قدرت‌یابی فروشندگان تلفنی در دوران بحران: استراتژی‌های فروش مبتنی بر نقاط قوت پس از جنگ

قدرت‌یابی فروشندگان تلفنی در دوران بحران: استراتژی‌های فروش مبتنی بر نقاط قوت پس از جنگ

پس از هر بحران یا جنگ، جامعه با چالش‌های بی‌سابقه‌ای روبرو می‌شود؛ اقتصاد در نوسان است، اعتماد عمومی پایین است و

نیازهای مصرف‌کننده دستخوش تغییرات عمیقی می‌شود. در چنین شرایطی، نقش **فروشندگان تلفنی** بیش از پیش حیاتی می‌شود. آنها نه تنها وظیفه فروش محصولات و خدمات را بر عهده دارند، بلکه باید با همدلی، درک و ارائه‌ی راه‌حل‌های واقعی، پُلی میان کسب‌وکارها و مشتریان آسیب‌دیده بسازند. این مقاله با الهام از آموزه‌های کتاب "StrengthsFinder ۲.۰" به قلم تام راث، به بررسی چگونگی کشف، توسعه و به‌کارگیری نقاط قوت منحصر به فرد فروشندگان تلفنی در دوران پساجنگ در ایران می‌پردازد تا نه تنها به اهداف فروش دست یابند، بلکه به بازسازی اعتماد و رشد اقتصادی نیز کمک کنند.

۱. بازتعریف موفقیت در فروش تلفنی پس از جنگ: فراتر از تراکنش‌ها

در دوران بحران، تعریف موفقیت در فروش صرفاً به معنای بستن معامله نیست. موفقیت به معنای **بازسازی ارتباطات، ایجاد اعتماد و ارائه‌ی ارزش پایدار** است. فروشندگان تلفنی، به دلیل ماهیت کار خود که نیازمند برقراری ارتباط از راه دور است، باید بیش از هر زمان دیگری بر توسعه‌ی مهارت‌های شنیداری فعال، همدلی و توانایی خواندن احساسات از طریق لحن صدا تمرکز کنند.

شناسایی نقاط قوت محوری برای بازسازی: فروشندگان باید فراتر از مهارت‌های فنی فروش، به **استعدادهای ذاتی** خود بپردازند. در شرایط پساجنگ، استعدادهایی مانند "همدلی" (Empathy)، "ارتباط" (Communication)، "مسئولیت‌پذیری" (Responsibility) و "سازگاری" (Adaptability) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شوند. فروشنده‌ای با استعداد "همدلی" می‌تواند درد و نیاز مشتریان آسیب‌دیده را به درستی درک کند و با لحنی دلسوزانه و اطمینان‌بخش صحبت کند. این نوع ارتباط، بسیار فراتر از یک مکالمه‌ی فروش ساده است؛ این یک گام مهم در جهت بازسازی اعتماد است.

پتانسیل خود را آزاد کنید: "شما نمی‌توانید هر چیزی که می‌خواهید باشید، اما می‌توانید بیشتر از آنچه که هستید، باشید." این جمله برای فروشندگان تلفنی در دوران بحران، یک چراغ راهنماست. به جای اینکه تلاش کنند ربات‌های فروش بی‌احساسی باشند، باید بر تقویت همان ویژگی‌های انسانی خود تمرکز کنند که در این شرایط بحرانی، ارزشمندترین سرمایه به شمار می‌آیند. اگر استعداد شما در "تشکیل روابط" (Relator) است، روی ایجاد ارتباطات عمیق‌تر با مشتریان سرمایه‌گذاری کنید، حتی اگر به معنای صرف زمان بیشتر در هر مکالمه باشد. این ارتباطات پایدار، در بلندمدت منجر به وفاداری مشتری و بازگشت سرمایه خواهد شد.

