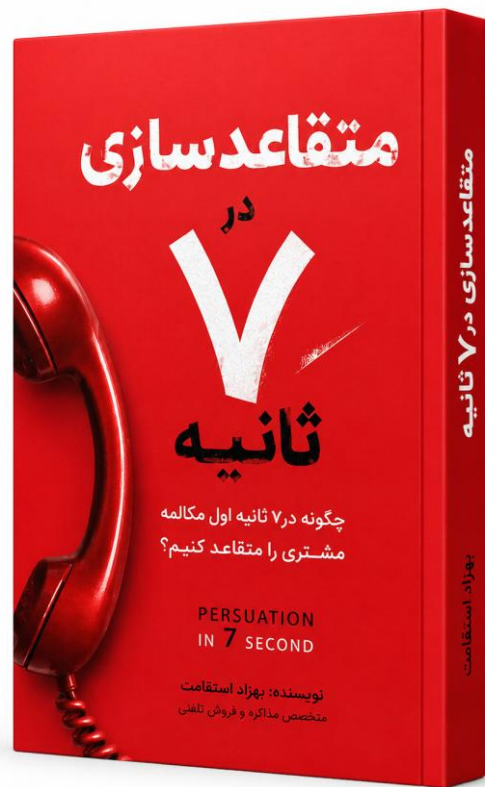


متقاعدسازی در ۷ ثانیه

نویسنده
بهزاد استقامت

تعداد صفحات
۲۷ صفحه

تهیه و تولید
rahemodiran.com



- ✓ ۷۵ قلاب حرفه‌ای که باعث می‌شود مشتری به جای قطع تماس، به شما گوش کند.
- ✓ قابل استفاده در تمام کسب و کارهایی که فروش آن‌ها به تلفن وابسته است.
- ✓ کاملاً بومی‌سازی شده و قابل اجرا در بازار ایران.

درباره نویسنده

بهزاد استقامت، بنیان‌گذار آکادمی آموزشی تماس‌های میلیاردری، که در زمینه‌های مذاکره، متقاعدسازی، بازاریابی و فروش تلفنی از طریق سایت رسمی «راه مدیران»، با بیش از ۲۷ سال سابقه در حوزه فروش تلفنی، به آموزش و مشاوره در این زمینه می‌پردازد. او نویسنده کتاب «تماس‌های میلیاردری» است و تخصص‌هایی نظیر آموزش تیم‌های فروش تلفنی، کوچینگ، سیستم‌سازی فروش، مذاکره و متقاعدسازی، شخصیت‌شناسی مشتری و تیم‌سازی دارد و برندهای بزرگ و متوسط مطرح ایران و خارج از کشور از آموزش‌های ایشان بهره‌مند شده‌اند. از ویژگی‌های بازار آموزش‌های بهزاد استقامت، کاربردی، سریع و قابل اجرا بودن، مطابق با بازار ایران و زودبازه بودن را می‌توان نام برد.

شما هرگز دو بار شانس برای تأثیرگذاری اول ندارید!

این اصل بدیهی در هیچ موردی بیشتر از فروش تلفنی صدق نمی‌کند. جایی که کل ارزش مربوط به موفقیت فروش شما بستگی به اولین کلماتی دارد که پشت این ماشین پولساز می‌گویید. چون از پشت تلفن نمی‌توانید روی حضور فیزیکی‌تان و یا خواندن زبان بدن حساب باز کنید.

پیام اشتباه

«من می‌خواهم چیزی به تو بفروشم»

این همان چیزی است که بسیاری از فرمول‌های آغازکننده معمول منتقل می‌کنند.

پیام درست

«شما به دنبال یک راه‌حل می‌گردید و من آن راه‌حل را دارم.»

اگر توجه‌تان را بر نیاز مشتری متمرکز کنید، راهی یافته‌اید که اولین برخوردتان را تأثیرگذار کنید.

به یاد داشته باشید که هیچ‌کس مشتاقانه منتظر زنگ تلفن به امید شنیدن صدای یک فروشنده نیست. همه ما در حال انجام کاری هستیم که در آن لحظه اهمیت ویژه‌ای دارد و دوست نداریم تمرکزمان بر هم بخورد.

قانون ۷ ثانیه

شما از شروع تلفن، هفت ثانیه زمان دارید به مشتری دلیل قانع کننده‌ای برای ماندن روی خط ارائه کنید.

جمله آغازکننده شما در این حداقل زمانی باید حسابی عالی باشد؛ جمله‌ای که شما را دقیقاً از سایر فروشندگان تلفنی جدا کند تا مشتری در همان ثانیه‌های اول شما را یک حرفه‌ای تشخیص دهد.

