

بازاریابی تلفنی

چکیده

طبق تحقیقات به عمل آمده، با رقابتی تر شدن کسب و کارها، اهمیت ارتباط موثر با مشتریان نیز بیشتر می شود در این فضا از بین شیوه های مختلف ارتباط با مشتری نظیر تبلیغات، روابط عمومی، فروش شخصی، پیشبرد فروش و بازاریابی مستقیم، شیوه های ارتباط دوطرفه نظیر فروش شخصی و بازاریابی مستقیم موثرتر خواهند بود، و علت آن هم تعامل دوطرفه ای است که بین بنگاه اقتصادی و مشتریان صورت می گیرد. در این ارتباط، علاوه بر اینکه بنگاه اقتصادی در شناساندن خویش به مشتری تلاش می کند تا بتواند تقاضای او را به سمت بنگاه سوق دهد، فرصتی فراهم می شود تا صدای مشتری را نیز بشنود که نتایج آن برای رقبا و گسترش کسب و کار حائز اهمیت است به طوری که بنگاه می تواند مشتری را بشناسد و نیاز او را بداند و در راستای کسب رضایت مشتری با نگرش برد دوجانبه حرکت کند. یکی از راههای بازاریابی مستقیم، بازاریابی تلفنی است که بهره گیری صحیح از تلفن علاوه بر نکات پیش گفته در راستای مدیریت زمان نیز به بازاریابان در دنیای شلوغ و پیچیده امروزی کمک می کند. در این مقاله به بازاریابی تلفنی و مهارت های لازم برای نیل به موفقیت در مذاکرات تلفنی پرداخته شده است.

مقدمه

یکی از تاکتیک های مهم متقاعد کردن مشتریان آگاه امروزی که حق انتخاب آنان به علت گسترش رقابت، پیوسته روبه افزایش است، ترویج (PROMOTION) است که خود از پنج ابزار تبلیغات، پیشبرد فروش، روابط عمومی، فروش شخصی و بازاریابی مستقیم تشکیل می شود. از طرفی، باتوجه به بالارفتن ارزش وقت و لزوم مدیریت زمان برای نیل به اهداف بنگاه های اقتصادی و همچنین اثربخشی بیشتر شیوه های ارتباطی دوطرفه (نظیر فروش شخصی و بازاریابی مستقیم) در این مقوله، به یکی از کانال های بازاریابی مستقیم یعنی بازاریابی تلفنی پرداخته شده است.

تعریف بازاریابی

تعریف های گوناگونی برای بازاریابی بیان شده است، مانند گروهی از فعالیتهای تجاری وابسته، پدیده ای بازرگانی، فرآیندی اقتصادی، فرایند مبادله یا انتقال مالکیت محصولات، فرایند تعدیل عرضه و تقاضا، و بسیاری معانی دیگر. هر کدام از این تعاریف بیان کننده گوشه ای از فعالیتهای بازاریابی است، ولی تعریف کامل آن منطبق بر گرایش بازاریابی جدید نیست. امروزه صاحب نظران، بازاریابی را فرایند رضای نیازها و خواسته های بشر تعریف می کنند. به نظر فلیپ کاتلر، برجسته ترین صاحب نظر در این رشته، بازاریابی عبارت است از «فعالیتی انسانی در جهت رضای نیازها و خواسته ها از طریق فرایند مبادله».

اصول پایه ای بازاریابی تلفنی:

کسی که قصد انجام بازاریابی تلفنی را دارد باید بداند که هیچ کس محصولی را فقط به خاطر اینکه دیگران آن را خریده اند نخواهد خرید بلکه به دنبال برآورده شدن انتظارات خویش از آن محصول، اقدام به خرید خواهد کرد.

در این نوع بازاریابی تنها واسطه بین شما و مشتری تلفن و صدای شما می باشد.

شش عامل مهم برای موفقیت در فروش:

- ۱- تنها به افکار و حضور ذهن خود تکیه نکنید و خود را از قبل برای اینکار آماده سازید.
 - ۲- خود را به جای مشتری قرار دهید و ببینید حال از فروشنده چه انتظاراتی دارید.
 - ۳- بفهمید که در این مذاکره به دنبال چه چیزی هستید و آیا باید به شیوه خاصی صحبت کنید.
 - ۴- درباره این مورد خاص چگونه باید مذاکره را پیش ببرید.
 - ۵- چه چیزی می تواند شما را در مذاکره پشتیبانی کند.
 - ۶- منتظر مطرح شدن چه سئوالاتی از جانب مشتری می باشید.
- بازاریابی تلفنی بر روی یک هدف متمرکز شده است و آن فروش محصول بوسیله تلفن می باشد. یعنی باید پس از مکالمه سفارش فروش صورت گرفته باشد. مسیر مذاکره را کسی معین می کند که سئوالات را مطرح می کند پس این فرد شما باشید!!

