تماس گرم: ۱۵ نکته کاربردی برای افزایش فروش

اینکه شما به تیم بازاریابی خود اجازه می‌دهید تا قبل از اینکه مشتریان بالقوه فرآیند خرید خود را شروع کنند، علاقه‌شان را به کسب و کار شما جلب کنند، خوب است؛ اما گاهی اوقات تعداد مشتریان بالقوه کاهش می‌یابد و شما باید قیف فروش خود را پر نگه دارید. اگر سرنخ‌های ورودی شما به پایان رسیده باشند، چگونه می‌توانید فرصت‌های جدید ایجاد کنید؟ تماس گرم راه‌حل شماست.

هنگامی که سرنخ‌های ورودی کافی نیستند، ممکن است مجبور شوید به تماس‌های گرم روی بیاورید تا فرصت‌های جدیدی ایجاد

کنید. در این مقاله از مجله راه مدیران، ما درباره تماس گرم صحبت توضیح خواهیم داد و نکات عملی برای تقویت پیش بینی فروش را معرفی خواهیم کرد. با ما همراه باشید.

منظور از تماس گرم چیست؟

تماس گرم یک تکنیک فروش است که در آن فروشنده با مشتریان بالقوه‌ای تماس می‌گیرد که به تازگی شروع به ابراز علاقه یا ارتباط با شرکت کرده‌اند. این فرایند شامل ارتباط با سرنخ‌هایی می‌شود که قبلاً با کسب و کار تعاملی داشته‌اند، مثلاً فرمی پر کرده، محتوایی را دانلود کرده یا در رویداد اخیر کسب و کار شما شرکت کرده‌اند.

ارتباط برقرار کردن با مشتریان بالقوه مناسب که هنوز تبدیل به مشتری نشده‌اند قدم بسیار مثبتی است. اما باید اینکار را به درستی انجام دهید. کلید تماس گرم این است که در ۱۵ ثانیه اول کارآمد و موثر بوده و ارزش افزوده‌ای برای مشتری بالقوه در پی داشته باشد. بله درست خواندید / شنیدید - فقط ۱۵ ثانیه!

چرا تماس گرم متفاوت است؟ تفاوت تماس گرم و سرد

تفاوت اصلی بین تماس سرد و تماس گرم سطح آشنایی و تعامل با مشتری بالقوه است. تماس سرد شامل برقراری ارتباط با افراد کاملاً

ناشناس می‌شود که هیچ تعامل قبلی‌ای با شرکت نداشته‌اند، در حالی که تماس گرم در واقع تماس با مشتریانی است که قبلاً علاقه یا تعاملی نشان داده‌اند. تماس گرم معمولاً نرخ تبدیل بالاتری دارد زیرا ی

ک پیش‌زمینه برای مکالمه وجود دارد که برقراری ارتباط و ایجاد رابطه را آسان‌تر می‌کند.

تفاوت تماس گرم و داغ

برخلاف تماس گرم - خواه مشتری بالقوه شما در وب سایت تبدیل شده باشد یا تماس شما اولین نقطه تماس باشد - تماس داغ

زمانی گرفته می‌شود که می‌دانید مشتری بالقوه آماده خرید است. او فرمی را پر کرده یا به شما ایمیل داده و گفته: "من بررسی کرده‌ام و می‌دانم راه حل شما برای من مناسب است." از آنجایی که این دسته از مشتریـان احتمـالی خودشـان مشتـاق و در آسـتانه تصـمیم‌گیری هستند، نیازی به گرم کردن آنها وجود ندارد. در نتیجه تمرکز مکالمه از ایجاد رابطه (اگرچه این نیز مهم است!) به ارزیابی بودجه، نیاز و زمانبندی تغییر می‌کند تا بتوانید فروش را نهایی کنید. در اصل، به مشتریـان احتمـالی آنچـه را می‌خواهنـد می‌دهیـد و دور خودتـان نمی‌چرخید.

نکات موثر تماس گرم

قرار نیست همیشه سرنخ‌های عالی و آماده صحبت و خرید داشته باشید. اما نکات زیر به شما کمک می‌کنند تا طی تماسی که با مشتریان برقرار می‌کنید سطح علاقمندی را اندازه بگیرید و گزینه‌های جدی را دنبال کنید.

۱. شرکت‌های مناسب را شناسایی کنید.

بهترین مشتریان بالقوه کسانی‌اند که شبیه بهترین خریداران شما هستند. یعنی نقاط درد مشابهی دارند، در نتیجه فروش به آنها آسان‌تر است. پرسونای خریدار برند خود را مطالعه کنید و یاد بگیرید که چگونه می‌توانید به سرعت خریدار ایده‌آل خود را شناسایی کنید.