اگر جمله آغازکننده شما ضعیف باشد، منتظر این جملات باشید:

«اگر نیاز

داشتم، خودم

زنگ می‌زنم.»

«علاقه‌ای

ندارم.»

«به تازگی یکی

خریده‌ام و

نیازی ندارم.»

«من خیلی کار

دارم و الان

فرصت

ندارم.»

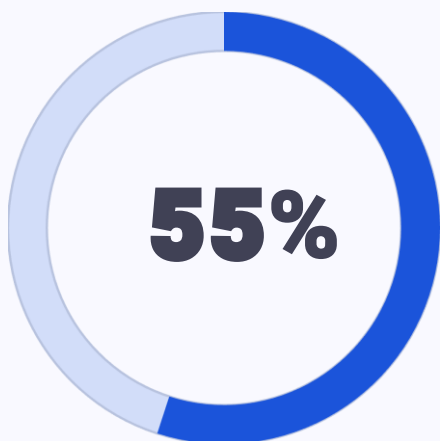
مشتریان این نتیجه‌گیری‌ها را بر اساس جمله آغازکننده معمولی شما می‌گیرند. هدف این است که در اولین ۷ ثانیه، مشتری را متقاعد کنید تا با دقت به ادامه صحبت‌هایتان گوش کند.

فرضیات خود را کنار بگذارید!

در اکثر موارد فروشندگان فرض می‌گیرند که مشتری با شرکت آن‌ها و آنچه معرفی می‌کنند آشناست. مطالعات نشان می‌دهد دست‌کم شش بار باید فروشنده با مشتری تماس برقرار کند تا مشتری شناسایی شود. همیشه به طور واضح نام خود و شرکتتان را معرفی کنید.

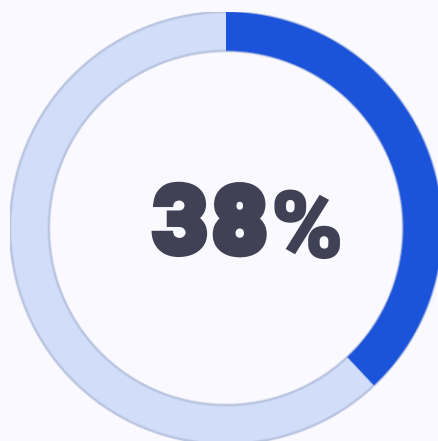
صدای شما یک ابزار قوی برای متقاعدسازی است

در هفت ثانیه اول، مشتری درباره هوش، مهارت حرفه‌ای و دانش شما از طریق تُن صدا و نحوه ارائه پیامتان قضاوت می‌کند. تحقیقات پروفیسور آلبرت محرایان (قانون ۵۵-۳۸-۷) نشان می‌دهد:



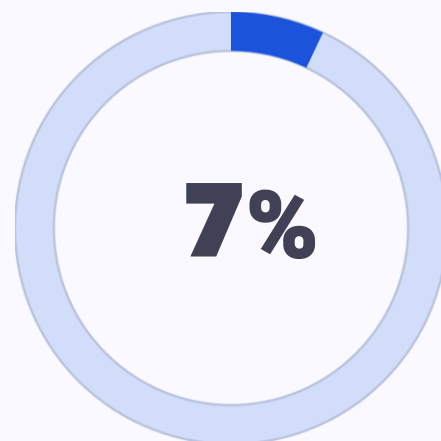
عناصر دیداری

در تماس تلفنی از دست می‌رود



تُن صدا

۳۸٪ از مکالمه را می‌سازد



کلمات

تنها ۷٪ از توانایی اثرگذاری شما

سرعت و شتاب

مکالمه یکنواخت برای ایجاد شور و هیجان چیزی ندارد. آهنگی متناسب اختیار کنید و تنوع را رعایت کنید.

تُن صدا

تغییر تُن صدا، علاقه و توجه شما را بیشتر می‌کند و به انتقال شور و هیجان به مشتری کمک می‌کند.

نوشتن جمله آغازکننده با قانون ۷ ثانیه

برای نوشتن یک جمله آغازکننده عالی نمی‌توانید حساب‌نشدۀ عمل کنید، بلکه باید آن را از قبل بنویسید و لغت به لغت ارائه کنید. با در نظر گرفتن اهمیت ۷ ثانیه اول مکالمه، نمی‌توان آن را بدون برنامه‌ریزی طرح کرد.

شش مرحله برای ساخت جمله آغازکننده و متقاعدسازی در ۷ ثانیه

یک جمله آغازکننده قدرتمند باید شامل شش عنصر کلیدی باشد. هر یک از مراحل زیر برای داشتن تلفن فروشی موفق حیاتی است. برای آماده کردن جمله آغازکننده‌ای که منجر به فروش شود، آن را روی کاغذ بنویسید.