۵ نکته اصلی:

- ۱- من چه کسی هستم؟
- ۲- قصد انجام چه کاری را دارم؟
- ۳- چرا قصد انجام این کار را دارم؟
- ۴- مشتری چه می خواهد؟
- ۵- فروش محصول - متشکرم!!

نکاتی برای (بازاریابی تلفنی)

- * ۵ ثانیه قبل از تماس گرفتن با مشتری تمرکز کنید و یک طرح کلی مناسب را آماده کنید.
- * مزایای محصول خود را یادآوری کنید
- * بعد از هر تماس خود را ۳ ثانیه نقد کنید.
- * گرسنگی باعث عدم تمرکز و عصبی شدن خواهد شد پس در هنگامی که با مشتری صحبت نمی کنید غذا بخورید.
- * هر ۳۰ دقیقه ۱ بار به خود ۳ دقیقه استراحت دهید.

فروشنده با سیستم پاسخگوی تلفنی

امروزه بازاریابی نوین به سمت روشهای خودکار پیش می رود. در گذشته تمامی عملیات بازاریابی و فروش توسط فروشندگان انجام می شد. ولی امروزه شرکتهایی در فروش خود موفق خواهند شد که از سیستمهای خودکار برای ساده سازی کارهای خود استفاده کنند.

یکی از ابزار مهم در هر کسب و کار ، سیستم پاسخگوی تلفنی خودکار است.

این سیستمها در دو نوع موجودند. انواع سخت افزاری و انواع نرم افزاری.

در نوع نرم افزاری یک نرم افزار بر روی کامپیوتر نصب می شود و کامپیوتر از طریق مودم به خط تلفن متصل می شود. پس از راه اندازی سیستم می توانید وظیفه هر دکمه را تعریف کنید. مثلا با زدن دکمه ۱ جدیدترین محصولات معرفی شوند و با زدن دکمه ۲ فروشهای ویژه هفتگی معرفی شوند.

بجای استفاده از موسیقی خالی در هنگام انتظار مکالمه ، از پیام های تبلیغاتی استفاده کنید و یا مخاطب را با کسب و کار و محصولاتتان آشنا نمایید. در اینصورت مخاطب بزودی خسته نخواهد شد. من همواره تعجب می کنم که مدیران ، منشی استخدام می کنند و به او وظیفه تکراری و خسته کننده ای محول می کنند. کار منشی آن است که روزانه دهها بار عینا اطلاعاتی تکراری را برای تماس گیرندگان بازگو کند. در اینصورت خلاقیت از بین می رود.

بجای اینکار می توان بهترین متن ممکن را تهیه نمود و آنرا ذخیره نموده و بطور خودکار برای مشتریان پخش نمود. سپس اگر مشتری به اندازه کافی ترغیب شد می تواند با زدن دکمه ای بر روی تلفن با اپراتور صحبت کند.

پیام پاسخگوی تلفنی را هر چند وقت یکبار تغییر دهید. در پیامهای خود دقیقا ساعات کاری شرکت را بگویید و از تماس گیرنده بخواهید در ساعات معینی تماس بگیرد. همچنین می توانید در پیام خاصی برای خارج از ساعات کاری تهیه نموده و به مخاطب بگویید که خارج از ساعات کاری تماس گرفته ولی با این وجود می تواند اطلاعاتی کافی درباره محصولات و خدمات شما بدست آورده و حتی می تواند سفارش خود را ثبت کند.

نرم افزارهایی وجود دارند که می توانند شماره شخص تماس گیرنده را نمایش دهند. و حتی اطلاعات مختصری از او و سابقه خرید او به نمایش بگذارند. از این امکانات بهترین استفاده را بکنید .

بازاریابی تلفنی

اگر بدون وقت قبلی به محل استقرار مشتری مراجعه کنید، زمان زیادی را در راه صرف می کنید و امکان دارد طرف در محل حاضر نباشد و یا اینکه ممکن است مدتی را در انتظار باشید ولی بازهم شما را نپذیرد. پس بهتر است ملاقاتهای حضوری حتی الامکان با وقت قبلی باشد. تلفن را دست کم نگیرید. از تلفن استفاده کنید. این وسیله سرعت کار شما را افزایش می دهد و اگر هم مشتری نبود زمان اندکی را از دست داده اید. بدانید که تلفن برای شروع ارتباط بسیار مناسب است (مگر برای مشتریان قدیمی که با تلفن سفارش می دهند).

