

تلفن مارکتینگ

۱۰۱ نکته برای بازاریابی تلفنی موفق

حسین اصلانی





بسم الله الرحمن الرحيم

با تشکر از انتخاب شما:

شما حق تغییر محتویات این کتاب الکترونیکی را **ندارید**.
شما حق فروش این کتاب الکترونیکی را **ندارید**.

ولی

شما **می توانید** آن را در سایت خود برای دانلود بگذارید.
شما **می توانید** آن را به دیگران هدیه بدهید.
شما **می توانید** آن را به عنوان هدیه همراه محصولات خودتان ارائه کنید.

در صورت استفاده از این محصول لطفا نام سایت را درج نمایید.
www.Hossein-Aslani.com



حسین اصلانی – مرجع آموزش استارتاپ

www.Hossein-Aslani.com





درباره نویسنده:



حسین اصلانی به عنوان مشاور کسب و کار فعالیت می کند. او با ۱۰ سال سابقه در زمینه طراحی و تولید نرم افزار، مدیریت و فروش با انجام مطالعات گسترده و مشاهده سمینارهای افرادی مانند: برایان تریسی، ژان بقوسیان، دونالد نورمن، اش مویریان، جولی مورگن، استرن، جک تراوات و.. اقدام به تولید دوره های آموزشی پیشرفته برای مدیران و صاحبان کسبو کار، طراحان محصولات نرم افزاری و بازاریابان اینترنتی کرده است. برای اطلاعات بیشتر کافی است نا او را در گوگل جست و جو کنید.

او به صاحبان مشاغل کمک می کند رشد کنند و از رقبای خودشان پیشی بگیرند. سایت حسین اصلانی به شما کمک می کند با جدید ترین علوم روز آشنا شوید و کسب و کارتان را بهبود بدهید. محصولات پر فروشی خلق کنید و در بازار بی رقیب شوید. برای دریافت مقالات و دوره های آموزشی رایگان می توانید به سایت «حسین اصلانی» مراجعه کنید.



حسین اصلانی - مرجع آموزش استارتاپ

www.Hossein-Aslani.com





این کتاب چه کمکی به ما می کند؟

به سختی می توان با برخی از مشتریان تلفنی کنار آمد. برای همین وظیفه شما است که مشتری را قبل از شروع فرآیند فروش تلفنی آماده کنید؛ البته حتما لازم است قبل از آماده کردن مشتری خودتان هم آماده شوید.

من با مشتریان تلفنی زیادی تماس گرفته ام و می خواهم به شما نشان دهم که چطور این فرآیند را به خوبی و در کمال سادگی طی کنید. بازاریابی تلفنی یکی از مهم ترین و کم هزینه ترین روش های جذب مشتری است. در این کتاب الکترونیکی به ۱۰۱ نکته برای بازاریابی تلفنی موفق می پردازیم. این کتاب از ۱۰ بخش تشکیل شده است:

- ۱- نگرش صحیح در بازاریابی تلفنی
- ۲- برنامه ریزی
- ۳- آمادگی قبل از تماس
- ۴- ذهنیت سازی
- ۵- باید های بازاریابی تلفنی
- ۶- نباید های بازاریابی تلفنی
- ۷- ارائه قیمت در بازاریابی تلفنی
- ۸- ایجاد اعتبار در بازاریابی تلفنی
- ۹- هوشمندی در بازاریابی تلفنی
- ۱۰- ترفند های پیشرفته در بازاریابی تلفنی





بخش اول: نگرش صحیح

۱. اگر فکر می‌کنید موفق خواهید شد، درست فکر می‌کنید و اگر فکر می‌کنید شکست خواهید خورد، باز هم حق با شماست. (هنری فورد). پس همیشه خوش بین باشید. نگرش شما بسیار تعیین کننده است.

تصور کنید یک جلسه فروش حضوری دارید، قل از شروع جلسه فردی به شما می‌گوید که کسی که با آن جلسه دارید خریدار نیست. احتمالا شما در آن جلسه هرگز چیزی نمی‌فروشید. اما در همین شرایط قبل از شروع جلسه اگر فردی به شما بگوید که این فرد خریدار بسیار خوبی است، آن جلسه یک جلسه با فروش عالی برای شما خواهد بود. نگرش شما راجع به افراد بسیار تعیین کننده است. مشتری را به چشم مزاحم نبینید! خوشبین باشید.

۲. اگر از صحبت با تلفن هراس دارید، از خود پرسید در بدترین شرایط چه اتفاقی می‌افتد؟ شخص مقابل بر سرتان فریاد خواهد زد. تصور کردن بدترین رویداد در هر کاری به شما کمک می‌کند تا با آمادگی کامل کارتان را انجام دهید. داشتن آمادگی برای شما حیاتی است!

۳. مشتری‌ها جواب نه را به پیشنهاد شما می‌دهند، نه خود شما! پس بر روی پیشنهاداتتان کار کنید. به یاد داشته باشید که مردم پیشنهادها را می‌خرند؛ نه محصولات را...