سلام با نام معرفی خود معرفی شرکت دلیل تماس جمله فایده

این شش مرحله چارچوب اصلی ساخت یک جمله آغازکننده حرفه‌ای را تشکیل می‌دهند که می‌تواند مشتری را در همان ثانیه‌های اول متقاعد به ادامه گفتگو کند.

مرحله اول و دوم: معرفی اولیه

مرحله اول: سلام با نام مشتری

شیرین‌ترین کلمات در هر زبانی، اسم و فامیلی ماست. وقتی اسم یا فامیلی مشتری را به زبان می‌آورید، او به سرعت جذب صدای شما می‌شود و گوش‌هایش را تیز می‌کند.

⚠ با بد تلفظ کردن نام یا فامیلی مشتری، کل کارهای خوبی که انجام داده‌اید ضایع نکنید. از قبل تلفظ صحیح را یاد بگیرید.
⚠ در ایران، بهتر است به جای نام مشتری از فامیلی مشتری استفاده کنید.

مرحله دوم: اسم کامل‌تان را بگویید

اغلب فروشندگان به دلیل هیجان و استرس، خودشان را با عجله و تنها با ذکر نام کوچک معرفی می‌کنند یا فامیلی خود را نامفهوم معرفی می‌کنند.

اطمینان حاصل کنید که نام کامل‌تان را به مشتری می‌گویید. اگر در نوشته‌تان اسمتان را کامل بنویسید، در زمان گفتن آن را به خاطر می‌آورید و بعد از مدتی تبدیل به عادت می‌شود.

آیا شما دوست دارید کسی فامیلی شما را اشتباه تلفظ کند؟
همین احساس را مشتری شما هم دارد.

مرحله سوم: معرفی شرکت

درست همانند معرفی کامل اسمتان رفتار کنید. مطمئن شوید که خدمات شرکتتان را به شیوه‌ای درست، ماهرانه و با درک آسان معرفی می‌کنید.

جمله تخصصی: قدرتمندترین ابزار معرفی

یک جمله تخصصی، حوزه تخصصی‌تان یا حوزه‌ای را که به خاطرش مشهورید به مشتری معرفی می‌کند. واژه «تخصص» شما را در جایگاه یک متخصص قرار می‌دهد؛ مردم می‌خواهند با بهترین‌ها کار کنند.

مثال ۳

ما متخصص تعمیر
سریع کامپیوتر
هستیم.

مثال ۲

ما متخصص
فروختن گران‌ترین و
بهترین املاک
منطقه دو هستیم.

مثال ۱

ما متخصص در
کاهش هزینه‌های
مصرف کاغذ
هستیم.

وقتی متخصص هستید، ریسک کمتری دارید

وقتی خود را متخصص معرفی می‌کنید، مشتری با احتمال ریسک کمتری مواجه می‌شود و اعتماد بیشتری پیدا می‌کند.

شرکت شما چه کارهایی را بهتر از دیگران انجام می‌دهد؟

قابلیت‌های اصلی، تمرکز اصلی یا عناصر اصلی که تجارتتان را از دیگران متمایز می‌کنند را شناسایی کنید.

مرحله چهارم و پنجم: دلیل تماس و جمله فایده

مرحله چهارم: دلیل تماستان را توضیح دهید

راحت‌ترین راه برای رفتن سراغ اصل موضوع، رفتن سراغ اصل موضوع است:

«دلیل تماس من این است که آموزش‌های ما می‌تواند تا ۴۰ درصد فروش محصولات یا خدمات شما را افزایش دهد.»

تمرکزتان را بر مشتری حفظ کنید. علت تماستان را به شیوه‌ای معنادار برای او بیان کنید.

مرحله پنجم: جمله فایده (WIFM)

جمله فایده باید روی موج WIFM تنظیم شود:

در آن چه نفعی برای من وجود دارد؟

What's In it For Me

نمونه‌ها:

- ما موفقیت‌های چشمگیری در کاهش هزینه‌های مصرف کاغذ داشته‌ایم.
- مشتریانمان به طور میانگین ۱۵٪ کاهش وزن در کمتر از سه هفته داشته‌اند.

هرچه تماس کمتری با مشتری داشته باشید، جمله فایده‌تان از حساسیت بیشتری برخوردار می‌شود.

مرحله ششم: پل و رابط پایانی

با نزدیک شدن به علامت ۷ ثانیه، زمان آن رسیده تا جمله آغازکننده را به بقیه جملات جوش بزنید. سوال یا پُلی برای نتیجه‌گیری مطرح کنید که ادامه دادن مکالمه طبیعی و آسان شود.