برای برقراری ارتباط با افراد مهم یکی از بهترین زمانهای تماس تلفنی، صبح زود است و یکی آخر وقت که منشی ها رفته اند. منشی ها بسیار خوب هستند اما باید پذیرفت که بعضی از مواقع مانع برقراری تماس می شوند. باید تکنیک های بازاریابی تلفنی را یاد بگیرید و از آنها استفاده کنید.

به موارد زیر توجه کنید و آنها را به کار ببرید:

- کار با تلفن باید هدفمند باشد؛
- قبل از گرفتن شماره، خود را کاملاً آماده کنید. این آمادگی شامل سرحال بودن، به کاربردن عبارات کلیه مـثبـت نظیر اینکه: الان می خواهم یکبازاریابی تلفنی موفق داشته باشم آراسته بودن، لبخند زدن، فراهم بودن ابزار کارنظیر قلم، اطلاعات موردنیاز و... می شود. معطل گذاشتن مشتری برای پیدا کردن خودکار، آمار و... پسندیده نیست. اطمینان داشته باشید تمام ارقام و مدارک به روز است؛
- صبح زود شروع کنید، کسب و کار از ساعت ۸ شروع می شود، ضمن اینکه خیلی از مدیران موفق قبل از ساعت ۸ صبح در محل کارشان حضور دارند. سحر خیزباش تا کامرواشوی؛
- یک عدد آئینه روی میزتان قرار دهید تا در هنگام مکالمه به آن نگاه کنید و لبخند بزنید. حالت چهره شما در صدایتان منعکس می شود، به یاد داشته باشید که در بازاریابی تلفنی تنها سلاح شما صداست، پس این سلاح را درست به کارگیرید؛
- برای هر یک از مکالمات تلفنی خود از قبل برنامه ریزی کنید، اول تمام مکالمه را در ذهنتان تمرین کنید، مجسم سازید که پیشاپیش در این کار موفق شده اید و حالا فقط می خواهید این موفقیت را تکرار کنید؛
- نام مخاطب را پرسیده و درست تلفظ کنید؛
- در مذاکرات تلفنی مهم، ایستاده صحبت کنید. در این صورت آدرنالین بیشتری از مغز ترشح می شود و تسلط شما را بالا می برد؛
- دست نوشته داشته باشید. متنی را از قبل آماده کنید تا در شروع مذاکرات از آن استفاده کنید. این متن باید شما و شرکت را معرفی کند، مقصود شما را از تلفن زدن بیان کند و مزایای محصول و وجه تمایزتان را نشان دهد. چنان ماهرانه از متن استفاده کنید که طرف مقابل متوجه روخوانی تان نشود؛
- مشتری باید در تن و لحن صدای شما شادابی را احساس کند. معایب تلفن به عنوان یک عامل ارتباطی شامل فقدان ارتباط چشمی و احتمال آماده نبودن طرف مقابل یا منحرف شدن توجه او به دلیل سایر فعالیتها (یا شلوغی جاده در صورتی که طرف در جاده باشد) می شود. لذا تمام این نقایص را باید صدای گرم و جذاب شما جبران کند؛
- با مشتری گفتگو کنید نه اینکه به طور یک جانبه مطالبی را به آنها بگویید؛
- برای وقت مشتری ارزش قائل شوید و در صورت عدم تمایل او وقت دیگری را برای مذاکره درخواست کنید؛
- حوصله داشته باشید؛
- در هنگام صحبت با تلفن جای نخورید، سیگار نکشید، روزنامه نخوانید و... و حواس خود را فقط روی گفتگو متمرکز کنید؛
- بی جهت روی بعضی از مواضع پافشاری نکنید؛
- به آداب و اعتقادات طرف مذاکره کننده احترام بگذارید؛ - تلفن را درست نگه دارید تا صدای شما واضح باشد. کلمات را واضح و با تلفظ صحیح به کار ببرید؛
- تصویر درستی از خود ارائه دهید، نه خود را کوچک بشمارید و نه غلوآمیز صحبت کنید؛
- با سرعت مناسب صحبت کنید، به طوری که تاثیر خوبی داشته باشد؛ - اگر در مکالمه های تلفنی طرف مقابل شما فریاد می کشد و سر شما داد