منحصر به فرد بودن خود را بپذیرید: هر فروشنده‌ای مجموعه‌ای از استعدادهای خاص دارد که با توسعه‌ی صحیح می‌توانند به نقاط قوت واقعی تبدیل شوند. در دوران پساجنگ، بازارها و مشتریان متنوع‌تر از همیشه هستند. یک فروشنده با استعداد "فردگرایی" (Individualization) می‌تواند نیازهای خاص هر مشتری را شناسایی کرده و راه حل‌های سفارشی ارائه دهد، در حالی که یک فروشنده با استعداد "اقدام‌گرایی" (Activator) می‌تواند به سرعت فرصت‌های فروش را شناسایی کرده و از آن بهره‌برداری کند. درک و پذیرش این تفاوت‌ها در تیم فروش، به مدیران کمک می‌کند تا افراد را در نقش‌های مناسب قرار دهند و بهترین بهره‌وری را از هر فرد داشته باشند.

۲. بهره‌برداری از نقاط قوت در مقابل رفع ضعف‌ها: رویکردی کارآمد برای بقا و رشد

"افراد زمانی که انرژی خود را در توسعه‌ی نقاط قوت خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، چندین برابر بیشتر پتانسیل رشد دارند تا زمانی که به رفع نواقص خود می‌پردازند." این اصل، در شرایط پساجنگ که منابع (هم انسانی و هم مالی) محدود هستند، از اهمیت حیاتی برخوردار است. وقت و انرژی ارزشمند است و باید در

جایی سرمایه‌گذاری شود که بیشترین بازدهی را داشته باشد.

تمرکز بر نقاط قوت فروش: به جای اینکه فروشندگان زمان و انرژی خود را صرف بهبود نقاط ضعف کم‌اهمیت کنند، باید بر تقویت نقاط قوت طبیعی خود تمرکز کنند. برای یک فروشنده تلفنی، این می‌تواند به معنای تمرین و تقویت "شنیدن فعال" اگر "همدلی" بالایی دارد، یا بهبود "نحوه بیان" اگر استعداد "ارتباط" در او قوی است، باشد. بهبود یک ضعف از سطح ضعیف به متوسط، انرژی زیادی می‌برد و نتیجه‌ی متوسطی دارد، در حالی که تقویت یک نقطه قوت از خوب به عالی، نتایج چشمگیری در پی خواهد داشت. در دوران بحران، عملکرد عالی در چند زمینه‌ی کلیدی، از عملکرد متوسط در همه‌ی زمینه‌ها مهم‌تر است.

بازنگری ضعف‌ها در فروش تلفنی: ضعف‌ها را به عنوان "نقص" نبینید، بلکه آن‌ها را به عنوان **فرصت‌هایی برای همکاری و استراتژی** در نظر بگیرید:

- **همکاری با دیگرانی که نقاط قوت مکمل دارند:** در تیم‌های فروش، بسیار مهم است که نقاط قوت مکمل را شناسایی کنید. اگر یک فروشنده در "بستن قرارداد" (Achiever) قوی است اما در "پیگیری" (Restorative) ضعیف، می‌تواند با فروشنده‌ای دیگر که نقطه قوت "پیگیری" دارد، همکاری کند. در شرایط پساجنگ، که هر فروش از اهمیت بالایی برخوردار است، تیم‌سازی بر اساس

نقاط قوت مکمل می‌تواند به حداکثر رساندن بهره‌وری کمک کند.

- **توسعه‌ی سیستم‌ها یا استراتژی‌هایی برای مدیریت ضعف‌ها:** برای مثال، اگر فروشنده‌ای در "مدیریت زمان" (Focus) ضعف دارد، می‌توان از نرم‌افزارهای CRM یا سیستم‌های یادآوری خودکار برای کمک به او استفاده کرد. این سیستم‌ها می‌توانند بار ذهنی مدیریت ضعف‌ها را کاهش دهند و به فروشنده اجازه دهند تا بر نقاط قوت خود تمرکز کند.
- **پیدا کردن نقش‌هایی که تأثیر ضعف‌ها را به حداقل می‌رساند:** شاید لازم باشد که وظایف خاصی در تیم فروش بازتعریف شوند. اگر فروشنده‌ای در "پردازش جزئیات" ضعیف است، او را درگیر وظایف اداری پیچیده نکنید. در عوض، نقش او را بر "ایجاد روابط اولیه" متمرکز کنید، جایی که استعدادهای او بیشتر بدرخشند. این رویکرد هوشمندانه، انرژی تیم را برای مهمترین کارها ذخیره می‌کند.

