



**راز فروشندگان درون گرا: ۵ قدرتی که  
برون گراهای پرحرف در مذاکره تلفنی از آن غافلند**

**راز فروشندگان درون گرا: ۵ قدرتی که  
برون گراهای پرحرف در مذاکره تلفنی از آن غافلند**

**مقدمه: دروغ بزرگی که به «فروشندگان خوب»  
گفته اند**

چشم‌هایتان را ببندید و یک «فروشنده برتر» را تصور کنید. چه می‌بینید؟ به احتمال زیاد، فردی خوش صحبت، پرنرزی، اجتماعی، مسلط در مهمانی‌ها و بی‌نهایت «برون گرا» را تصور می‌کنید. این تصویر کلیشه‌ای، بزرگترین دروغی است که صنعت آموزش فروش



تلفنی سال‌ها به ما گفته است. این باور سمی، باعث شده تا میلیون‌ها فرد «درون‌گرا» - افرادی که عمیق فکر می‌کنند، عالی گوش می‌دهند و با دقت آماده می‌شوند - باور کنند که آن‌ها برای فروش ساخته نشده‌اند. اما تحقیقات علمی، به خصوص در کتاب انقلابی «سکوت» (Quiet) اثر سوزان کین، این افسانه را کاملاً نابود می‌کند. حقیقت این است: در فروش‌های پیچیده و مذاکره تلفنی، این درون‌گراها هستند که اغلب برنده‌اند. چرا؟ چون آن‌ها ۵ قدرت پنهان دارند که همکاران برون‌گرایشان، که اغلب مشغول «حرف زدن» هستند، به سادگی از آن‌ها غافلند. این مقاله، آن ۵ قدرت را فاش می‌کند.

## **قدرت ۱: گوش دادن عمیق (شنیدن چیزی که گفته نمی‌شود)**

یک فروشنده برون‌گرا، اغلب در حال «گوش دادن برای پاسخ دادن» است. او در سکوت‌های مکالمه مضطرب می‌شود و در ذهن خود، در حال آماده کردن جمله درخشان بعدی‌اش است. او کلمات را می‌شنود، اما پیام را از دست می‌دهد. یک فروشنده درون‌گرا، «گوش دادن برای فهمیدن» را اجرا می‌کند. او به طور طبیعی کنجکاو است و ترجیح می‌دهد اطلاعات را پردازش کند تا اینکه اطلاعات تولید کند.



در عمل: در یک تماس تلفنی، مشتری می‌گوید: «قیمت شما کمی بالاست.»

برون‌گرا (واکنش): بلافاصله شروع به دفاع می‌کند: «اما خدمات ما! اما کیفیت ما! اما...»

درون‌گرا (پاسخ): سکوت می‌کند و روی کلمه «کمی» تمرکز می‌کند. او «تردید» و «عدم قطعیت» را در لحن صدای مشتری می‌شنود، نه یک مخالفت قطعی. او می‌پرسد: «متوجه‌ام. وقتی می‌گید "کمی"، دقیقاً منظورتون در مقایسه با چه چیزی هست؟»

چرا این قدرت است؟ درون‌گرا به جای مبارزه با مخالفت، ریشه آن را کشف می‌کند. او می‌فهمد که مشکل اصلی قیمت نیست، بلکه «ترس از ریسک» است.

## قدرت ۲: آماده‌سازی و سواسی (جنگیدن در ذهن قبل از تماس)

یک فروشنده برون‌گرا اغلب به «جذبه» (Charm) و توانایی بداهه‌پردازی خود متکی است. او با اعتماد به نفس کاذب «بال درآوردن» (Winging it) وارد تماس می‌شود. یک کارشناس فروش تلفنی درون‌گرا، از «غافلگیر شدن» متنفر است. این نفرت، به یک ابرقدرت تبدیل می‌شود: آماده‌سازی و سواسی.



در عمل: قبل از یک تماس سرد مهم:

برون‌گرا: نگاهی ۳۰ ثانیه‌ای به سایت مشتری می‌اندازد و شماره را می‌گیرد.

درون‌گرا: ۱۵ دقیقه وقت می‌گذارد. سایت را می‌خواند، پروفایل لینکدین مدیرعامل را بررسی می‌کند، دو رقیب اصلی او را پیدا می‌کند و ۳ مخالفت احتمالی را پیش‌بینی کرده و پاسخ آن‌ها را می‌نویسد.

چرا این قدرت است؟ وقتی درون‌گرا تلفن را برمی‌دارد، او یک فروشنده نیست؛ او یک «مشاور متخصص» در امور آن مشتری است. این سطح از آمادگی، اعتمادی در صدا ایجاد می‌کند که با هیچ جذبه‌ای قابل جعل کردن نیست.

## **قدرت ۳: سکوت استراتژیک (قدرت خلاء در متقاعدسازی تلفنی)**

برون‌گراها از خلاء متنفرند. سکوت در مکالمه، آن‌ها را مضطرب می‌کند و احساس می‌کنند باید آن را با «حرف» پر کنند. این بزرگترین اشتباه در مذاکره تلفنی است. درون‌گراها با سکوت راحت هستند. آن‌ها از آن به عنوان یک ابزار قدرتمند استفاده می‌کنند.