می زند، هرگز مقاله به مثل نکنید. بلکه آرام و نرم و با ملایمت صحبت کنید، در این گونه مواقع هم بهتر است بایستید و به مکالمه ادامه بدهید؛ - شاید طرف صحبت شما سوالهای غیرمرتبط و یا حتی خصوصی مطرح کند، خونسرد باشید و عصبانی نشوید، مدیریت ارائه اطلاعات داشته باشید، لازم نیست به همه سوالها پاسخ دهید، گاهی خود را به نشنیدن بزنید و مجدداً موضوع اصلی را پیش بکشید و گاهی هم شوخی کنید و سوالها را با ظرافت رد کنید به هر حال، سعی کنید مؤدبانه برخورد کنید و با سیاست و بازی با لغات مکالمه را به اتمام برسانید. در همه حال مواظب شخصیت مشتری باشید، یادتان باشد هدف بازاریابی، رسیدن به تعامل است نه مشغول شدن به تقابل، که نتیجه مثبتی برای کسب و کار ندارد؛

- مراقب کلام خود باشید، و در حذف کلمات کلیشه ای و عباراتی که تکیه کلام شما شده اند ولی خیلی پسندیده نیستند تلاش کنید. خانمها از اصطلاحات مردانه و آقایان از اصطلاحات زنانه نباید استفاده کنند؛ - هدف از بازاریابی تلفنی گرفتن وقت از مخاطب برای ملاقات حضوری است، لذا از ارائه اطلاعات زیاد خودداری کنید، در ملاقات حضوری شما علاوه بر صدا، ابزارهای دیگری هم برای تاثیر گذاشتن بر مشتری در اختیار دارید نظیر زبان، تاثیرات تیپ ظاهری، نمونه کالا، کاتالوگ، فیلم و...، لذا هدف اساسی تان گرفتن وقت ملاقات باشد؛

- صدایتان را ضبط کنید و به آن گوش دهید، این کار باعث می شود تا عیوب کارتان را پیدا کنید و با تمرین و مهارت آنها را برطرف سازید؛ - سعی کنید سوالها و اعتراضات مشتریان را پیش بینی کنید و فهرست سوالهای احتمالی خود را کامل کنید. جوابهای آنها را آماده کنید. این کار میزان آمادگی شما را در مذاکرات بعدی افزایش می دهد؛ - حرفه ای عمل کنید، از تلفن به عنوان یک وسیله کاری استفاده کنید، زود بروید سر اصل مطلب و از تعارفات کم کنید. اختلالاتی را که مکالمات تلفنی در کارتان ایجاد می کند را به حداقل برسانید. وسط حرف مشتری ندوید، مهارت های سخنرانی و گوش کردن را در خودتان بالا ببرید. پرشور باشید، با اعتماد به نفس صحبت کنید، از موضوع اصلی خارج نشوید؛ - ویژگی محصولاتان را بیان کنید اما این ویژگیها را با منافع و مزایایی که برای مشتری دارد پیوند دهید و تایید دیگران را در جهت بالابردن اطمینان مشتری بیان کنید تا اعتبارتان افزایش یابد؛ - یادداشت برداری کنید، این کار باعث می شود چیزی را از قلم نیندازید اما مواظب باشید یادداشت برداری به مذاکرات شما لطمه نزند. - تندنویسی را تمرین کنید .

- نکات کلیدی را یادداشت کنید؛

- تعداد تلفن زدن هایتان را افزایش دهید، قرار نیست تمام تماسهای شما به قرار ملاقات یا معامله منجر شود اما هر چقدر تعداد تماسهای شما بیشتر باشد و تسلط تان بالاتر برود قطعاً تعداد قرارملاقاتها و معاملات هم افزایش می یابد، رابطه مستقیم بین مشتری یابی امروز و منافع فردا وجود دارد؛

- مراحل مشتری یابی از طریق تلفن را فراگیرید. ابتدا توجه طرف مقابل را جلب کنید، سپس خود و شرکت را معرفی کنید، آنگاه از يك عبارت کلیدی

مثبت استفاده کنید و با قرار ملاقات گذاشتن مکالمه را به پایان برسانید؛

- به منشی‌ها خیلی احترام بگذارید، اینها انسانهای مهمی هستند و می‌توانند دوست شما برای برقراری تماس به مدیرشان باشند یا اینکه مانع شما بشوند. در اولین تماسها با منشی جمله‌ای که می‌گویند، امری مؤدبانه و سریع باشد تا او را وادار به حرکت سریع کند. نظیر سلام، آقای محسنی، لطفاً. جمله شروع نباید از ناحیه ضعف و با عبارات دارای بار روانی منفی مثل ببخشید مزاحم شدم یا خسته نباشید همراه باشد، به علاوه اینکه قاطع و با اعتماد به نفس صحبت کنید و من و من نکنید؛

- در کتلهای نویسندگان خارجی تاکید می‌شود که شما برای مشتری وقت ملاقات تعیین کنید.

