



نسل Z پشت خط تلفن

نسل Z پشت خط تلفن: چالش مدیریت فروشنده‌های دهه هشتادی برای مدیران دهه شصتی

نسل Z: چرا این بچه‌ها گوشی را بر نمی‌دارند؟

شما به عنوان یک مدیر فروش (احتمالاً متولد دهه ۵۰ یا ۶۰)، با این صحنه آشنا هستید: وارد سالن فروش می‌شوید و انتظار دارید صدای همهمه، زنگ تلفن و شور و اشتیاق مذاکره را بشنوید. اما با سکوت مواجه می‌شوید. فروشنده‌های جوان شما (متولدین اواخر ۷۰ و دهه ۸۰) سرشان توی گوشی موبایل است و در حال تایپ



کردن در واتساپ یا دایرکت هستند. وقتی به آن‌ها اعتراض می‌کنید که «چرا زنگ نمی‌زنید؟»، پاسخ‌هایی می‌شنوید که دود از سرتان بلند می‌کند: «زنگ زدن خز شده!»، «مشتري دوست داره چت کنه»، یا «من اضطراب مکالمه دارم (Phone Anxiety)». برای مدیری که یاد گرفته «نان در تماس تلفنی است» و «باید جنگید تا فروخت»، کار کردن با نسلی که زود رنج است، از دستور شنیدن بیزار است و با کوچکترین فشاری استعفا می‌دهد، یک کابوس به نظر می‌رسد. اما واقعیت این است: این نسل، آینده بازار کار است. شما نمی‌توانید آن‌ها را تغییر دهید، اما می‌توانید روش مدیریت خود را آپدیت کنید. این مقاله راهنمای بقای مدیران کلاسیک در عصر فروشندگان دیجیتال است.





نسل Z پشت خط تلفن

چالش اول: «تلفن‌هراسی» (Telephobia) و عشق به چت

«آنها تایپ می‌کنند چون صحبت کردن برایشان تهاجمی است» نسل Z با پیام‌رسان‌ها بزرگ شده است. برای آنها، تماس تلفنی بدون هماهنگی قبلی، نوعی «تجاوز به حریم شخصی» محسوب می‌شود. آنها ترجیح می‌دهند پیام دهند تا طرف مقابل هر وقت خواست جواب دهد (ارتباط ناهمگام). اما در فروش، پول در «ارتباط زنده» است. راهکار مدیریتی: به جای اجبار کردن آنها با جملات دستوری («باید روزی ۱۰۰ تا تماس بگیری»)، «چرایی» را توضیح دهید. به آنها با آمار نشان دهید که چت کردن ممکن است ۳ روز طول بکشد تا به نتیجه برسد، اما یک تماس ۳ دقیقه‌ای کار را تمام می‌کند. تکنیک: به آنها اجازه دهید از «ویس» (Voice Message) به عنوان پل میان چت و تماس استفاده کنند. ویس فرستادن برای دهه هشتادی‌ها راحت‌تر است و لحن را منتقل می‌کند. کم‌کم آنها را به سمت تماس سوق دهید.

چالش دوم: مرگ انگیزاننده «پول و پورسانت»

«من برای پول کار نمی‌کنم، برای حالِ خوب کار می‌کنم!» برای نسل‌های قبل، خرید خانه و ماشین انگیزه اصلی تحمل سختی‌های



فروش بود. اما برای دهه هشتادی‌ها که با تورم فعلی، خرید خانه را رویایی دور از دسترس می‌بینند، وعده «۱۰ سال تلاش کن تا ثروتمند شوی» کار نمی‌کند. آن‌ها «اکنون» را می‌خواهند. آن‌ها به دنبال «تجربه»، «محیط کاری باحال» و «انعطاف‌پذیری» هستند. راهکار مدیریتی: سیستم پاداش‌دهی را تغییر دهید. پورسانت پایان ماه خوب است، اما پاداش‌های لحظه‌ای (Instant Gratification) معجزه می‌کند. مثلاً: «هر کس امروز ۵ تا فروش ببندد، فردا می‌تواند دورکار باشد» یا «بلیط کنسرت» و «گیم‌تایم». محیط کار را از حالت خشک پادگانی به محیطی پویا و دوستانه تبدیل کنید. برای این نسل، "COOL" بودن محیط کار از حقوق ثابت مهم‌تر است.

چالش سوم: فروپاشی سلسله مراتب (دیکتاتوری ممنوع)

«چون من مدیرم و می‌گم» دیگر جواب نمی‌دهد نسل Z سلسله مراتب عمودی را قبول ندارد. آن‌ها به مدیر به چشم «رئیس» نگاه نمی‌کنند، بلکه به چشم «منتور» (Mentor) یا مربی نگاه می‌کنند. اگر بخواهید با روش دستوری و بالا به پایین با آن‌ها برخورد کنید، یا لجبازی می‌کنند یا بدون خداحافظی شرکت را ترک می‌کنند (Quiet Quitting). راهکار مدیریتی: از در «شفافیت» وارد شوید. این نسل باهوش است و به اطلاعات دسترسی دارد. اگر دستوری می‌دهید، دلیلش را بگویید. به جای اینکه بگویید: «این دیالوگ را بگو»،



بگویید: «تجربه نشان داده وقتی از این کلمه استفاده می‌کنیم، مغز مشتری اینطور واکنش نشان می‌دهد... نظر تو چیه؟» آن‌ها را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دهید. وقتی احساس کنند نظرشان شنیده می‌شود، تعهدشان به اجرا ۱۰۰ برابر می‌شود.

چالش چهارم: نیاز به بازخورد فوری (مثل لایک اینستاگرام)

«مرا ببین، همین الان!» این نسل عادت دارد که وقتی عکسی در اینستاگرام می‌گذارد، بلافاصله لایک و کامنت بگیرد. در محیط کار، اگر شما صبر کنید تا در جلسه «ارزیابی پایان سال» عملکردشان را بررسی کنید، آن‌ها را از دست داده‌اید. آن‌ها نیاز به بازخورد مستمر و کوتاه دارند. راهکار مدیریتی: از سیستم «گیمیفیکیشن» (Gamification) یا بازی‌سازی استفاده کنید. یک تابلوی امتیازات دیجیتال یا فیزیکی داشته باشید که هر فروش، مثل یک امتیاز در بازی ثبت شود. تشویق‌های کلامی سریع («دمت گرم، عجب تماسی بود!») بلافاصله بعد از مکالمه، سوختِ موتور آن‌هاست. اگر اشتباهی هم کردند، همان لحظه با لحن دوستانه و آموزشی (نه تنبیهی) تذکر دهید.

نتیجه‌گیری: آن‌ها سرباز نیستند، گیمر هستند



فروشنندگان دهه هشتادی، تنبل یا بی‌مسئولیت نیستند؛ آن‌ها فقط «متفاوت» هستند. آن‌ها سرعت یادگیری بالایی دارند، بر تکنولوژی مسلط هستند و اگر به کاری باور پیدا کنند، با خلاقیتشان شما را شگفت‌زده می‌کنند. مدیر موفق امروز، کسی نیست که سعی کند دهه هشتادی‌ها را شبیه خودش کند؛ کسی است که زمین بازی را طوری طراحی کند که این نسل بتواند در آن با قوانین خودش برنده شود. به جای اینکه بگویید «تلفن را بردار و بجنگ»، بگویید «بیا ببینیم امروز توی این بازی چند مرحله می‌تونیم بریم جلو!»

برای یادگیری عمیق 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.