



۴ اشتباه کلیدی که نباید در تماس سرد مرتکب شوید

تماس سرد یکی از مسئولیت‌های آزاردهنده‌ای است که بسیاری از کارشناسان فروش در مقطعی از کار خود باید با آن روبرو شوند. نرخ تبدیل تماس سرد چندان زیاد نیست و هرکسی که آن را انجام دهد محکوم به رد شدن‌های پی‌درپی از سمت مشتری است. با این حال، این روش هنوز هم به اندازه‌ای موثر است که همچنان یک فعالیت کلیدی در چارچوب فروش سازمان‌های مختلف باشد - زیرا تخمین زده می‌شود که ۶۹٪ از خریداران، از طریق تماس سرد جذب شده‌اند. با این حال مشکلات و خطاهای زیادی در این روند وجود



دارد که باید به آنها توجه شود. در این مقاله از مجله راه مدیران، برخی از اشتباهات رایج تماس سرد که کارشناسان را به دام می‌اندازند، را با هم مرور کرده و نحوه رسیدگی به این مشکلات را بررسی خواهیم کرد. با ما همراه باشید.

مهمترین اشتباهات تماس سرد که در سال ۲۰۲۴ باید از آنها اجتناب کنید

۱. دلسرد شدن

هرکسی که به طور مداوم این کار را انجام داده باشد به شما می‌گوید: تماس سرد می‌تواند یک کابوس مطلق باشد. طبق گفته گارنر، ۴۸٪ از فروشندگان از برداشتن تلفن و انجام تماس‌های سرد می‌ترسند.

بیشتر تماس‌های سرد به جایی نمی‌رسند - لینکدین اعلام کرده که این روش تنها ۲ درصد نرخ تبدیل دارد و به طور معمول یک کارشناس فروش باید ۱۸ بار یا بیشتر تماس تلفنی بگیرد تا به یک مشتری بالقوه برسد. در نتیجه این یک فرایند پر از ناامیدی و دلسرد شدن‌های گاه به گاه است. چنین شرایطی اغلب کافی است تا حتی فداکارترین، مشتاق‌ترین و با انگیزه‌ترین کارشناسان فروش را نیز از میدان به در کند، اما باید یاد بگیرید که روحیه خود را حفظ کنید و اجازه ندهید این موارد جلوی پیشرفت شما را بگیرند.



چگونه این مشکل را برطرف کنیم؟ یاد بگیرید که در برابر رد شدن مقاومت کنید.

باید بدانید که تماس‌های سرد به طور ذاتی دشوار و اغلب بی ثمر هستند. نرخ تبدیل پایین تماس‌ها، بازتابی از شخصیت شما نیست. رد شدن یک واقعیت در فروش است - به ویژه در مورد تماس‌های سرد.

به این شکست‌ها به چشم بخشی از شغل خود نگاه کنید که باید از آن چیزی بیاموزید. ادامه دهید و هر تماس سرد را پشت سر بگذارید. در نهایت جایی در این مسیر یاد خواهید گرفت که مشتری را قانع کنید و به فروش برسید.

۲. نادیده گرفتن منابع توانمندسازی فروش مانند سناریوهای تماس و چک لیست‌های قبل از تماس

تماس‌های سرد موثر تقریباً همیشه جهت‌دهی دشه و ساختارمند هستند. منابعی مانند **سناریوهای تماس و چک لیست‌های قبل از تماس** می‌توانند مسیری نسبتاً هموار برای مکالمات شما ایجاد کنند - و اگرچه نباید آنها را ربات‌وار دنبال کرد اما تلاش مداوم برای مدیریت تماس‌های سرد بدون آنها می‌تواند دشوار باشد.

این منابع توانمندسازی فروش برای تماس‌های سرد به شما کمک



می کنند تا تماس را در صورت دور شدن بیش از حد مشتری از مسیر اصلی دوباره روی روال بیندازید.

به همین دلیل است که سازمان‌های بزرگ تدوین این نوع اسناد را جدی می گیرند. طبق گفته **هاب اسپات**، ۳۹٪ از سازمان‌های فروش در سال ۲۰۲۰ ایجاد سناریوهای تماس را در اولویت قرار دادند - به علاوه ۳۷٪ از کسب و کارها که تهیه چک لیست‌های قبل از تماس را در اولویت داشتند. اگر شرکت شما این منابع را در اختیاران گذاشته، به نفع شماست که به آنها مراجعه کنید.