سه شنبه ساعت ۵ بعدازظهر چطور است؟ یا سه شنبه ساعت ۵ بعدازظهر من آنجا خواهم بود ولی این روش در ایران جواب نمی‌دهد و به مشتری برمی‌خورد. بهتر است از او بخواهید وقت ملاقات را تعیین کند سپس به تنظیم وقت بپردازید. یادتان باشد که مشتری رئیس است؛

- موفقیت و شکستهایتان را در بازاریابی تلفنی تجزیه و تحلیل کنید و از آنها درس بگیرید، یکی از بهترین معلم‌ها تجربه است. هر بار که گوشی را برمی‌دارید باید خود را از نو بسازید اجازه ندهید تکراری بودن امور، شما را خسته کند، باید هر روز دوباره درمورد آنچه انجام می‌دهید فکر کنید؛ خلاق باشید؛

- در پایان هر مذاکره سعی کنید خیلی کوتاه خلاصه مذاکرات را بیان کنید و برای آن از مشتری تاییدیه بگیرید تا مبادا موضوعی برداشت مشترک نشده باشد؛

- سوال کردن در جای درست برای فهمیدن صحیح موضوع، مناسب است و ایرادی ندارد؛

- اطلاعات شما از رقبا میزان حرفه‌ای بودنشان را نشان می‌دهد و باعث می‌شود در مدیریت مکالمات تلفنی قویتر عمل کنید. این اطلاعات مربوط به مواردی از جمله محصولات آنها، قیمت‌هایشان، بازار هدفشان، پور سانتاژ بازارشان، تعداد نیروی فروش، میزان تخفیف، استراتژی فروش، دید رقبا نسبت به شما و... می‌شود؛

- در پایان مذاکرات تلفنی شما بعد از طرف مقابل، گوشی را زمین بگذارید؛

- تاریخ، ساعت، مکان و هدف قرارتان را یادداشت کنید؛

- در کلاسها و سمینارهای آموزشی بازاریابی تلفنی شرکت کنید تا احتمال موفقیت خود را بالا ببرید. مطالعه پیوسته کتابهای مربوطه هم فراموش نشود. در جلب رضایت مشتری از طریق تلفن کاملاً مهارت پیدا کنید. یاد بگیرید مانند یک نوازنده ماهر که با ساز خود هنرنمایی می‌کند، شما هم با تلفن هنر بازاریابی تلفنی خود را به نمایش گذارید؛

- بی‌تردید در فرایند هر گفتگو ممکن است ایرادهایی از سوی مشتری مطرح شود. مسلماً هر ایرادی یک مانع است و باید پاسخی برای آن طراحی شود. در چنین موقعیتی بیهوده دلواپس نشوید، سعی کنید دلواپسی‌های خود را کنترل کنید. در اغلب موارد مشخص شده است که دلایل دلواپسی افراد را می‌توان به نحو زیر طبقه بندی کرد:

الف) ۴۰ درصد دلواپسی‌های افراد درمورد مسائلی است که هرگز اتفاق نمی‌افتند؛

ب) ۴۰ درصد دلواپسی‌ها درمورد چیزهایی است که نمی‌توان آنها را تغییر داد؛

(ج) ۱۲ درصد دلواپسی ها در ارتباط سلامتی است؛
 (د) ۸ درصد دلواپسی ها به طور اصولی صحیح و واقعی اند.
 بنابراین، میان دلواپسی ها باید فرق گذاشت و از آنجا که در تماس تلفنی نسبت به تماس حضوری تنها از کانالهای مشخصی برای ارتباط استفاده می کنید، در آن صورت در موقعیتهایی که سرحال نیستید، سریعاً صدای شما حالت درونیتان را منعکس کرده و دلواپسی های شما را لو می دهد. بنابراین، زمانی که ایرادی از شما گرفته می شود، دلواپس نشوید و آن را یک حسن نظر تلقی کنید، زیرا در همین ایرادهاست که مسائل و نیازهای مشتری آشکار می گردد؛
 - اقدام کنید، بهترین راه برای غلبه بر شك و ترس حرکت است. اقدامات فوق را رعایت کنید و ابزارتان را آماده سازید، با تمرین، ایرادتان را برطرف کنید، مهارتهایتان را بالا ببرید، از دوستانتان بخواهید شما را راهنمایی کنند، به صدای خود گوش کنید و از همه چیز یاد بگیرید اما با تمام اینها تا اقدام نکنید موفق نمی شوید، با آمادگی، گوشی را بردارید و شروع کنید؛
 - فرم مذاکرات تلفنی را تنظیم کرده و تاریخ تماس، ساعت تماس، نام مخاطب، شرکت مخاطب، خلاصه مذاکره و اقدام بعدی که باید صورت گیرد را یادداشت کنید. و در پیگیریها از این فرم استفاده کنید.

