



فراتر از پورسانت: ۴ هک روانشناسی ساده برای «افزایش انگیزه تیم فروش تلفنی»

فراتر از پورسانت: ۴ هک روانشناسی ساده برای «افزایش انگیزه تیم فروش تلفنی» (که برای شما هزینه‌ای ندارد)

مقدمه: تله «ماده مخدر» پورسانت

به عنوان یک مدیر یا صاحب کسب‌وکار، این صحنه را می‌شناسید:
تیم فروش تلفنی شما بی‌انگیزه است. انرژی کف سالن (یا در
تماس‌های زوم) مرده است. اولین راه‌حلی که به ذهن می‌رسد
چیست؟ «پورسانت را بیشتر می‌کنم!» یا «برای فروش بعدی یک



جایزه نقدی می‌گذارم.» این کار، مانند یک مُسکن قوی عمل می‌کند. انگیزه برای مدت کوتاهی بالا می‌رود، اما یک مشکل اساسی وجود دارد: پورسانت و پول، یک «ماده مخدر» انگیزشی است. این یک محرک بیرونی (Extrinsic) است. به محض اینکه پاداش پرداخت شد، انگیزه به نقطه صفر بازمی‌گردد و تیم، دوز بعدی را با مبلغی بالاتر طلب می‌کند. مشکل عمیق‌تر اینجاست: شغل یک کارشناس فروش تلفنی، شغل «نه» شنیدن مداوم است. هیچ مبلغی از پول نمی‌تواند درد روانی ۵ «نه» شنیدن در یک روز را به تنهایی درمان کند. راه‌حل، در «انگیزه درونی» (Intrinsic) نهفته است. این مقاله ۴ هک روانشناسی قدرتمند و رایگان را به شما آموزش می‌دهد تا تیمی بسازید که به خاطر «بازی» می‌جنگد، نه فقط برای «جایزه».

هک ۱: «بازی‌سازی» (Gamification): اعتیاد به «امتیاز» به جای «پول»

«چرا کارشناس شما باید برای "خوب سوال پرسیدن" امتیاز بگیرد، نه فقط برای "فروختن"»

روانشناسی: مغز انسان برای بازی طراحی شده است. ما عاشق جمع‌آوری امتیاز (XP)، باز کردن دستاوردها (Achievements) و بالا رفتن در جدول رده‌بندی هستیم. این کارها دوپامین (هورمون پاداش) ترشح می‌کند. مشکل فروش تلفنی این است که «تنها»



پاداش، «فروش نهایی» است که بسیار دیر و کم اتفاق می‌افتد.

چالش مدیر: چگونه فرآیند خسته‌کننده «تماس سرد» را به یک بازی اعتیادآور تبدیل کنیم؟

راهکار (سیستم امتیازدهی رایگان):

موفقیت را دوباره تعریف کنید. به جای پاداش دادن به «نتیجه» (فروش)، به «فرآیند» پاداش دهید.

یک سیستم امتیازدهی هفتگی طراحی کنید که در تابلوی اعلانات یا کانال Slack/Teams نمایش داده شود:

+۵ امتیاز: برای هر تماس گرفته شده.

+۱۵ امتیاز: برای هر مکالمه معنادار (بیش از ۳ دقیقه).

+۳۰ امتیاز: برای مدیریت موفق یک مخالفت (حتی اگر منجر به فروش نشد).

+۵۰ امتیاز: برای گرفتن یک «نه» قاطع (جایزه شجاعت و رد صلاحیت سریع).

+۲۰۰ امتیاز: برای تنظیم یک جلسه دمو یا فروش نهایی.



نتیجه: کارشناس فروش تلفنی شما دیگر منتظر یک «پورسانت» در آخر ماه نیست. او هر ۱۰ دقیقه در حال کسب «امتیاز» و «برد» است. شما فرآیند «نه» شنیدن را به بخشی از بازی تبدیل کرده‌اید و تیم خود را به «فرآیند» معتاد کرده‌اید، نه فقط به نتیجه.

هک ۲: «شناسایی عمومی» (Public Recognition): قدرتی قوی‌تر از پول

«چرا "تبریک" در گروه، از "پاداش" در پاکت مهم‌تر است»

روانشناسی: بر اساس هرم مازلو، پس از نیازهای اولیه، قوی‌ترین نیاز انسان «احترام» و «شناخته شدن» (Esteem) است. مدیران این نیاز را دست کم می‌گیرند. یک پاداش نقدی که به صورت خصوصی پرداخت می‌شود، فقط حساب بانکی را راضی می‌کند؛ اما یک «تبریک عمومی» حساب عاطفی و اجتماعی فرد را شارژ می‌کند.

چالش مدیر: در تیم‌های از راه دور (Remote)، پیروزی‌ها دیده نمی‌شوند و انرژی مثبت در سکوت گم می‌شود.

راهکار (ساختن تالار افتخار دیجیتال):

یک کانال (wins# یا #پیروزی‌ها) در پیام‌رسان تیمی خود بسازید.

قانون بگذارید که «کوچکترین» پیروزی‌ها هم باید در آنجا اعلام



شوند. نه فقط فروش، بلکه «رزرو یک جلسه سخت» یا «دریافت یک بازخورد خوب از مشتری».