درخواست قرار ملاقات

«بهتر است یک قرار ملاقات برای صحبت با هم بگذاریم. کدام روز مناسب‌تر است، سه‌شنبه یا چهارشنبه؟»

سوال زمان‌بندی

«آیا در این هفته وقت دارید یا هفته بعد؟»

اجازه گرفتن

«آیا مایلید چند دقیقه برای دیدن هم دیگر وقت بگذاریم؟»

فرم کامل جمله آغازکننده:

01

(نام مشتری) سلام، من (نام کامل خودت + معرفی شرکت) هستم.

02

دلیل تماس امروز من این است که براساس تجربه در (حوزه خاص)...

03

ما می‌توانیم به شما در کاهش (نتیجه منفی) کمک کنیم، در عین حال (نتیجه مثبت) را افزایش دهیم.

04

اگر یک لحظه وقت دارید، دوست دارم موقعیت شما را بررسی کنم.

قدم بعدی: تمرین و ارائه مؤثر

نوشتن جمله آغازکننده تنها نیمی از کار است. ارائه مؤثر آن اهمیت بیشتری دارد. روش نوشتن شما با روش صحبت کردنتان دو موضوع کاملاً مجزا هستند. شما باید فردی با اعتماد به نفس، حرفه‌ای و با معلومات به نظر برسید.

سوالات ارزیابی جمله آغازکننده:

قدرت متقاعدسازی 

به قدر کافی متقاعدکننده هست؟

طبیعی بودن 

آیا مقدمه گفت‌وگویتان طبیعی
به نظر می‌رسد؟

کنجکاوی برانگیز 

به قدر کافی کنجکاوی برانگیز است؟

جلب توجه 

جمله آغازین جلب توجه می‌کند؟

شما تنها زمانی می‌توانید به این سوال‌ها پاسخ دهید که از قبل
آنها را آزمایش کرده باشید.

مثال‌های کاربردی: بخش نرم‌افزار و فناوری

در حوزه‌های نرم‌افزار، دیجیتال مارکتینگ و طراحی وب، مشتریان با چالش‌های مشخصی روبه‌رو هستند. جملات زیر این چالش‌ها را هدف می‌گیرند:

نرم‌افزار حسابداری

«آقای احمدی، سلام. من سعید رضایی هستم از شرکت نرم‌افزاری تخصصی حسابداری تپش. دلیل اصلی تماس من اینه که خیلی از فروشگاه‌ها هنوز گزارش دقیقی از سود و موجودی‌شون ندارند و بخشی از درآمدشون هدر میره. اگر اجازه بدید، در کمتر از یک دقیقه توضیح بدم.»

طراحی سایت

«خانم عباسی، سلام. من محمد حسینی هستم از شرکت طراحی سایت تخصصی رازینه سبز. دلیل اصلی تماسم اینه که خیلی از کسب‌وکارها با وجود تبلیغات زیاد، هنوز از سایت‌شان مشتری کافی دریافت نمی‌کنند. اگر زمان مناسبه، در کمتر از یک دقیقه توضیح می‌دم.»

دیجیتال مارکتینگ

«آقای نادری، سلام. من محبوبه رضایی هستم از شرکت دیپلوی که تخصصی در مورد تبلیغات آنلاین فعالیت میکنیم. دلیل اصلی تماسم اینه که بسیاری از فروشگاه‌های آنلاین بازدید دارند اما نرخ تبدیل‌شان پایین است. اگر اجازه بدید، یک سؤال کوتاه از شما بپرسم.»

نکته کلیدی: در هر سه مثال، مشکل کاملاً واقعی و قابل تشخیص است — این مشتری را وادار به شنیدن می‌کند.

تنظیم و بهینه سازی جمله آغازکننده

می‌توانید متنتان را به گونه‌ای بنویسید که شما را از رقبایتان متمایز کند. تمام مطالب شرکتتان از جمله بروشورهای مشتریان، گزارش‌های سالیانه، وبسایت شرکت و مقالات خبری را مطالعه کنید.

1 حوزه تخصصی خود را بشناسید

حوزه تخصصی دقیق شما چیست؟ ده ادعای اول یا نواحی تأکید شما چه هستند؟

2 از دید مشتری ببینید

وقتی بتوانید کارتان را از دید مشتری ببینید، در موقعیت بهتری نسبت به اطلاعات مهم قرار خواهید گرفت.

3 با همکاران مرور کنید

با همکاران درباره عباراتی که بهترین توصیف از خدمات شما ارائه می‌دهند بررسی کنید.

4 از مشتری قدیمی بازخورد بگیرید

بهترین مشتریان را انتخاب و متن را با او آزمایش کنید. نظر مشتریان بهترین بازخورد است.