ده نکته برای فروش تلفنی موفق

- ۱- در ساعات کاری ، تماسهای تلفنی شخصی را به حداقل برسانید. با انجام اینکار ، فروشتان بیشتر می شود. اگر در روز تنها ۳ تماس تلفنی شخصی داشته باشید ، و هر تماس بطور متوسط ۴ دقیقه طول بکشد ، در طی سال ، ۴۸ ساعت از وقت شما گرفته شده است. اختصاص ۴۸ ساعت برای فروش ، می تواند چندین مشتری جدید ایجاد کند.
- ۲- بیش از حد نگران بهترین زمان تماس با مشتریان نباشید. بعضی از فروشندگان ، اول ساعت کاری و حدود ظهر با مشتریان تماس نمی گیرند و با خود می اندیشند که مشتری در دسترس نخواهد بود. از تمام روز کاری برای تماسهای تلفنی استفاده کنید. اگر تلفن نکنید ، هیچگاه آنها را نخواهید یافت.
- ۳- برای تماسهای تلفنی ، هدفهای روزانه قرار دهید و سعی کنید در هر شرایطی به آن اهداف برسید. وقتی بدانید در روز باید به تعداد مشخصی برسید ، متمرکز تر و سریعتر کار خواهید کرد.
- ۴- برای روز بعد ، همین امروز برنامه ریزی کنید. اولین ساعت روز کاری بسیار با ارزش است ، چون با انرژی هستید ، پس آنرا به تماس گرفتن اختصاص دهید و نه به برنامه ریزی.
- ۵- تعداد تماسهای روزانه خود را در دفتری یادداشت کنید. هر روز سعی کنید حداقل یک تماس بیشتر از روز قبل بگیرید. وقتی پس از چند هفته نتایج را ببینید ، متعجب خواهید شد.
- ۶- اگر از روی فهرستی مشخصی از مشتریان پیش می روید ، به تک تک شماره ها زنگ بزنید. در مقابل این تم ایل که بطور اتفاقی زنگ بزنید و

یا از افرادی صرفنظر کنید ، بایستید. هیچگاه پيشداوری نکنید ، زیرا ممکن است فروش بزرگی را از دست بدهید.

۷- میزان درآمد خود را از هر تماس محاسبه کنید. درآمد هفتگی را بطور متوسط حساب کرده و بر تعداد مکالمات هفتگی تقسیم کنید. مقدار حاصل را در دفتر خود یادداشت کنید و سعی کنید این مقدار را افزایش دهید. یعنی بر روی این کار کنید که در تعداد تماسهای مشخص ، به افراد بیشتری بفروشید.

۸- وقتی با یک شرکت تماس می گیرید ، در صورت امکان با بالاترین مقام صحبت کنید ، زیرا او قدرت تصمیم گیری دارد و اگر شما را به افراد دیگری ارجاع داد ، می توانید بگویید که شخص با بالاترین مقام از شما خواسته تا با او هماهنگ کنید.

۹- اگر به شما گفته شد که شخص مورد نظر دیگر در اینجا فعالیت نمی کند ، بدون وقفه بپرسید چه کسی جای او را گرفته است و با او صحبت کنید. فرصت صحبت با یک مشتری جدید را از دست ندهید.

۱۰- اگر از روی فهرستی تماس می گیرید که در اختیار چندین نفر قرار می گیرد ، کار خود را از انتهای فهرست شروع کنید ، زیرا معمولاً دیگران از ابتدای فهرست کار خود را شروع کرده اند و افراد انتهایی فهرست ، مورد توجه کمتری قرار می گیرند.

اجتناب از ده اشتباه در تجارت تلفنی

این جملات را بسیار شنیده ایم: "نمی دانم در تماسهای تلفنی تجاری چه باید گفت و چگونه باید مشتری را جذب کرد." یا "در این هفته نتوانسته ام هیچ مشتری جدیدی بیابم."
آیا تا کنون برای شما پیش آمده است که از ناکامی های متعدد خسته شوید و فروش شما از طریق مکالمات تلفنی متوقف شود؟
هر یک اشتباهات زیر می تواند جذابیت فروش را از تجارت شما گرفته و آن را متوقف کند.

۱- تحمیل اجناس و خدمات به مشتری

اکثر ما از افرادی که همواره از خود تعریف می کنند و می خواهند خود را در نظر دیگران بلند مرتبه نشان دهند، خوشمان نمی آید. این امر در تجارت نیز صادق است. آیا شما دائماً درباره محصولات و خدمات خود و مزایای آنها صحبت می کنید؟ این کار مشتریان را به عقب می راند. فقط درباره مواردی صحبت کنید که مورد توجه مشتریان است و پیشنهادهای در مورد تقاضاهای آنها ارائه دهید. به این ترتیب آنها مشتری دائمی شما خواهند شد و به افزایش فروش و درآمد شما کمک خواهند کرد.

