



مشت راست غافلگیرکننده

**مشت راست غافلگیرکننده: چگونه با استراتژی
«جب، جب، جب، هوک راست» فروش تلفنی
خود را تاکاوت کنید**

**مقدمه: چرا ۹۹٪ تماس های سرد در همان ۱۰ ثانیه
اول "تاکاوت" می شوند؟**

این سناریو را تصور کنید: شما به عنوان یک کارشناس فروش تلفنی، با انرژی کامل شماره می گیرید. مشتری تلفن را برمی دارد و شما بلافاصله می گوئید: «سلام، من X هستم از شرکت Y و می خواهم در مورد محصول شگفت انگیز Z با شما صحبت کنم...» و قبل از اینکه



جمله‌تان تمام شود، مشتری با سردی می‌گوید «وقت ندارم» و تلفن را قطع می‌کند. شما همین الان «ناک‌اوت» شدید. چرا؟ گری واینرچاک، در کتاب معروف خود «جب، جب، جب، هوک راست»، پاسخ این سوال را به زیبایی می‌دهد. مشکل اینجاست که شما مکالمه را با یک «هوک راست» (Right Hook) شروع کردید. «هوک راست» همان درخواست فروش، ارائه محصول یا هر چیزی است که نفعی برای شما دارد. شما قبل از اینکه هیچ اعتمادی بسازید یا ارزشی ارائه دهید، مستقیماً به سراغ فروش رفتید. در دنیای امروز که مشتریان بمباران اطلاعاتی شده‌اند، این کار مانند ورود به یک مهمانی و فریاد زدن «به من پول بدهید!» است. این مقاله به شما یاد می‌دهد که چگونه فلسفه «جب، جب، جب، هوک راست» را در یک تماس تلفنی پیاده‌سازی کنید تا مشتریان نه تنها به شما گوش دهند، بلکه مشتاق شنیدن پیشنهاد نهایی شما باشند.

«جب» چیست و چرا در فروش تلفنی حیاتی است؟

در بوکس، «جب» یک مشت سریع، سبک و آماده‌ساز است. «جب» برای آسیب زدن نیست؛ برای ایجاد فضا، سنجیدن حریف و آماده کردن صحنه برای مشت نهایی (هوک راست) است. در فروش تلفنی، «جب» هر چیزی است که شما به مشتری می‌دهید، بدون اینکه مستقیماً چیزی در ازای آن بخواهید. «جب» یعنی ارائه ارزش خالص.



یک «جب» می‌تواند یک بینش (Insight) در مورد صنعت مشتری باشد.

یک «جب» می‌تواند یک سوال هوشمندانه باشد که مشتری را به فکر وامی‌دارد.

یک «جب» می‌تواند یک لحظه همدلی واقعی یا شنیدن فعال باشد.

یک «جب» می‌تواند یک داستان کوتاه و مرتبط باشد.

در مقابل، «هوک راست» (Right Hook) همیشه «درخواست» شماست: «وقت جلسه دارید؟»، «می‌توانم برایتان دمو بفرستم؟»، «آیا مایل به خرید هستید؟». قانون طلایی این است: شما هرگز نباید یک «هوک راست» پرتاب کنید، مگر اینکه قبلاً با سه «جب» ارزشمند، حریف را آماده کرده باشید.

پیاده‌سازی در عمل: کالبدشکافی یک تماس تلفنی بر اساس مدل JJRH

بیا بید یک اسکریپت فروش تلفنی سنتی را دور بیندازیم و آن را بر اساس این استراتژی بازنویسی کنیم.



جب شماره ۱: ارائه «بینش» به جای «معرفی» (The Insight Jab)

تماس شما نباید با معرفی محصول شروع شود. باید با یک «جب» ارزشمند شروع شود که بلافاصله شما را از ۹۹٪ فروشندگان دیگر متمایز کند. این «جب» باید حاصل تحقیق ۳ دقیقه‌ای شما قبل از تماس باشد.

هوک راست (اشتباه): «سلام، من از شرکت X تماس می‌گیرم. ما نرم‌افزار CRM می‌فروشیم...»

جب شماره ۱ (درست): «سلام آقای احمدی، من X هستم. دلیل تماسم این است که در حال تحلیل رقبای شما در صنعت خرده‌فروشی بودم و متوجه شدم بزرگترین چالش آن‌ها در حال حاضر، حفظ مشتری پس از خرید اول است. درسته؟»

این یک «جب» قدرتمند است. شما محصول خود را معرفی نکردید. شما نشان دادید که تحقیق کرده‌اید و یک بینش ارزشمند و مرتبط با صنعت او را مطرح کردید. شما با این کار، ۳۰ ثانیه اعتبار خریدید.

جب شماره ۲: همدلی تاکتیکی و کاوش درد (The Empathy Jab)

حالا که مشتری به شما گوش می‌دهد، وقت «جب» دوم است.