۳. ارزیابی StrengthsFinder: کشف هسته‌ی توانمندی‌های فروشندگان تلفنی

"ارزیابی StrengthsFinder درباره‌ی دانش شما نمی‌پرسد-هیچ سؤالی درباره‌ی تحصیلات رسمی، مدارک یا رزومه‌ی شما وجود ندارد. همچنین درباره‌ی مهارت‌های شما نمی‌پرسد..." این ارزیابی، یک ابزار

قدرتمند برای درک **هسته‌ی وجودی** یک فرد است. در شرایط پساجنگ که بسیاری از افراد ممکن است از نظر روحی آسیب‌دیده باشند یا با تغییرات شغلی روبرو شده باشند، کشف این استعدادهای ذاتی می‌تواند به آن‌ها در یافتن مسیر و بازسازی اعتماد به نفس کمک کند.

کشف استعدادهای پنهان در فروش: ارزیابی StrengthsFinder (CliftonStrengths) برای آشکار کردن الگوهای طبیعی تفکر، احساس و رفتار یک فروشنده طراحی شده است. این الگوها، همان‌هایی هستند که در موقعیت‌های استرس‌زا یا غیرمنتظره (مانند مکالمات تلفنی دشوار یا اعتراضات مشتری) به صورت ناخودآگاه بروز می‌کنند. با شناسایی پنج تم استعداد برتر یک فروشنده، می‌توان درک عمیقی از اینکه او چگونه به طور طبیعی به چالش‌ها واکنش نشان می‌دهد، چگونه با مشتریان ارتباط برقرار می‌کند و چگونه به اهداف خود دست می‌یابد، به دست آورد.

به عنوان مثال، فروشنده‌ای با تم "رقابت‌جویی" (Competition) ممکن است در مواجهه با اهداف چالش‌برانگیز فروش، عملکرد فوق‌العاده‌ای داشته باشد، در حالی که فردی با تم "آینده‌نگری" (Futuristic) می‌تواند دیدگاه‌های بلندمدت برای مشتریان ایجاد کند و آنها را به آینده‌ای بهتر امیدوار سازد.

بینش‌های شخصی‌سازی شده برای عملکرد بهینه: گزارش

StrengthsFinder به فروشندگان و مدیرانشان بینش‌های شخصی‌سازی شده ارائه می‌دهد:

- **توصیفات دقیق از پنج تم برتر:** این توصیفات به فروشنده کمک می‌کند تا خود را بهتر بشناسد و بفهمد که چرا در برخی مکالمات تلفنی موفق‌تر است یا چرا در برخی جنبه‌های فروش انرژی بیشتری دارد.
- **بینش‌های شخصی‌سازی شده بر اساس ترکیب منحصر به فرد:** ترکیب تم‌ها بسیار مهم است. برای مثال، تم "اقدام‌گرایی" (Activator) در کنار تم "منظم" (Discipline) می‌تواند به معنای فردی باشد که نه تنها سریعاً دست به کار می‌شود، بلکه این کار را با برنامه‌ریزی و نظم انجام می‌دهد. این ترکیب در فروش تلفنی به معنای برقراری تماس‌های بیشتر و پیگیری‌های منظم‌تر است.
- **موارد عملی برای توسعه و به کارگیری استعدادها:** این بخش از گزارش، به فروشنده راهکارهای عملی برای تقویت و به کارگیری استعدادهایش در سناریوهای فروش تلفنی ارائه می‌دهد. مثلاً، برای یک فروشنده با استعداد "برون‌گرا" (Positivity)، پیشنهاد می‌شود که همیشه با انرژی و شور و شوق با مشتری صحبت کند تا انرژی مثبت خود را به او منتقل کند.

این اطلاعات به عنوان پایه‌ای برای درک پتانسیل واقعی فروشنده و ایجاد مسیری برای رشد شخصی و حرفه‌ای او در دوران پساجنگ عمل می‌کند.