۷۵ قلاب حرفه‌ای شروع مکالمه تلفنی

✓ قابل استفاده در تمامی کسب‌وکارهای وابسته به تلفن

✓ کاملاً کاربردی و قابل اجرا در بازار ایران

بیشتر فروشندگان تصور می‌کنند مشتری به محصول، قیمت یا برند آن‌ها نه می‌گوید؛ درحالی‌که واقعیت چیز دیگری است. در بسیاری از تماس‌های تلفنی، مشتری حتی فرصت نمی‌دهد که فروشنده پیشنهادش را مطرح کند.

چرا؟ چون در همان چند ثانیه اول، دلیلی برای ادامه مکالمه پیدا نمی‌کند.

7

ثانیه طلایی

فرصت شما برای
متقاعدسازی

5

دسته‌بندی

هر دسته برای
موقعیت خاص

75

قلاب حرفه‌ای

برای شروع
مکالمه تلفنی

هدف این قلاب‌ها یک چیز است: **وادار کردن مشتری به ادامه گفتگو.**

قلاب‌های کنجکاوی

قلاب ۱

دلیل تماس من احتمالاً با تمام تماس‌هایی که امروز دریافت کرده‌اید فرق دارد...

قلاب ۲

یک سؤال کوتاه دارم که جوابش می‌تواند برای کسب و کار شما جالب باشد.

قلاب ۳

چیزی دیدم که فکر کردم احتمالاً برای شما ارزش شنیدن دارد.

قلاب ۴

بیشتر مدیران صنعت شما از یک موضوع مهم غافل هستند...

قلاب ۵

فقط می‌خواهم یک ایده را با شما چک کنم.

قلاب ۶

شاید الان بهترین زمان نباشد، اما موضوعی دارم که احتمالاً برای شما مهم است.

قلاب ۷

در حال بررسی شرکت‌های این حوزه بودم و نام شما توجهم را جلب کرد.

قلاب ۸

یک سؤال دارم که پاسخ آن می‌تواند مسیر فروش شما را تغییر دهد.

قلاب ۹

اگر بتوانید یک مشکل مهم را در فروش خود حل کنید، ارزش شنیدن دارد؟

قلاب ۱۰

دلیل تماس من فروش مستقیم نیست.

قلاب ۱۱

اجازه می‌دهید در ۳۰ ثانیه بگویم چرا تماس گرفتم؟

قلاب ۱۲

احتمال می‌دهم الان با چالشی روبه‌رو باشید که بتوانیم در آن کمک کنیم.

قلاب ۱۳

یک نکته دیدم که احتمالاً برای شما جالب خواهد بود.

قلاب ۱۴

بیشتر شرکت‌های هم‌صنعت شما این اشتباه را مرتکب می‌شوند.

قلاب ۱۵

فقط یک سؤال دارم و اگر مفید نبود، تماس را تمام می‌کنیم.

قلاب‌های مبتنی بر مشکل

قلاب ۱۶

این روزها جذب مشتری برای شما سخت‌تر شده؟

قلاب ۱۷

از عملکرد تیم فروش خود رضایت دارید؟

قلاب ۱۸

نرخ تبدیل تماس‌ها به فروش چقدر است؟

قلاب ۱۹

چند درصد تماس‌ها بدون نتیجه تمام می‌شوند؟

قلاب ۲۰

اگر بتوانید فروش خود را ۲۰ درصد افزایش دهید، برایتان مهم است؟

قلاب ۲۱

آیا مشتریان زیادی دارید که بعد از دریافت اطلاعات، دیگر پاسخ نمی‌دهند؟

قلاب ۲۲

آیا از پیگیری‌های تیم فروش راضی هستید؟

قلاب ۲۳

امسال فروشتان مطابق برنامه بوده؟

قلاب ۲۴

بزرگ‌ترین چالش فروش شما چیست؟

قلاب ۲۵

اگر بتوانید زمان فروش را کوتاه‌تر کنید، جذاب است؟

قلاب ۲۶

آیا از تعداد مشتریان جدید خود راضی هستید؟

قلاب ۲۷

آیا قیمت تنها مانع فروش شماست؟

قلاب ۲۸

بیشتر تماس‌هایتان به جلسه یا فروش تبدیل می‌شود؟

قلاب ۲۹

چند درصد مشتریان بدون خرید از دست می‌روند؟

قلاب ۳۰

اگر بتوانید دلیل اصلی از دست رفتن مشتریان را پیدا کنید، برایتان مهم است؟

قلاب‌های نتیجه‌محور

قلاب ۳۲

راهکاری داریم که نرخ پاسخگویی تماس‌ها را بیشتر می‌کند.

قلاب ۳۱

به چند شرکت کمک کرده‌ایم فروش خود را افزایش دهند.