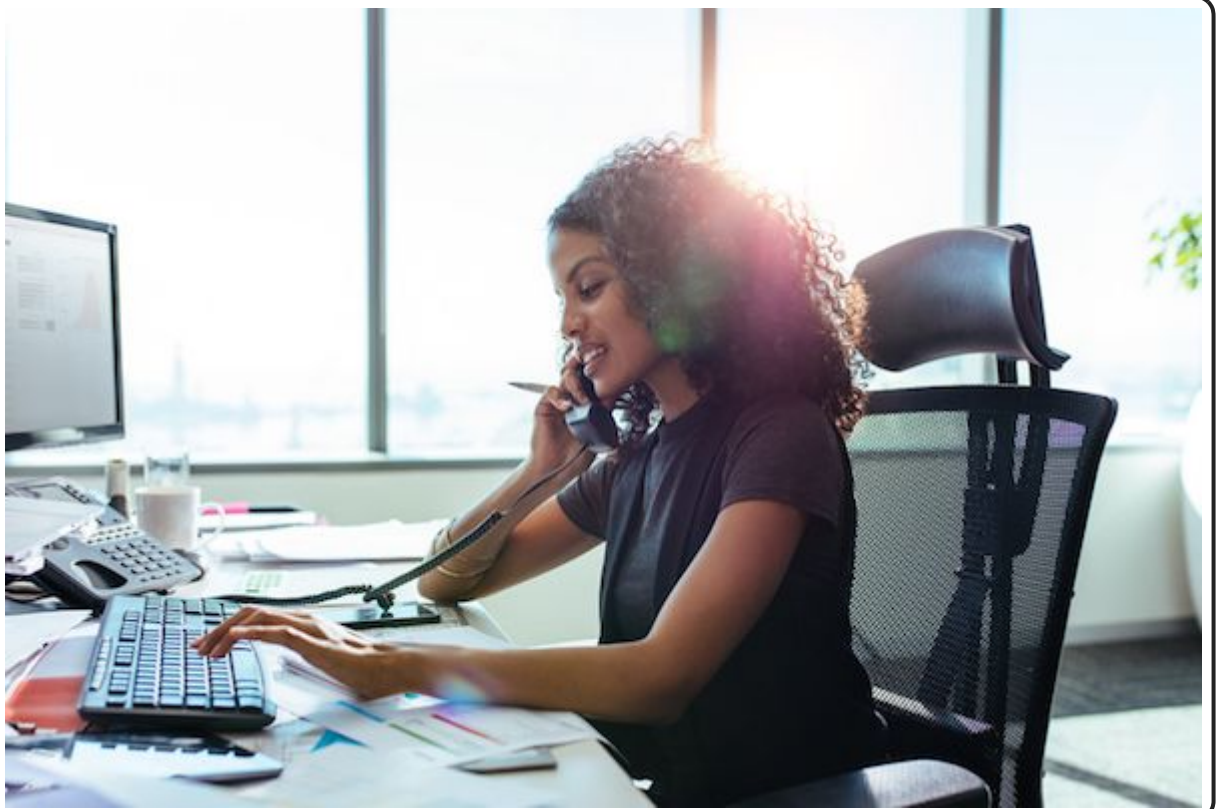
نکته مهم: به طور مداوم به این منابع مراجعه کنید - اما زیاده روی نکنید.

همانطور که در ابتدای این بخش ذکر شد، منابع توانمندسازی فروش مانند سناریوهای تماس نباید به طور سفت و سخت دنبال شوند و هیچ فضایی برای بداهه‌پردازی و خلاقیت در لحظه باقی نگذارند. - اما نباید آنها را به طور کامل هم نادیده بگیرید. شما باید بدانید که باید براساس چه نکاتی صحبت کنید. تصویری کلی از یک تماس ایده آل داشته باشید و از دانش ارائه شده در این اسناد، برای ساختار دادن به مکالمات خود استفاده کنید.



۳. عدم آماده سازی کافی

هیچ وقت بدون اطلاع و آمادگی قبلی وارد یک تماس سرد نشوید. مشتریان احتمالی شما نمی خواهند مانند یک اسم در لیست تماس‌های سرد با ایشان برخورد شود. کسب و کارهای آنها مشکلات منحصر به فردی دارند که نیازمند راه حل‌های منحصر به فرد هستند. اگر می خواهید مکالمات شما مفید باشد، باید خوب بدانید که چه کسی پشت خط است.



اینکار ممکن است در نگاه اول دشوار به نظر برسد، چون شما هر هفته صدها تماس می‌گیرید. اما اگر می خواهید بیشترین بهره را از تماس‌های خود ببرید، نمی توانید با همه مشتریان بالقوه خود به



یک روش برخورد کنید. شما ممکن است با شرکت‌هایی که در صنایع و زمینه‌های مختلف فعالیت می‌کنند، تماس بگیرید. در این شرایط لازم است اطمینان حاصل کنید که تصویر واضحی از نیازها و علاقه‌مندی‌های خاص هرکدام دارید.

پس نکته مهم این است برای آماده‌سازی قبل از تماس، وقت بگذارید.