در عمل: فروشنده قیمت را اعلام می‌کند: «سرمایه‌گذاری شما برای این پکیج، ۱۰ میلیون تومان است.» ... و سپس، سکوت می‌کند.

برون‌گرا (واکنش): بلافاصله پس از اعلام قیمت، از ترس سکوت، شروع به حرف زدن می‌کند: «که البته شامل X و Y هم می‌شه و می‌تونیم قسط‌بندی هم بکنیم و...» این کار، «التماس» ترجمه می‌شود و ارزش را پایین می‌آورد.

درون‌گرا (پاسخ): سکوت می‌کند. آرام. منتظر.

چرا این قدرت است؟ این سکوت، فشار روانی را به مشتری منتقل می‌کند. مشتری مجبور می‌شود که نفر بعدی باشد که صحبت می‌کند. و اولین جمله‌ای که مشتری پس از این سکوت می‌گوید، تقریباً همیشه «حقیقت» است: «راستش بودجه من ۷ میلیونه» یا «چطور می‌تونم به مدیرم بگم؟». سکوت، کنترل مکالمه را به درون‌گرا بازمی‌گرداند.

## **قدرت ۴: همدلی واقعی (فروش به عنوان «کمک»، نه «شکار»)**

«جذبه» برون‌گرا اغلب سطحی و نمایشی است. مشتریان امروزی، این «فروشنده‌بازی» را از یک کیلومتری تشخیص می‌دهند. «همدلی» درون‌گرا، عمیق و واقعی است. از آنجایی که آن‌ها ذاتاً



حساس‌تر هستند، واقعاً تلاش می‌کنند تا دنیا را از دید مشتری ببینند.

در عمل: مشتری مشکلی را توضیح می‌دهد.

برون‌گرا: «فهمیدم. عالی‌ه! راه‌حل من دقیقاً همین‌ه...» (تمرکز بر راه‌حل)

درون‌گرا: «اجازه بدید ببینم درست متوجه شدم... پس شما می‌گید که هر بار این خطا اتفاق می‌فته، تیم شما باید دو ساعت کار تکراری انجام بده... این حتماً باید خیلی کلافه‌کننده باشه.» (تمرکز بر احساس و درد)

چرا این قدرت است؟ این «همدلی واقعی» در روانشناسی فروش، دیوار بی‌اعتمادی را فوراً فرو می‌ریزد. مشتری احساس «درک شدن» می‌کند، نه اینکه چیزی به او «فروخته» شود.

## قدرت ۵: پرسیدن سوالات عمیق‌تر (کارآگاه، نه مجری)

فروشنده برون‌گرا حرف می‌زند؛ فروشنده درون‌گرا سوال می‌پرسد. اما تفاوت در «کیفیت» سوالات است. چون درون‌گراها عمیقاً گوش داده‌اند (قدرت ۱) و وسواسی آماده شده‌اند (قدرت ۲)، سوالات



آن‌ها مانند یک جراح مغز، دقیق و عمیق است.

در عمل:

برون‌گرا (سوال سطحی): «مشکلات شما چیه؟»

درون‌گرا (سوال عمیق): «در سایتتون دیدم که اخیراً فلان بخش رو توسعه دادید. این توسعه، چه تاثیری روی گلوگاه‌های فرآیند داخلی‌تون گذاشته؟»

چرا این قدرت است؟ سوالات عمیق، مشتری را وادار به «فکر کردن» می‌کند. این سوالات، متقاعدسازی تلفنی را از یک معامله، به یک «جلسه مشاوره استراتژیک» تبدیل می‌کند. مشتری به این نتیجه می‌رسد که در حال صحبت با یک متخصص است، نه یک کارشناس فروش تلفنی معمولی.

## **نتیجه‌گیری: درون‌گرای عزیز، دست از تقلید بردار!**

این مقاله برای حمله به برون‌گراها نیست. بهترین فروشندگان دنیا در واقع «میان‌گرا» (Ambivert) هستند؛ کسانی که یاد گرفته‌اند بهترین‌های هر دو دنیا را ترکیب کنند. اما پیام این مقاله جنجالی این است: اگر شما یک «درون‌گرا» هستید، بزرگترین اشتباه شما این است که سعی کنید ادای یک «برون‌گرا» را در بیاورید. صدای شما به



طور طبیعی آرام‌تر است؟ عالیست، این یعنی شما مقتدر به نظر می‌رسید. شما قبل از تماس نیاز به آماده‌سازی دارید؟ فوق‌العاده است، این یعنی شما حرفه‌ای هستید. شما از سکوت لذت می‌برید؟ بی‌نظیر است، شما یک مذاکره‌کننده قوی هستید. دست از تقلید بردارید و از قدرتهای طبیعی خودتان استفاده کنید. دنیای فروش به «پرحرفی» کمتر و «گوش دادن عمیق» بیشتری نیاز دارد. شما به عنوان یک فروشنده (درون‌گرا یا برون‌گرا)، امروز کدام یک از این ۵ قدرت را در خودتان تقویت خواهید کرد؟

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.