۴. پذیرش استعدادهای طبیعی برای افزایش مشارکت و بهره‌وری در فروش تلفنی

"افرادی که فرصت تمرکز بر نقاط قوت خود را هر روز دارند، شش برابر بیشتر احتمال دارد که در شغل خود مشارکت داشته باشند و بیش از سه برابر بیشتر احتمال دارد که کیفیت زندگی عالی را گزارش کنند." این آمار در دوران پساجنگ که ممکن است روحیه‌ی افراد پایین باشد، اهمیت دوچندانی پیدا می‌کند. **فروشندگی تلفنی** می‌تواند شغلی طاقت‌فرسا باشد؛ بنابراین، ایجاد محیطی که در آن فروشندگان احساس کنند از توانمندی‌های طبیعی‌شان استفاده می‌شود، برای حفظ انگیزه و بهره‌وری ضروری است.

هم‌راستایی نقش‌ها با استعدادها در تیم فروش: زمانی که فروشندگان قادر به استفاده از استعدادهای طبیعی خود در کار روزانه‌شان هستند، سطوح بالاتری از **مشارکت، بهره‌وری و رضایت شغلی** را تجربه می‌کنند. در یک تیم فروش تلفنی، این می‌تواند به معنای تخصیص مشتریان یا نوع تماس‌ها بر اساس استعدادها باشد. مثلاً:

- فروشنده‌ای با استعداد "استراتژیک" (Strategic) و "تحلیلی"

(Analytical) می‌تواند مسئول مشتریان کلان (Key Accounts) یا تحلیل بازار باشد.

- فروشنده‌ای با استعداد "ارتباط" (Communication) و "نفوذ" (Woo) می‌تواند در بخش "تولید سرنخ" (Lead Generation) یا "مذاکره اولیه" عملکرد بهتری داشته باشد.
- فروشنده‌ای با استعداد "بازسازی" (Restorative) می‌تواند در بخش "خدمات پس از فروش" یا "حل شکایات" مشتریان عالی عمل کند.

این هم‌راستایی باعث می‌شود که هر فروشنده در جایی که به طور طبیعی قوی است، قرار گیرد و از توانایی‌های خود برای رسیدن به اهداف سازمان و کمک به مشتریان بهره ببرد.

ایجاد فرصت‌ها برای به‌کارگیری استعدادها: حتی اگر نقش فعلی یک فروشنده کاملاً با استعدادهای او هم‌راستا نیست، مدیران و خود فروشندگان می‌توانند به دنبال راه‌هایی برای ادغام نقاط قوت در وظایف روزانه باشند:

- **داوطلب شدن برای پروژه‌های جانبی:** اگر فروشنده‌ای استعداد "یادگیری" (Learner) بالایی دارد، می‌تواند مسئول آموزش‌های جدید تیم یا تحقیق در مورد محصولات جدید باشد.
- **همکاری با همکارانی که استعدادهایشان مکمل است:** ایجاد "جفت‌های قدرتمند" (Power Pairs) در تیم فروش. مثلاً، یک

فروشنده با استعداد "فردگرایی" (Individualization) که روابط عمیق ایجاد می‌کند، می‌تواند با یک فروشنده با استعداد "رقابت‌جویی" (Competition) که به سرعت معامله را می‌بندد، کار کند.

- **پیشنهاد ابتکارات جدید:** اگر فروشنده‌ای استعداد "ایده‌پردازی" (Ideation) دارد، می‌تواند ایده‌های جدیدی برای کمپین‌های فروش تلفنی یا روش‌های ارتباط با مشتریان در شرایط بحرانی ارائه دهد.
- **بازطراحی مکالمات تلفنی:** اگر فروشنده‌ای استعداد "مثبت‌گرایی" (Positivity) دارد، می‌تواند از این استعداد برای تزریق انرژی و امید در مکالمات تلفنی خود استفاده کند، که در شرایط پساجنگ بسیار ارزشمند است.

با جستجوی فعالانه فرصت‌هایی برای به کارگیری استعدادهای خود، فروشندگان می‌توانند نه تنها بهره‌وری خود را افزایش دهند، بلکه به بازسازی روحیه‌ی خود و مشتریان نیز کمک کنند.