۲- نداشتن تبلیغات کافی برای معرفی شما به مشتری

موفقیت در تجارت تلفنی هنگامی محقق می شود که یک تماس تلفنی با شما انجام گیرد، تا بتوانید نیاز مشتری را به سرعت دریافت کنید و راه حل های پیشنهادی خود را به او تفهیم کنید. اگر مشتریان متوجه شوند که شما چه کمکهایی می توانید به آنها بکنید حتماً دومرتبه با شما تماس خواهند گرفت و برای شما تبلیغ خواهند کرد.

پیامهای تجاری و تبلیغات مختلف آن لاین یا آف لاین می تواند توجه تعداد زیادی از مشتریان را به سوی شما جلب کند و به این ترتیب شما

تم اسهائي بسياري دريافت خواهيد كرد.

۳- جوابگويي به اكثر درخواستها توسط پست الكترونيك يا نامه

اگر جواب كتبي براي مشتريان ارسال كنيد معمولا موفق به فروش نخواهيد شد. تلفن را برداريد و از سوالات آنها براي شروع مكالمه استفاده كنيد. با طرح چند سوال كليدي ديگر مي توانيد از تمام نيازهاي آنها مطلع شويد و راه حلهاي خود را به آنها بفروشيد.

۴- زود اعلام كردن مبلغ خدمات و كالاها

يكي از اولين سوالاتي كه مشتريان در تماسهائي خود مطرح مي كنند، درباره قيمت كالا يا خدمات است. اگر به اين سوال به سرعت جواب دهيد، احتمال اين مي رود كه مكالمه پايان يابد و شما فروش را از دست بدهيد. مبلغ به تنهائي بي معني است. ابتدا سعي كنيد دقيقا بفهميد كه آنها چه مي خواهند و سپس بحث قيمت را در قالب به راه حلها و مزايائي كه براي آنها قائل مي شويد، مطرح كنيد.

۵- صرف وقت براي اشخاصي كه از شما خريد نخواهند كرد

اگرچه شما سيستم تبليغات مناسب و دقيقي براي اطلاع رساني به مشتريان داشته باشيد، باز هم پيش خواهد آمد كه افراي با شما تماس بگيرند كه توانايي خريد محصولات شما را نداشته باشند يا خدمات شما به كار آنها نيايد. اين مكالمات وقت مفيد شما را تلف خواهند كرد.

شما بايد در ۳ دقيقه اول مكالمه با كمك سوالات خود و جوابهائي ايشان، اين موضوع را ارزيابي كنيد كه آيا اين شخص قابليت تبديل شدن به مشتري را دارد يا خير؟ در صورت منفي بودن، از او به خاطر تماس گرفتن با شما تشكر كنيد و به سراغ تلفنهائي بعدي برويد.

۶- مكالمات طولاني

مسلمما شما از تمام ويژگيهاي محصولات خود آگاهيد و مي توانيد ساعتها يا شايد روزها درباره عمليات، ويژگيها و مزايائي آنها صحبت كنيد. اما هرگز در يك مكالمه تلفني زياد صحبت نكنيد زيرا به ايت ترتيب مشتري اصلا به حرفهائي شما توجه نخواهد كرد. از زمان مكالمه حداكثر استفاده را ببريد تا نيازهاي او را بفهميد. بيشتر سوال كنيد و اجازه بدهيد تا او صحبت كند و شما اطلاع مورد نياز خود را جمع آوري كنيد.

۷- روشن نكردن امتيازات محصول در مقوله مورد نظر مشتري

شما از مزايائي محصولات خود اطلاع كامل داريد اما بايد سعي كنيد كه از نقطه نظر مشتري به محصول نگاه كنيد و مزايائي كه در محدوده ديد آنهاست را ياد آوري كنيد. پس ابتدا سعي كنيد بهميد كه مشتري دنبال چيست و چه چيزي برايش اهميت بيشتر دارد.

۸- نرسيدن به جواب مثبت

شما بايد در طول مكالمه سوالاتي از مشتري بپرسيد كه جواب آنها مثبت باشد.

در مورد نيازهاي آنها دومرتبه سوال كنيد و از او تايد بگيريد. راه حلهائي خود را دوباره مطرح كنيد و از آنها بخواهيد كه مناسب بودن آنها را تايد كنند.

با اين كار هنگامي كه از آنها سوال مي كنيد كه آيا مایلند از سرويسهائي شما استفاده كنند؛ شانس زيادي براي دريافت جواب مثبت خواهيد داشت.