مهم‌ترین بخش: به عنوان مدیر، شما باید اولین و پرانرژی‌ترین فردی باشید که با GIF و متن‌های هیجان‌انگیز واکنش نشان می‌دهد.

نتیجه: فروشنده می‌فهمد که نه تنها شما، بلکه «کل تیم» شاهد موفقیت او هستند. او برای به دست آوردن این «تایید اجتماعی» (Social Validation)، سخت‌تر از چیزی که برای پول تلاش می‌کرد، خواهد جنگید. این کار رایگان است، اما میلیون‌ها تومان ارزش انگیزشی دارد.

هک ۳: «هدف و معنا» (Purpose): جنگیدن برای یک دلیل بزرگتر

«تیم شما "مزاحم تلفنی" نیست، "حل‌کننده مشکل" است»

روانشناسی: «فرسودگی شغلی» (Burnout) در فروش، اغلب به دلیل «نه» شنیدن نیست؛ به دلیل «بی‌معنایی» است. اگر کارشناس شما احساس کند که شغلش فقط «اذیت کردن مردم برای خرید چیزی که نمی‌خواهند» است، به سرعت می‌سوزد.

چالش مدیر: چگونه به شغلی که ذاتاً تکراری است، «معنا»



ببخشیم؟

راهکار (فروش «تأثیر» به جای «محصول»):

جلسات فروش هفتگی خود را متوقف کنید. (هیچ‌کس به آمار و ارقام شما اهمیت نمی‌دهد).

به جای آن، هر هفته، جلسه را با خواندن یک «داستان مشتری» شروع کنید. ایمیل یا پیام رضایت یک مشتری واقعی را پیدا کنید.

نشان دهید که محصول شما چگونه «مشکل واقعی» یک انسان دیگر را حل کرد.

به تیمتان یادآوری کنید: «ببینید، شما امروز تماس نمی‌گیرید که "بفروشید"، شما تماس می‌گیرید تا این "تأثیر" مثبت را برای ۱۰ نفر دیگر تکرار کنید.»

نتیجه: هویت تیم شما از «فروشنده» به «مشاور» یا «نجات‌دهنده» تغییر می‌کند. کارشناس فروش تلفنی که به «هدف» کارش ایمان دارد، «نه» شنیدن را به عنوان بخشی از فرآیند «پیدا کردن افراد نیازمند» می‌بیند، نه یک شکست شخصی.



هک ۴: «جوخه‌های رقابتی» (Team Competition): ایجاد قبیله‌های کوچک

«چرا "جدول رده‌بندی" فردی، تیم شما را مسموم می‌کند»

روانشناسی: «جدول رده‌بندی» (Leaderboard) فردی، یک شمشیر دولبه است. نفر اول مغرور می‌شود و نفر آخر (که می‌داند هرگز به نفر اول نمی‌رسد) ناامید شده و دست از تلاش می‌کشد. در کار از راه دور، این انزوا کشنده‌تر است.

چالش مدیر: چگونه رقابت را حفظ کنیم، اما حسادت و ناامیدی را از بین ببریم؟

راهکار (ایجاد «جوخه» یا Squad):

تیم فروش ۱۰ نفره خود را به ۳ «جوخه» ۳ تا ۴ نفره تقسیم کنید.

به جای رقابت فردی، «رقابت جوخه‌ها» راه‌اندازی کنید.

جایزه نباید پول باشد. جایزه باید «حق بالاسری» (Bragging Rights) باشد. (مثلاً: پیتزای رایگان برای تیم برنده در روز پنج‌شنبه، یا یک «کاپ قهرمانی» مجازی که تا هفته بعد روی پروفایل آن‌ها می‌ماند).

نتیجه: این کار جادویی است. شما «مسئولیت‌پذیری متقابل» ایجاد



می‌کنید. اعضای قوی‌تر تیم، اعضای ضعیف‌تر را «بالا می‌کشند» (چون موفقیت تیم به آن وابسته است). به جای اینکه ۱۰ نفر علیه هم رقابت کنند، ۳ «قبیله» دارید که برای پیروزی با هم «همکاری» می‌کنند.

نتیجه‌گیری: شما یک «بانک» نیستید، شما «مریی» هستید

به عنوان یک مدیر، دست از تلاش برای «خریدن» انگیزه بردارید. پورسانت و پاداش‌های نقدی «باید» وجود داشته باشند، اما آن‌ها «هزینه» انجام کار هستند، نه «دلیل» آن. وظیفه شما به عنوان یک رهبر، «معماری» یک محیط و یک «بازی» است که در آن، انگیزه‌های درونی شکوفا شوند. یک محیط بر پایه بازی‌سازی (پیشرفت)، شناسایی عمومی (احترام)، هدف (معنا) و کار تیمی (تعلق). این ۴ هک روانشناسی، هزینه‌ای جز خلاقیت و توجه شما ندارند، اما بازدهی آن‌ها تیمی است که با قلب و روح خود می‌جنگد، نه فقط با حساب بانکی خود. امروز، کدام یک از این ۴ هک را برای متحول کردن تیم فروش تلفنی خود اجرا 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.