۵. پرورش رویکرد مبتنی بر نقاط قوت در رهبری و مدیریت تیم فروش تلفنی

"داشتن کسی در محل کار که به طور منظم بر نقاط قوت شما تمرکز

کند، می‌تواند تفاوت چشمگیری ایجاد کند." این جمله برای مدیران فروش تلفنی، به ویژه در دوران پساجنگ، یک اصل طلایی است. مدیرانی که بر نقاط قوت تیم خود تمرکز می‌کنند، نه تنها فروش را افزایش می‌دهند، بلکه به سلامت روانی و رشد حرفه‌ای فروشندگان نیز کمک می‌کنند.

رهبری مبتنی بر نقاط قوت در فروش: به عنوان یک رهبر یا مدیر فروش، اولویت را به شناسایی و توسعه‌ی نقاط قوت هر فروشنده بدهید. این رویکرد، در شرایط بحرانی، به معنای ایجاد یک **محیط امن و حمایتی** است که در آن افراد احساس کنند مورد توجه و درک قرار گرفته‌اند. این رویکرد منجر به:

- **افزایش مشارکت کارکنان:** فروشندگانی که احساس می‌کنند مدیرشان به نقاط قوت آنها اهمیت می‌دهد و آنها را در مسیر درست هدایت می‌کند، به مراتب بیشتر درگیر کار می‌شوند و عملکرد بهتری دارند.
- **بهره‌وری بالاتر تیم:** وقتی هر فرد در تیم فروش در نقشی است که بهترین عملکرد را در آن دارد، عملکرد کلی تیم به طور چشمگیری افزایش می‌یابد.
- **بهبود روحیه و انسجام تیمی:** در شرایط پساجنگ، که ممکن است سطح استرس و ناامیدی بالا باشد، تمرکز بر نقاط قوت می‌تواند به ایجاد روحیه‌ی مثبت و تقویت روابط تیمی کمک

کند.

- **کاهش فرسودگی شغلی:** وقتی افراد کاری را انجام می‌دهند که در آن قوی هستند، کمتر احساس خستگی و فرسودگی می‌کنند. این در شغلی مانند فروش تلفنی که می‌تواند استرس‌زا باشد، بسیار مهم است.

مدیران فروش باید زمان بگذارند تا با هر فروشنده به صورت فردی صحبت کنند، استعدادهای او را درک کنند و راه‌هایی برای به کارگیری آن استعدادها در وظایف روزمره بیابند.

ساخت تیم‌های مکمل فروش: هنگام تشکیل تیم‌های فروش یا اختصاص مناطق و مشتریان، نقاط قوت هر فروشنده و چگونگی تکمیل آن‌ها را در نظر بگیرید. این یک استراتژی هوشمندانه برای حداکثر کردن پتانسیل تیم است:

- یک فروشنده‌ی "تحلیلی" (Analytical) می‌تواند مسئول جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل روندهای بازار باشد.
- یک فروشنده‌ی "مثبت‌گرا" (Positivity) می‌تواند مسئول ایجاد انگیزه در تیم و مقابله با ناامیدی‌ها باشد.
- یک فروشنده‌ی "سازمان‌دهنده" (Arranger) می‌تواند مسئول هماهنگی و زمان‌بندی تماس‌ها و پیگیری‌ها باشد.
- یک فروشنده‌ی "استراتژیک" (Strategic) می‌تواند در طراحی

کمپین‌های جدید فروش مشارکت کند.

این ترکیب تیمی مبتنی بر نقاط قوت اجازه می‌دهد تا تیم به صورت یک واحد یکپارچه و قدرتمند عمل کند که قادر به پاسخگویی به چالش‌های پیچیده‌ی دوران پساجنگ است. با تمرکز بر نقاط قوت به جای ضعف‌ها، رهبران می‌توانند محیط کاری مثبت‌تر و پربارتری برای فروشندگان تلفنی ایجاد کنند.

۶. درک و به‌کارگیری ۳۴ تم StrengthsFinder برای توسعه‌ی شخصی در فروش

"۳۴ تم نمایانگر بهترین تلاش ما برای ایجاد یک زبان مشترک یا طبقه‌بندی استعدادها هستند." آشنایی با این ۳۴ تم، یک زبان مشترک و قدرتمند برای مدیران و فروشندگان فراهم می‌کند تا بتوانند درباره‌ی نقاط قوت، چالش‌ها و فرصت‌های توسعه به صورت مؤثرتری صحبت کنند.