۹- عدم ارائه پيشهاد خريد به مشتري

اگر مایلید كه مردم محصولات شما را بخرند و از سرويسهائي شما استفاده كنند، بايد از آنها بخواهيد. اين موضوع بسيار واضح است اما اكثر مردم منتظر مشتري هستند تا سراغ آنها بيايد و تقاضاي خريد كند.

وقتی آنها با شما تماس می‌گیرند احتمالاً قصد خرید دارند پس شما نیز با اعتماد به نفس خود به آنها کمک کنید که برتری محصول شما را ببینند و برای خرید ترغیبشان کنید.

۱۰- فراموش کردن پی‌گیری بعد از فروش

وقتی تلاش‌های شما به فروش منتهی شد، تصور نکنید که کار تمام شده است. به اولین فروش به عنوان دریچه‌ای برای ایجاد روابط پایدار با مشتریان و فروش‌های آینده بنگرید.

هنگامی که شخصی از شما خرید می‌کند، به شما و محصول و خدمات شما اعتماد کرده است. از این موقعیت استفاده کنید و توسط تلفن از کیفیت کارایی و رضایت آنها از محصول اطمینان حاصل کنید. به این ترتیب شانس آن وجود دارد که نیازهای دیگری را شناسایی کنید و محصولات دیگری را به آنها پیشنهاد دهید.

نباید از تجارت تلفنی بگریزید. سعی کنید مکالمه‌ای کاملاً ساختار یافته داشته باشید. به این ترتیب فروش تلفنی جذاب خواهد بود و باعث پیشبرد اهداف و تجارت شما خواهد شد.

نتیجه‌گیری

بازاریابی تلفنی یکی از کانال‌های بازاریابی مستقیم است که در صورت کسب مهارت‌های لازم جهت استفاده صحیح از تلفن میزان توفیق فروشندگان در نیل به اهداف فروش بازاریابی را افزایش می‌دهد. در این مقاله اصول بازاریابی تلفنی جهت استفاده صحیح از زمان و تاثیرگذاری مثبت بر مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است.

منابع و مأخذ:

***** ماهنامه تدبیر *****

- ۱- کاتلر، فیلیپ، (۱۳۸۲). مدیریت بازاریابی، ترجمه بهمن فروزنده، تهران، انتشارات آتروپات، چاپ اول.
- ۲- فورسایت، پاتریک، (۱۳۸۱)، ۱۰۱ راه برای فروش بیشتر ترجمه علی ضرغام، تهران، انتشارات قدیانی، چاپ سوم.
- ۳- تریسی، برایان. (۱۳۸۳)، رموز فروش موفق ترجمه اشرف رحمانی و کورش طارمی، تهران، انتشارات راشین، چاپ اول.
- ۴- شیفمن، استفن. (۱۳۸۲)، فنون بازاریابی تلفنی، ترجمه کامران پروانه، تهران، انتشارات اردیبهشت، چاپ دوم.
- ۵- فورسایت، پاتریک. (۱۳۸۰)، فروش تلفنی موفق، ترجمه گروه کارشناسان ایران، انتشارات کیفیت و مدیریت، چاپ اول.
- ۶- آتش‌پور، حمید. جنتیان، سمیرا. (۱۳۸۲)، روانشناسی رفتار مصرف‌کننده، تهران انتشارات روزآمد، چاپ اول.
- ۷- درگی، پرویز. (۱۳۸۳)، جزوه درسی مدیریت فروش در دوره مدیریت بازرگانی سازمان مدیریت صنعتی.
- ۸- حقگو، علیرضا. (۱۳۸۲)، هفت راز منشی موفق تهران، ناشر مؤلف، چاپ اول.
- ۹- باترا، پرمودا. (۱۳۸۲)، راه‌های ساده برای منشی حرفه‌ای، ترجمه

طوبی یکتایی، تهران، انتشارات کتابسرای تندیس، چاپ اول.
۱۰- میرابراهیمی، سیدمحسن. (۱۳۸۱)، چگونگی منشی موفق باشیم، تهران، ناشر نویسنده، چاپ اول.
۱۱- حیدری، مسعود. (۱۳۸۳)، جزوه درسی اصول و فنون مذاکره در سازمان مدیریت صنعتی.

DOUGLAS J.DALRYMPLE, WILLIAM L.CRON AND THOMAS E.DECARLO, SALES - ۱۲
MANAGEMENT, JOHN WILEY & SONS, INC. U.S.A, 2004.

۱۳- سایت مدیریتی **eMarketingway.ir**

۱۴- **www.daneshju.ir**

۱۵- سایت: ابتکار

گرد آورنده : پروانه خوشبخت

khosbakhtp@yahoo.com