همچنین لازم است پایگاه مشتری خود را بررسی نمایید و شباهت‌های بین موفق‌ترین مشتریان خود را پیدا کنید. با اینکار دید بهتری راجع به اینکه باید به دنبال چه چیزی باشید خواهید داشت.

یک نکته: فقط روی شرکت‌ها و کسب و کارهای بزرگ تمرکز نکنید. اگرچه شناسایی این نوع مشتریان بسیار مهم است اما بعید است که از این مشتریان بالقوه، خریدار زیادی به دست بیاورید. به جای اینکار به سراغ آن دسته از سرنخ‌هایی بروید که احتمال دارد دوباره و دوباره از شما خرید کنند.

۲. در مورد شرکت تحقیق کنید

آماده‌سازی در تماس گرم ضروری است - اگر ندانید مشتری بالقوه شما به چه چیزی اهمیت می‌دهد، نمی‌توانید در تماس گرم خود، ارزشی ارائه کنید. از اطلاعات مشتری بالقوه خود در لینکدین استفاده کنید. قبل از تماس گرم حداقل باید بدانید که این شرکت چند سال است که کار می‌کند، تعداد کارمندان، مکان آنها و ارزش پیشنهادی آنها چقدر است. ممکن است بدیهی به نظر برسد، اما دانستن این اصول مهم است. چرا که به شما کمک می‌کند تا نوع مشکلاتی را که این مشتری بالقوه ممکن است با آن مواجه شود تعیین کنید و ارائه فروش خود را مطابق با آن تنظیم نمایید. مشکل یک شرکت ۱۰ نفره بسیار متفاوت از مشکل تجاری یک شرکت ۵۰۰ نفره است.

۳. در مورد مدیران اجرایی شرکت تحقیق کنید

ما همیشه تحقیق می‌کنیم تا ببینیم آیا با هر یک از مدیران ارشد شرکت‌های احتمالی خود آشنا هستیم یا فرد مشترکی داریم که بتواند رابط ما شود. با اینکار می‌خواهیم هر اطلاعاتی را که می‌تواند باعث راحت‌تر شدن ارتباط شود را پیدا کنیم - باز هم لینکدین نقطه شروع خوبی برای این موضوع است. این سرنخ‌ها کمک می‌کنند تا مهمترین مشکلات یک مدیر اجرایی را بهتر درک کنیم.

۴. ربات‌وار برخورد نکنید

سلاح‌های مخفی یک نماینده فروش، تن صدا و حس شوخ طبعی او هستند. تن صدای شما می‌تواند افراد را آرام یا عصبی کند و توانایی شما در خنداندن مردم بیشتر از هر پیشنهاد فروشی باعث جلب اعتماد آنها به شما می‌شود. به این نکته دقت کنید که مشتریان بالقوه شما بسیار شلوغ هستند، بنابراین تا حد امکان خوش اخلاق باشید و نشان دهید که خواسته‌های آنها را درک می‌کنید. وقتی تماس گرم می‌گیرید لبخند بزنید (بله از پشت تلفن؛ آنها می‌توانند آن را بشنوند!) ، به خصوص اگر صبح زود است.

۵. از قبل نقاط کلیدی صحبت خود را مشخص کنید

اشاره به یک اطلاعات خاص و غیر کلیشه‌ای و پرسیدن یک سوال

خـوب، سـطحی از اعتمـاد ایجـاد می‌کنـد کـه می‌توانـد درهـای یـک مکالمه حرفه‌ای را رو به شما باز کند. در مورد موضوعی که مدیر اجرایی با آن آشناست، تا حد ممکن دقیق باشید. به عنوان مثال، این توضیحات را ببینید: "من دیدم که هفته گذشته مقاله‌ای در مورد "امنیت سایبری در شرکت‌تان" را در سایت خود منتشر کردید. دو بـار آن را خوانـدم و پـاراگراف مربـوط بـه اسـتراتژی X واقعـاً برایـم جالب بود. فکر کردم با شما تماس بگیرم و ببینم آیا پیاده‌سازی این استراتژی موفقیت آمیز بوده است." فکر می‌کنید او تا به حال چنین تماسی داشته است؟ این نوع شروع کردن صحبت بازی را تغییر می‌دهد.

۶. سوالات باز بپرسید

حتی اگر می‌دانید مشتری بالقوه مناسب خرید از شما است، باز هم باید علاقه و نیاز او را ارزیابی کنید. با پرسیدن سوالات باز به جای سوالات بله / خیر، مشتری بالقوه را تشویق می‌کنید تا بهتر با مکالمه فروش درگیر شود. اینکار به شما دید بهتری در درک آنچه برای آنها مهم است می‌دهد تا بهتر بتوانید به ایشان کمک کنید.