قلاب ۳۴

به شرکت‌های مشابه شما کمک کرده‌ایم مشتریان بیشتری جذب کنند.

قلاب ۳۳

روش جالبی برای افزایش نرخ تبدیل پیدا کرده‌ایم.

قلاب ۳۶

یک راه ساده برای افزایش بهره‌وری تیم فروش پیدا کرده‌ایم.

قلاب ۳۵

اگر بتوانید تماس‌های بیشتری را به فروش تبدیل کنید، ارزش شنیدن دارد؟

قلاب ۳۹

راهکاری داریم که هزینه جذب مشتری را کاهش می‌دهد.

قلاب ۳۸

روش ما باعث شده بسیاری از کسب‌وکارها فروش بیشتری تجربه کنند.

قلاب ۳۷

بیشتر مشتریان ما ابتدا همین مشکل را داشتند.

قلاب ۴۲

فکر می‌کنم بتوانیم به افزایش فروش شما کمک کنیم.

قلاب ۴۱

نتیجه‌ای که مشتریان ما گرفته‌اند احتمالاً برای شما هم جالب است.

قلاب ۴۰

اجازه می‌دهید توضیح بدهم چرا شرکت‌های مشابه شما از این روش استفاده می‌کنند؟

قلاب ۴۵

چند شرکت مشابه شما به نتایج خوبی رسیده‌اند.

قلاب ۴۴

ایده‌ای داریم که باعث می‌شود مشتریان سریع‌تر تصمیم بگیرند.

قلاب ۴۳

موضوعی دارم که می‌تواند زمان فروش را کوتاه‌تر کند.

قلاب‌های اجازه گرفتن

این دسته از قلاب‌ها با احترام گذاشتن به وقت مشتری، در مکالمه را باز می‌کنند. مشتری احساس می‌کند که کنترل در دست اوست و این حس، تمایل به شنیدن را افزایش می‌دهد.

قلاب ۴۷

اجازه می‌دهید خیلی کوتاه دلیل تماس را بگویم؟

قلاب ۴۶

الان ۳۰ ثانیه فرصت دارید؟

قلاب ۴۹

فقط یک دقیقه از وقتتان را می‌گیرم.

قلاب ۴۸

اگر مفید نبود، تماس را تمام می‌کنیم.

قلاب ۵۱

اجازه می‌دهید یک سؤال بپرسم؟

قلاب ۵۰

آیا زمان مناسبی برای صحبت است؟

قلاب ۵۴

قول می‌دهم کوتاه باشم.

قلاب ۵۳

می‌توانم در کمتر از یک دقیقه توضیح بدهم.

قلاب ۵۲

اگر موضوع جذاب نبود، ادامه نمی‌دهیم.

قلاب ۵۷

فقط یک ایده دارم که شاید برایتان مفید باشد.

قلاب ۵۶

آیا می‌توانم دلیل تماس را توضیح بدهم؟

قلاب ۵۵

اگر به کارتان نیامد، دیگر مزاحم نمی‌شوم.

قلاب ۶۰

آیا زمان مناسبی است؟

قلاب ۵۹

می‌توانم یک سؤال کوتاه بپرسم؟

قلاب ۵۸

اگر اجازه بدهید، یک پیشنهاد دارم.

قلاب‌های اعتبار و اثبات اجتماعی

این قلاب‌ها با استناد به تجربیات موفق گذشته، اعتبار شما را ثابت می‌کنند. مشتریان به سابقه اعتماد می‌کنند.

قلاب ۶۱

با چند شرکت هم‌صنعت شما همکاری داشته‌ایم.

قلاب ۶۲

بسیاری از مشتریان ما دقیقاً شرایط شما را داشتند.

قلاب ۶۳

شرکت‌های مشابه شما از این راهکار استفاده می‌کنند.

قلاب ۶۴

به ده‌ها کسب‌وکار کمک کرده‌ایم فروش بیشتری داشته باشند.

قلاب ۶۵

مدیران زیادی در صنعت شما با ما همکاری می‌کنند.

قلاب ۶۶

این راهکار قبلاً در شرکت‌های مشابه شما اجرا شده است.

قلاب ۶۷

نتایج جالبی در این صنعت گرفته‌ایم.

قلاب ۶۸

بسیاری از مشتریان ما ابتدا تردید داشتند.

قلاب ۶۹

احتمال می‌دهم این موضوع برای شما هم کاربردی باشد.

قلاب ۷۰

در حال حاضر چند شرکت از همین راهکار استفاده می‌کنند.

قلاب ۷۱

تجربه خوبی در این صنعت به دست آورده‌ایم.

قلاب ۷۲

راهکار ما قبلاً امتحان خود را پس داده است.