۴. یک اشتباه رایج در بازاریابی پُر حرفی است. ۸۰ درصد زمان مکالمه را به گوش دادن و ۲۰ درصد آن را به صحبت کردن اختصاص دهید. مطالبی که آن‌ها می‌گویند، باارزش‌تر از مطالبی است که شما می‌خواهید بگویید. مراقب باشید پُر حرفی نتیجه عکس دارد.

۵. همیشه به یاد داشته باشید که تلفن مارکتینگ، کمک به مشتری برای خرید است. دنبال راه‌هایی برای کمک بیشتر به دیگران باشید و مطمئن باشید فروش به‌طور خودکار افزایش خواهد یافت.

۶. در ابتدای هر روز ترسناک‌ترین و مشکل‌ترین تماس‌ها را بگیرید. قورباغه را همان اول بخورید! چه نتیجه مثبتی بگیرید (که حتماً می‌گیرید) چه نه! با دیگر افراد لیست بهتر صحبت می‌کنید.





۷. برای مردم مهم نیست که شما در مورد محصول و خدمات خود چه نظری دارید، آن‌ها فقط می‌خواهند بدانند که در صورت انجام معامله با شما برای خودشان چه منفعتی حاصل خواهد شد. فراموش نکنید مردم پیشنهادها را می‌خرند نه محصولات را!

۸. همیشه به خاطر داشته باشید که مشتریان شما از دیگران هم خرید می‌کنند، پس سعی کنید در هر تماس حرفی با ارزش و متمایز از دیگران داشته باشید. مثل یک دوست به آنها برای افزایش منفعتشان کمک کنید. این کار را با پرسیدن سوالاتی از شرایط شخصی آنها شروع کنید. آنها را به دوست تبدیل کنید سپس به دوستانتان بفروشید.

۹. هیچ‌گاه فرض نکنید که مشتری در مورد محصول شما اطلاعات کافی دارد. تمامی کاربردها و مزایای محصول را به‌طور واضح و دقیق بیان کنید. هرچه شفاف‌تر صحبت کنید نتایج بهتری می‌گیرید.

۱۰. یکی از دلایل مهم شکست در فروش تلفنی آن است که فروشنده به‌طور واضح از مشتری تقاضای خرید نمی‌کند. دوست شدن با خریدار به معنای آن نیست که پیشنهاد فروش ندهید!

۱۱. مردم عاشق خرید هستند ولی از آن که کسی بخواهد چیزی به آنان بفروشد متنفرند. به آن‌ها کمک کنید تا خودشان خرید کنند.

۱۲. فراموش نکنید شما مشاور هستید. به مشتریان کمک کنید پیروز شوند.

۱۳. کاتالوگ و اطلاعات به تنهایی باعث فروش نخواهند شد، این شما هستید که با ترغیب مشتری، فروش ایجاد می‌کنید.

برنامه ریزی کنید...





بخش دوم: برنامه ریزی

۱۴. اگر هدف شما از تماس تلفنی تنها دادن اطلاعات است؛ مثلاً می‌خواهید موضوعی را یادآوری کنید، بهتر است بعد از ساعت کاری تماس گرفته و برای شخص مقابل پیغام بگذارید، این کار باعث صرفه‌جویی در وقت خواهد شد. البته می‌توانید از دیگر ابزارها مثل پیامک نیز استفاده کنید.

۱۵. بیش از حد نگران بهترین زمان تماس با مشتریان نباشید. بعضی از فروشندگان، اول ساعت کاری و حدود ظهر با مشتریان تماس نمی‌گیرند و با خود می‌اندیشند که مشتری در دسترس نخواهد بود. از تمام روز کاری برای تماس‌های تلفنی استفاده کنید، اگر تلفن نکنید هیچ‌گاه آن‌ها را نخواهید یافت. این جملات که «حسش نیست»، «مشتری نیست»، «صدایم خوب نیست» و... را کنار بگذارید.

۱۶. استراحت را فراموش نکنید. در هر ۹۰ دقیقه کار بهتر است ۱۵ تا ۲۰ دقیقه استراحت کنید.

۱۷. داشتن هدف شما را متمرکزتر می‌کند. برای تماس‌های تلفنی، هدف‌های روزانه قرار دهید و سعی کنید در هر شرایطی به آن اهداف برسید. وقتی بدانید در روز باید با تعداد مشخصی تماس بگیرید، و به تعداد مشخصی بفروشید، متمرکزتر و سریع‌تر کار خواهید کرد.

۱۸. ساعاتی که پُر انرژی هستید را به کار اختصاص دهید؛ نه برنامه ریزی. برای روز بعد، همین امروز برنامه‌ریزی کنید. اولین ساعت روز کاری بسیار بارز است، چون با انرژی هستید؛ پس آن را به تماس گرفتن اختصاص دهید و نه به برنامه‌ریزی.