در آخرین تحقیقات انجام شده مشخص شده که بهترین فروشندگان به طور متوسط شش ساعت در هفته را صرف تحقیق در مورد مشتریان بالقوه خود می‌کنند. شما مجبور نیستید بخش‌هایی از برنامه خود را لغو کنید تا از هر صفحه وب سایت شرکت مشتری دیدن نمایید. بلکه باید وقتی را در نظر بگیرید تا یک تصویر دقیق از چالش‌هایی که کسب و کارهای مشابه معمولاً با آنها مواجه هستند، ترسیم کنید - این قالب کلی به علاوه اطلاعات دقیق‌تری که درباره هر مشتری به دست می‌آورید، یک پلن فوق‌العاده به شما خواهد داد تا تماس سرد خود را به بهترین شکل برقرار کنید.

۴. سرسری یا بی‌قاعده بودن

یک مرز باریک بین دوستانه بودن و غیرحرفه‌ای بودن وجود دارد. مشتریان بالقوه نمی‌خواهند با کسی صحبت کنند که خیلی جدی، غریبه و ربات‌وار برخورد می‌کند - اما این بدان معنا نیست که آنها به



کسی که انگار پای خود را روی میز خود گذاشته و همانطور که صحبت می‌کند سیبی را گاز می‌زند، اهمیت خواهند داد.

هر تماس سرد به نحوی معرف شما و کسب و کارتان است - و بیشتر مشتریان بالقوه نمی‌خواهند با سازمانی که خود را جدی نمی‌گیرد، تجارت کنند. بنابراین استفاده از واژگان کوچه بازاری یا زبان محاوره بیش از حد دوستانه شاید گزینه مناسبی برای شروع تماس با یک مشتری جدید نباشد.

نکته مهم اینجاست که تفاوت بین دوستی مناسب و بیش از حد را بدانید.

تماس سرد فرصتی است تا خود را به عنوان یک مشاور قابل اعتماد به یک مشتری بالقوه معرفی کنید. اگر با مشتریان به گونه‌ای صحبت کنید که انگار از دوران دبیرستان آنها را می‌شناسید، خیلی راغب نخواهند بود که شما را جدی بگیرند. تماس سرد هر چه قدر هم که آزاردهنده باشد، در نهایت موثر است - و در حین انجام آن لازم است که از اشتباهات گفته شده در این مقاله، جلوگیری کنید و خونسردی خود را حفظ نمایید. در تمام طول مکالمات تلفنی آرام باشید و بدانید که در یک سفر دشوار در انتظارتان است که پایان خوشی در پی دارد. به عنوان بخش پایانی این مقاله چند نکته تکمیلی درباره نحوه برخورد با مشتریان احتمالی در تماس‌های سرد را مرور خواهیم کرد.



- **آماده باشید:** قبل از تماس، تحقیقات لازم را انجام دهید تا در مورد شرکت مشتری احتمالی و نیازهای آنها اطلاعات کسب کنید. این به شما کمک می‌کند تا مکالمه‌ای هدفمند و مرتبط داشته باشید.
- **خودتان را معرفی و هدف خود را بیان کنید:** به طور واضح و مختصر خود را معرفی کنید و توضیح دهید که با چه هدفی تماس می‌گیرید.
- **شنونده خوبی باشید:** به صحبت‌های مشتری احتمالی با دقت گوش دهید و از او سوالات باز بپرسید تا نیازهای او را بهتر درک کنید.
- **ارزشی ارائه دهید:** به مشتری احتمالی نشان دهید که محصول یا خدمات شما می‌تواند به او کمک کند تا به اهداف خود برسد.
- **دعوت به اقدام کنید:** در پایان تماس، از مشتری احتمالی بخواهید کاری انجام دهد، مانند اینکه وقت بگذارد تا با شما ملاقات کند یا اطلاعات بیشتری در مورد محصول یا خدمات شما کسب کند.
- **محترم باشید:** حتی اگر مشتری احتمالی علاقه‌ای به محصولات یا خدمات شما نداشته باشد، همیشه با او با احترام رفتار کنید.
- **مثبت باشید:** نگرش مثبت شما می‌تواند بر مشتری احتمالی تأثیر بگذارد و او را بیشتر به شنیدن صحبت‌هایتان ترغیب کند.
- **صبور باشید:** وقتی صحبت تماس سرد به میان باشد ممکن است



زمان زیادی طول بکشد تا به نتیجه برسید. ناامید نشوید و به تلاش خود ادامه دهید.

تماس‌های سرد یکی از چالش برانگیزترین بخش‌های کار فروش است. نمایندگان فروش باید بتوانند در مدت زمان کوتاهی، توجه و علاقه مشتری احتمالی را جلب کنند و نیازهای آنها را درک کنند. با رعایت نکات گفته شده در این مقاله، می‌توانید شانس خود را برای کسب موفقیت در تماس‌های سرد افزایش دهید.

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید.

[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/]