قلاب ۷۳

بیشتر مشتریان ما از طریق معرفی به ما رسیده‌اند.

قلاب ۷۴

نتایجی که در این صنعت گرفته‌ایم قابل توجه بوده است.

قلاب ۷۵

به همین دلیل تصمیم گرفتم با شما تماس بگیرم.

نکته مهم: فرمول موفقیت

هیچ قلابی به تنهایی معجزه نمی‌کند.

نوع مشتری

شناخت کامل شخصیت و نیاز مشتری

نوع صنعت

تطبیق قلاب با زبان آن صنعت

نوع تماس

اول؟ پیگیری؟ مشتری قدیمی؟

لحن اجرا

طرز ارائه تفاوت را می‌سازد

هنر فروشندگان حرفه‌ای این نیست که یک متن حفظ کنند؛ هنر آن‌ها این است که برای هر مشتری، قلاب مناسب را طراحی و اجرا کنند.

آیا هنوز با ساخت جملات آغازکننده مشکل دارید؟

اگر هنوز در ساخت بهترین عبارات شروع‌کننده مکالمه تلفنی خود دچار مشکل هستید و مطمئن نیستید که بهترین عبارت را ساخته‌اید، یا اگر تماس‌های تلفنی شما به فروش ختم نمی‌شود و به دنبال راه‌حل‌های اساسی برای بهبود آن هستید، می‌توانید از خدمات مشاوره ما استفاده کنید.

مهارت فروش

یادگیری مهارت‌های فروش و مذاکره تلفنی برای کارشناسان و مدیران فروش اهمیت زیادی دارد.

ارتباط مؤثر

توانایی ایجاد تأثیر مثبت در ابتدای مکالمه و هدایت گفتگو به سمت نتایج مطلوب.

تصمیمات هوشمندانه

این مهارت‌ها به آن‌ها کمک می‌کند در موقعیت‌های مختلف فروش، تصمیمات هوشمندانه‌تری بگیرند.

آیا می‌خواهید فروش و درآمدتان را چند برابر کنید؟

اگر پاسخ شما «بله» است، این تازه آغاز راه است...

✓ صاحب کسب و کار

از بهانه‌های تیم فروش خسته شده‌اید.

✓ مدیر فروش

می‌خواهید نرخ تبدیل تیم فروش خود را متحول کنید.

✓ کارشناس فروش

می‌خواهید درآمدتان را چند برابر کنید.

✓ درآمد با موبایل

می‌خواهید بدون سرمایه اولیه و فقط با یک موبایل کسب درآمد کنید.

✓ تیم‌سازی

می‌خواهید یک تیم فروش حرفه‌ای بسازید.

✓ فروشگاه اینترنتی

به دنبال جذب مشتری بیشتر هستید.

ما به شما در این زمینه می‌توانیم کمک کنیم تا بدون آزمون و خطا و در سریع‌ترین زمان ممکن درآمدتونو چند برابر کنید.

فروشنده‌گی یک مهارت است، نه یک استعداد ذاتی!...

هر کسی که بتواند مذاکره کند، متقاعد کند و اعتماد بسازد، می‌تواند فروشنده‌ای حرفه‌ای و پردرآمد باشد.



اعتمادسازی
پایه و اساس هر
فروش موفق



متقاعدسازی
هنر تغییر دیدگاه با
کلام مؤثر



مذاکره
توانایی رسیدن به
توافق با مشتری

اگر می خواهید یاد بگیرید...

→ **جذب مشتری**

چگونه مشتری جذب کنید.

→ **متقاعدسازی**

چگونه متقاعد کنید.

→ **نهایی سازی فروش**

چگونه فروش را نهایی کنید.

→ **تیم سازی**

چگونه تیم فروش بسازید و مدیریت کنید.

→ **سیستم سازی**

چگونه کسب و کار خود را توسعه دهید.

→ **تلفن = ماشین پول ساز**

چگونه از تلفن، به یک ماشین پول سازی تبدیل شوید.

می‌توانید روی آموزش‌های ما حساب ویژه‌ای باز کنید.