۷. به دنبال رویدادها یا نقاط درد تحریک کننده باشید

همانطور که مکالمه را با سوالات باز پیش می‌برید، باید به دنبال نقـاط درد مشتـری بگردیـد، مشکلاتـی کـه شبـها آنهـا را بیـدار نگـه

می‌دارند و محصول / خدمات شما ممکن است بتواند در حل‌شان به آنها کمک کنند، اگر بتوانید این را به زبان خودشان به ایشان ثابت کنید، شانس این را خواهید داشت که آنها را تحت تأثیر قرار دهید.

۸. تماس را زیر پنج دقیقه نگه دارید.

با اینکه ممکن است به قطعیت بدانید که محصول شما یک انتخاب عالی برای این مشتری احتمالی است، اما تماس گرم بالاخره یک وقفه در کار و زندگی مشتری به حساب می‌آید. حتی اگر مکالمه به خوبی پیش می‌رود، به وقت مشتری بالقوه خود احترام بگذارید. پس از پنج دقیقه، بپرسید، "آیا چند دقیقه دیگر وقت دارید یا ترجیح می‌دهید اطلاعات بیشتر را برای شما ایمیل کنم؟" اولین تماس گرم شما فقط یک شروع است، بنابراین نگران این نباشید که اطلاعات زیادی مانده که به مشتری نداده‌اید. ببینید آدرس چه افراد دیگری باید در ایمیل گنجانده شود، سپس به مشتری بالقوه خود اطلاع دهید که شما برای پاسخگویی به سوالات ایشان آماده هستید.

۹. پیام صوتی بگذارید.

به احتمال زیاد مشتری بالقوه شما پاسخ تماس شما را نمی‌دهد. وقتی این اتفاق می‌افتد، ممکن است وسوسه شوید که تماس را بلافاصله قطع کنید و به سراغ تماس بعدی بروید. اما این کار را

نکنید. پیام‌های صوتی می‌توانند حتی اگر باعث برقراری تماس مجدد نشوند، یک روش تعامل ارزشمند باشند. چرا؟ چون فرصتی برای ارائه ارزش و ایجاد اعتبار دارید. درباره اسکریپت پیام‌های صوتی قبلاً در راه مدیران مطلبی منتشر کرده‌ایم که می‌توانید آن را مطالعه کنید

۱۰. دوباره تماس بگیرید

توصیه می‌کنیم چهار بار در ۱۲ روز تماس بگیرید. این نظم و انضباط از خط "آزار و اذیت" عبور نمی‌کند، اما به شما شانس خوبی می‌دهد تا اگر مشتری بالقوه شما علاقه‌ای به صحبت با شما دارد، با او ارتباط برقرار کنید. فراموش نکنید که زمان تماس خود را تغییر دهید. شاید خریدار همیشه صبح‌ها شلوغ باشد یا هر روز از ساعت ۳ بعد از ظهر دیگر تماس‌هایش را پاسخ ندهد.

کلام آخر: چرا به سراغ تماس گرم برویم؟

تماس گرم نسبت به تماس سرد شانس موفقیت بالاتری دارد. به این دلیل که مشتریان بالقوه در تماس گرم قبلاً علاقه ای به شرکت نشان داده‌اند. آنها ممکن است در وب سایت شما جستجو کرده باشند، محتوای شما را خوانده یا در یک رویداد مربوط به شما، شرکت کرده باشند. این موضوع نشان می دهد که این سرنخ ها در حال حاضر درباره راه حل شما اطلاعاتی دارند و بیشتر احتمال دارد

که به مکالمه و پیشنهاد شما گوش دهند.

علاوه بر این، مشتریان بالقوه در تماس گرم راحت‌تر با شما ارتباط برقرار می کنند. آنها قبلاً با شرکت شما آشنا شده‌اند و می دانند که شما در مورد چه چیزی صحبت می کنید. درنتیجه باعث می شود مکالمه طبیعی‌تر و جذاب‌تر پیش برود. در نهایت، تماس گرم یک فرصت عالی برای تمرین مهارت های فروش شما است. شما می توانید از این فرصت برای یادگیری نحوه برقراری ارتباط موثر با مشتریان بالقوه و ارائه ارزش به آنها استفاده کنید.

https://rahemodiran.com/%D۸%AA%D۹%۸۵%D۸%AV%D۸
/%B۳-%DA%AF%D۸%B۱%D۹%۸۵

https://rahemodiran.com/%d۹%۸۱%d۸%b۱%d۹%۸۸%d۸%b
۴-%d۸%a۸%d۸%af%d۹%۸۸%d۹%۸۶-
/%d۸%aa%d۸%ad%d۹%۸۵%db%۸c%d۹%۸۴

[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/]