کاوش توصیفات تم‌ها برای فروشندگان: هر فروشنده‌ای باید با ۳۴ تم StrengthsFinder آشنا شود، حتی اگر فقط پنج تم برتر خود را بشناسد. این دانش به او کمک می‌کند:

- **نقـاط قـوت متنـوع در دیگـران را شناسـایی و قـدردانی کنـد:** درک اینکه همکارانش چگونه فکر می‌کنند و عمل می‌کنند، به همکاری بهتر در تیم فروش منجر می‌شود. مثلاً، اگر می‌دانید همکارتان تم "توافـق" (Harmony) دارد، درک می‌کنیـد کـه او تمایـل بـه حـل مسالمت‌آمیز تعارضات دارد.
- **زمینه‌های بالقوه برای رشد شخصی را شناسایی کند:** با مطالعه‌ی تم‌های مختلف، فروشندگان می‌توانند ایده‌هایی برای توسعه‌ی بیشتر نقاط قوت خود در زمینه‌هایی که شاید تاکنون به آن فکر نکرده‌اند، پیدا کنند.
- **به طور مؤثرتری درباره‌ی استعدادها و نقاط قوت ارتباط برقرار کند:** در جلسات تیم، در بازخوردها یا در گفتگو با مشتریان، استفاده از ایـن زبـان مشـترک می‌توانـد ارتبـاط را بسیار شفـاف‌تر و سازنـده‌تر کند.

به کارگیری بینش‌های تم در فروش روزمره: برای هر یک از پنج تم برتر خود، فروشندگان باید به طور فعال به این سؤالات پاسخ دهند:

- **ایـن اسـتعداد چگـونه در مکالمـات تلفنـی روزمـره‌ی شمـا ظـاهر می‌شـود؟** آیـا اسـتعداد "اعتقـاد" (Belief) شمـا بـه شمـا کمـک می‌کند تا با صداقت و قاطعیت بیشتری محصول را به مشتری معرفی کنید؟
- **در چه موقعیت‌هایی به طور طبیعی با استفاده از این استعداد برتری دارید؟** آیا در مکالمات دشوار با مشتریان ناراضی، استعداد

"بازسازی" (Restorative) شما به شما کمک می‌کند تا راه‌حل‌های مؤثر بیابید؟

- **چگونه می‌توانید این استعداد را بیشتر توسعه داده و به کار بگیرید؟** آیا می‌توانید از استعداد "اقتدار" (Command) خود برای رهبری جلسات داخلی تیم فروش استفاده کنید؟ یا از استعداد "فکر" (Intellection) خود برای توسعه‌ی سناریوهای جدید فروش استفاده کنید؟

با درک و به کارگیری آگاهانه‌ی استعدادهای خود، فروشندگان می‌توانند آنها را به نقاط قوت واقعی تبدیل کنند که نه تنها فروش را افزایش می‌دهد، بلکه به آنها کمک می‌کند تا در دوران پساجنگ، نقش مثبتی در جامعه ایفا کنند.

۷. ایجاد یک برنامه‌ی عملی مبتنی بر نقاط قوت برای حداکثر کردن پتانسیل فروشندگان تلفنی

"با بررسی چگونگی تعامل بزرگترین استعدادهای طبیعی شما با مهارت‌ها، دانش و تجربه‌تان، یک برنامه‌ی توسعه‌ی مبتنی بر نقاط قوت بسازید." این مرحله‌ی نهایی است: تبدیل بینش به عمل. یک برنامه‌ی عملی قوی، فروشندگان تلفنی را قادر می‌سازد تا در دوران بحران و پس از آن، پتانسیل کامل خود را آزاد کنند.

