گردانید؟
- آیا این پیام صوتی را ذخیره می‌کنید؟
- آیا این تماس را بلافاصله برمی‌گردانید؟
- آیا این پیام بر اساس تحقیقات و بررسی روی مشتری بود؟

سپس با بررسی پیام‌های صوتی‌ای که کمترین امتیاز را دارند، شروع به شناسایی و کار بر روی نقاط ضعف موجود در اسکریپت‌ها و نحوه ارائه خود کنید. هدف چیست؟ اینکه به طور مداوم در این تمرینات نمره بالایی بگیرید.

کلام آخر

تمام استراتژی‌های ذکر شده در این مقاله نشان می‌دهند که ارسال پیام‌های صوتی مؤثر در فروش هم هنر و هم علم است. با استفاده از این اسکریپت‌های آزمایش و اثبات‌شده، می‌توانید فرایندهای فروش خود را تقویت کرده و پاسخ‌ها را به طور چشمگیری بهبود بخشید. با ادامه بهینه‌سازی این اسکریپت‌ها در طول زمان، اسکریپت‌های منحصر به فرد خود را در اختیار خواهید داشت که ویژه شما و حوزه کاری‌تان خواهد بود. همچنین اگر بخواهید سایر

مهارت‌های فروش خود را توسعه دهید و به عنوان یک کارشناس خبره در حوزه بازاریابی و فروش فعالیت کنید، راه مدیران کنار شما خواهد بود. دوره‌های تخصصی و کاربردی مذاکره و فروش را در سایت می‌توانید ببینید و از آخرین روش‌های موثر روز دنیا بهره ببرید.

همچنین می توانید از طریق سایت راه مدیران و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق خدمات مشاوره با پر کردم فرم مشاوره منتظر تماس کارشناسان ما باشید

/https://rahemodiran.com/script-guide

[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/]