مشتری شروع به صحبت در مورد چالش خود می‌کند. اینجا نباید بلافاصله راه‌حل خود را ارائه دهید. «جب» دوم شما، «گوش دادن فعال» و «برچسب زدن احساسی» (تکنیک کریس واس) است.

مشتری: «بله دقیقاً. ما کلی هزینه تبلیغات می‌کنیم، مشتری می‌آید، یک بار خرید می‌کند و دیگر برنمی‌گردد. واقعاً کلافه‌کننده است.»

هوک راست (اشتباه): «نرم‌افزار ما دقیقاً همین کار را می‌کند! می‌تواند مشتریان شما را برگرداند...»

جب شماره ۲ (درست): «درک می‌کنم. پس به نظر می‌رسد شما احساس می‌کنید که سطل شما سوراخ است و هر چقدر آب (مشتری) در آن می‌ریزید، از سمت دیگر هدر می‌رود و این باعث کلافگی شما شده.»

این یک «جب» همدلی است. شما به مشتری نشان دادید که نه تنها مشکل او را شنیدید، بلکه «احساس» او در مورد مشکل را نیز درک کردید. این کار، اعتماد ایجاد می‌کند و گارد مشتری را پایین‌تر می‌آورد.

جب شماره ۳: ترسیم آینده و شخصی‌سازی ارزش (The Value Jab)

شما دو «جب» موفق زده‌اید. مشتری اکنون پذیرای شنیدن است.



قبل از پرتاب «هوک» نهایی، باید «جب» سوم را بزنیید: ارزش راه‌حل خود را در قالب یک داستان یا یک تصویرسازی ذهنی برای آینده، شخصی‌سازی کنید.

هوک راست (اشتباه): «خب، نرم‌افزار ما باشگاه مشتریان دارد و اتوماسیون ایمیل هم دارد و...» (صحبت در مورد ویژگی‌ها)

جب شماره ۳ (درست): «اجازه بدهید یک تصویرسازی برایتان انجام دهم. تصور کنید ۶ ماه آینده است و شما به جای تمرکز روی جذب مشتری جدید، سیستمی دارید که به طور خودکار می‌داند کدام مشتری در آستانه فراموش کردن شماست و دقیقاً در همان لحظه، یک پیشنهاد شخصی‌سازی‌شده برای او می‌فرستد. اگر فقط ۱۰٪ از آن مشتریان از دست رفته برگردند، چه تاثیری در سود پایان فصل شما خواهد داشت؟»

این «جب» نهایی است. شما محصول خود را نفروختید؛ شما «نتیجه» (Outcome) را فروختید. شما یک تصویر ذهنی واضح از پیروزی در ذهن مشتری کاشتید.

لحظه حقیقت: پرتاب «هوک راست» (The Right Hook)

حالا که سه «جب» ارزشمند ارائه کرده‌اید-بینش، همدلی و ارزش



شخصی‌سازی‌شده-مشتري آماده است. گارد او پایین آمده و به شما به چشم یک مشاور نگاه می‌کند، نه یک فروشنده مزاحم. اکنون، و تنها اکنون، شما این حق را به دست آورده‌اید که «هوک راست» را پرتاب کنید. «هوک» شما باید قاطع، شفاف و مستقیم باشد.

هوک راست (درست): «بر اساس همین پتانسیل افزایش سود که صحبت کردیم، قدم بعدی ما این است که من یک جلسه ۱۵ دقیقه‌ای در روز سه‌شنبه برای شما تنظیم کنم تا دقیقاً نشان دهم این سیستم چگونه برای مشتری مشابه شما (شرکت Z) کار کرده است. آیا ساعت ۱۰ صبح سه‌شنبه برای شما مناسب است؟»

این «هوک» حالا قدرت دارد، چون با سه «جب» قبلی پشتیبانی شده است. شما دیگر التماس نمی‌کنید؛ شما یک قدم منطقی بعدی را بر اساس ارزشی که قبلاً ایجاد کرده‌اید، پیشنهاد می‌دهید.

نتیجه‌گیری: بوکسور استراتژیست باشید، نه مبارز خیابانی

فروشنندگان تلفنی معمولی مانند مبارزان خیابانی هستند؛ از همان ثانیه اول با تمام قدرت «هوک راست» (فروش) پرتاب می‌کنند و تقریباً همیشه به در بسته می‌خورند. اما یک کارشناس فروش تلفنی حرفه‌ای، یک بوکسور استراتژیست است. او می‌داند که متقاعدسازی تلفنی یک رقص است، نه یک جنگ. او با صبر و



حوصله، با «جب»‌های ارزشمند (بینش، همدلی، تصویرسازی) فضا را ایجاد می‌کند و درست در لحظه مناسب، «هوک راست» نهایی را برای پیروزی در راند، پرتاب می‌کند. با توجه به این استراتژی، در تماس سرد بعدی خود، اولین «جب» شما برای ایجاد ارزش فوری چه خواهد بود؟

برای یادگیری عمیق‌تر اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.