تعیین اهداف مبتنی بر نقاط قوت در فروش: اهداف خاص و قابل اندازه‌گیری را توسعه دهید که از استعدادهای برتر یک فروشنده بهره‌برداری کنند. این اهداف باید واقع‌بینانه باشند و با توجه به شرایط پساجنگ تنظیم شوند:

- **به‌کارگیری نقاط قوت در چالش‌های فعلی:** اگر یک فروشنده با چالش "اعتراضات مشتری" روبرو است و استعداد "توسعه‌دهنده" (Developer) دارد، هدفش می‌تواند "استفاده از همدلی برای درک عمیق‌تر اعتراض مشتری و ارائه راه‌حل‌های شخصی‌سازی شده" باشد.
- **جستجوی فرصت‌های جدید هم‌راستا با استعدادها:** اگر فروشنده‌ای استعداد "جمع‌آوری" (Input) دارد، می‌تواند هدف خود را "جمع‌آوری اطلاعات جدید درباره‌ی نیازهای بازار پس از جنگ و ارائه‌ی آن به تیم بازاریابی" قرار دهد.
- **افزایش مهارت و دانش در زمینه‌های مرتبط با نقاط قوت:** اگر فروشنده‌ای استعداد "ارتباط" (Communication) دارد، می‌تواند هدف خود را "گذراندن یک دوره آموزش فن بیان یا زبان بدن برای تقویت ارتباطات تلفنی" قرار دهد.

این اهداف باید به گونه‌ای باشند که فروشنده احساس کند در حال رشد و پیشرفت است، که در دوران بحران برای حفظ انگیزه حیاتی است.

پیگیری پیشرفت و تطبیق مداوم: برنامه‌ی عملی باید یک سند پویا باشد که به طور منظم مرور و تنظیم شود:

- **بررسی اثربخشی استفاده از نقاط قوت:** به طور هفتگی یا ماهانه، فروشندگان و مدیرانشان باید بررسی کنند که آیا فروشنده توانسته از نقاط قوت خود در مکالمات تلفنی و تعاملات روزمره به طور مؤثر استفاده کند. آیا این کار به نتایج بهتری منجر شده است؟
- **شناسایی زمینه‌های توسعه‌ی بیشتر:** بر اساس بازخوردها و تجربیات، می‌توان زمینه‌هایی را برای توسعه‌ی بیشتر استعدادها شناسایی کرد. شاید یک فروشنده با استعداد "فراگیر" (Includer) بتواند در ایجاد شبکه‌های ارتباطی گسترده‌تر در میان مشتریان کمک کند.
- **دریافت بازخورد از همکاران و مربیان:** بازخورد سازنده می‌تواند بینش‌های جدیدی را در مورد نحوه‌ی به کارگیری نقاط قوت در موقعیت‌های واقعی فروش ارائه دهد. در دوران پساجنگ، که ممکن است مشاوره و راهنمایی حرفه‌ای کم باشد، این بازخورد داخلی بسیار ارزشمند است.
- **تطبیق با تغییرات بازار:** بازار پس از جنگ به سرعت در حال تغییر است. برنامه‌ی عملی فروش باید به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشد تا با این تغییرات سازگار شود.

با ایجاد و دنبال کردن یک برنامه‌ی عملی مبتنی بر نقاط قوت،

فروشندگان تلفنی نه تنها می‌توانند عملکرد خود را به طور مداوم بهبود بخشند و به موفقیت بیشتری در زندگی حرفه‌ای دست یابند، بلکه می‌توانند به عنوان نیروی محرکه‌ای برای بازسازی اقتصاد و جامعه در دوران دشوار پساجنگ عمل کنند. آنها می‌توانند پُلی میان نیازهای مشتریان و راه‌حل‌های کسب‌وکارها باشند و با توانمندی‌های منحصر به فرد خود، به آینده‌ای بهتر کمک کنند.

اگر به دنبال مطالب بیشتر در این زمینه هستید، می‌توانید مقاله اقتصاد ایران در میانه طوفان - جنگ ایران و چالش های اقتصادی راه مدیران را مطالعه کنید و تجربیات خودرا باما به اشتراک بگذارید.

همچنین میتوانید با مراجعه به سایت و شرکت در دوره رازهای پنهان فروش، تبدیل به فروشنده‌ای حرفه ای و بدون چالش شوید.

برای آموزش ها و نکات بیشتر، شبکه‌اجتماعی استاد بهزاد استقامت را دنبال کنید.