مقاعدسازی و مذاکره حرفه‌ای



تکنیک‌های پیشرفته برای بستن
معامله

آموزش فروش تلفنی



تسلط کامل بر هنر مقاعدسازی
از پشت تلفن

سیستم‌سازی فروش



ایجاد فرآیندهای قابل تکرار و
مقیاس‌پذیر

مدیریت و رهبری تیم فروش



ساخت و رهبری تیم‌های فروش برنده

مشاوره و کوچینگ فروش



راهنمایی شخصی‌سازی شده
برای رشد شما

راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار



از ایده تا اجرا و رشد پایدار

آکادمی تماس های میلیاردری

بهزاد استقامت
متخصص مذاکره و فروش
تلفنی

۲۷ سال تجربه آموزش و
مشاوره به مدیران، صاحبان
کسب و کار و تیم های فروش

تخصص های اصلی

- آموزش تیم های فروش تلفنی
- آموزش های سازمانی
- کوچینگ حرفه ای مدیران و تیم فروش
- آنالیز مکالمات تلفنی و اصلاح ساختار
- سیستم سازی فروش
- مذاکره و متقاعدسازی
- شخصیت شناسی مشتری
- تیم سازی و رهبری
- طراحی قیف فروش اختصاصی
- طراحی اسکریپت مکالمه تلفنی
- آنالیز کسب و کار و اصلاح فرآیندها
- ...و



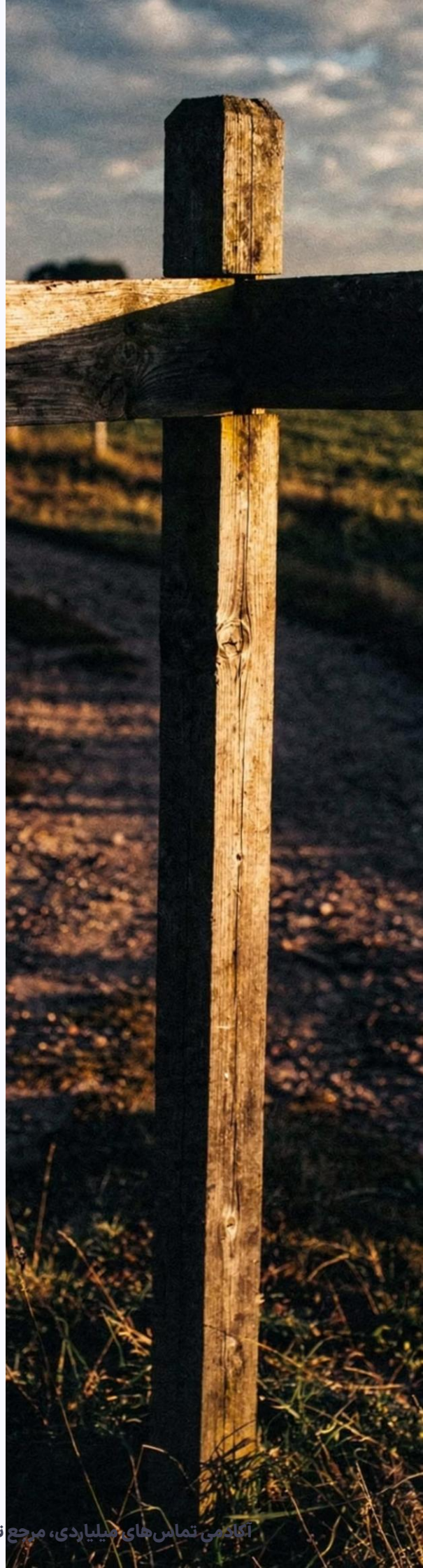
امروز تصمیم بگیرید...

مهارتی را یاد بگیرید که می‌تواند تا
پایان عمر برای شما درآمد ایجاد
کند.

سرمایه‌گذاری روی خودتان بهترین
سرمایه‌گذاری است.

یک سال دیگر در همین نقطه بمانید...
بدون تغییر، بدون رشد، بدون مهارت جدید.

فروشنده‌گی یک مهارت اکتسابی
است. هر روزی که آموزش را به
تأخیر بیندازید، یک روز از رقبایتان
عقب می‌مانید.



همین حالا پیوندید!

به جمع هزاران مدیر، کارشناس فروش و صاحبان کسب و کاری پیوندید که تصمیم گرفتند فروش را به یک مهارت حرفه‌ای تبدیل کنند.

اینستاگرام

@behzadesteghamat

وبسایت

www.rahemodiran.com

تماس

مستقیم

۰۲۱-۹۱۰۱۰۳۶۳

جهت اطلاع از دوره های آموزشی درون سازمانی، آموزشهای ویدیویی، کلاسها و کارگاه های حضوری و آنلاین و مشاوره رایگان با کارشناسان مجموعه، همین الان روی لینک زیر کلیک کنید.

ثبت درخواست مشاوره رایگان

آکادمی تماس های میلیاردری

جایی که فروشندگان معمولی، به فروشندگان حرفه‌ای تبدیل می شوند.

کارگاه تخصصی

فروش و متقاعد سازی تلفنی
سیلرز باکس

حضور - آنلاین

رازهای پنهان فروش و متقاعد سازی تلفنی
که رقبای شما نمی خواهند شما بدانید

ثبت نام فقط با مصاحبه تلفنی انجام خواهد شد