۱۹. فروش بزرگ همیشه در راه است. اگر از روی فهرست مشخصی از مشتریان پیش می‌روید، به تکتک شماره‌ها زنگ بزنید. در مقابل این تمایل که به‌طور اتفاقی زنگ بزنید و یا از افرادی صرف‌نظر کنید بایستید. زود قضاوت نکنید؛ ممکن است فروش بزرگی در انتظارتان باشد!

۲۰. 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.





برخلاف تصور عموم بازاریابی تلفنی بسیار ساده است؛

کافی است مشتاق باشید، و روش درست انجام کار را بدانید

حسین اصلانی





بخش سوم: آمادگی قبل از تماس

۲۱. محیط کار در کیفیت کار بسیار موثر است. میز کارتان را تمیز نگه دارید. هرچه محیطی که در آن تماس میگیرید ساده تر باشد نتایج بهتری کسب می کنید. در هنگام مکالمه روزنامه و مطالبی خواندنی اضافی را از میزتان بردارید تا در هنگام صحبت، تمامی حواس شما به گفته های مشتری باشد.

۲۲. جدیدترین اخبار مربوط به زمینه کاری خود را جمع آوری کرده و در حین مکالمه از آن ها استفاده کنید. مشتری احساس خوبی خواهد داشت وقتی بداند شما در جریان آخرین وقایع هستید.

۲۳. از این فرصت که مشتری شما را نمی بیند، به خوبی استفاده کنید. اطلاعات و آمار و ارقام لازم را در دسترس قرار دهید تا در صورت لزوم از آن ها استفاده کنید.

۲۴. فهرستی از رقبایان تهیه کنید. محصولات و خدمات آن ها را به دقت بررسی کنید، برتری های شرکت خودتان را نسبت به آن ها مشخص کنید و آن ها را مکتوب سازید. هنگامی که مشتری می خواهد شما را با رقبایان مقایسه کند، نقاط قوت خودتان را بیان کنید. این کار معمولا بدون اشاره به رقیب توسط مشتری رخ می دهد!

۲۵. به این سوال یک پاسخ واقعی بدهید: مشتریان چرا از شما خرید می کنند؟ برای این کار به حدس و گمان متوسل نشوید؛ بلکه از بهترین مشتریان خود این موضوع را بپرسید، وقتی دلیل را یافتید این موضوع را به مشتریان جدید بگویید.

۲۶. در صورت لزوم کاتالوگ و یا ویدیو معرفی محصولات را آماده کنید اگر مشتری مردد بود ایمیلی بگیرید و جزئیات را ارسال کنید. به جای اصرار برای فروش؛ پیگیری کنید.

ذهنیت سازی کنید...





بخش چهارم: ذهنیت سازی کنید.

۲۷. پس از تماس بلافاصله خود را به طور کامل معرفی کنید و هدف خود را از تماس تلفنی بگویید در غیر اینصورت سوالاتی در ذهن شخص مقابل پیش خواهد که موجب عدم اعتماد و سوء تفاهم خواهد شد.

۲۸. شما ۳ ثانیه زمان دارید! برای جلب توجه مخاطب. این مکالمه چه سودی برای خریدار دارد؟ چرا باید مکالمه را با شما ادامه بدهد؟

۲۹. روی جملات ابتدایی در هر مکالمه به اندازه کافی فکر کنید. آن‌ها را یادداشت کنید و هرگاه ایده بهتری به ذهنتان رسید آن‌ها را ویرایش کرده و از جملات جدید استفاده کنید. یک شروع قوی خیلی موثر است.

۳۰. جمله ابتدایی شما مانند زیربنای یک ساختمان است که در صورت ضعیف بودن، کل ساختمان را ناپایدار خواهد ساخت.

۳۱. دستپاچه نباشید! جملات اولیه خودتان را با آرامش کامل بگویید. عجله کردن و نداشتن قطعیت تاثیر خوبی بر مخاطب نمی گذارد.

۳۲. سعی کنید قبل از گفتن نام شرکت در مورد مزایایی صحبت کنید که نصیب مشتری خواهد شد، مثلاً: «آقای اصلانی، شرکت ما به بازاریابان کمک می کند تا فروش خودشان را افزایش بدهند».

۳۳. مهربان باشید. سعی کنید با لبخند صحبت کنید. اکثر افراد فکر می کنند مهربان هستند اما اگر با دوربینی از چهره خودتان در حین مکالمه فیلمبرداری کنید؛ نتایج جالبی را می بینید. یک آینه مقابلتان بگذارید و بعد تماس بگیرید. لبخند بزنید!

شما باید...





بخش پنجم: شما باید...

۳۴. شما باید طوری صحبت کنید که شخص مقابل احساس کند مهمترین فرد در جهان است. هنگام صحبت با تلفن، لبخند بزنید و با شور و شوق صحبت کنید.

۳۵. شما باید خودتان را حرفه ای نشان دهید و در هنگام مکالمه لبخند بزنید. این کار بر تن صدایتان تاثیر خواهد گذاشت و صدایتان دلیزیرتر خواهد شد. از مشتری بخواهید صبر کند تا قرار تماس بعدی را یادداشت کنید. این کار شما را حرفه ای نشان می دهد.

۳۶. شما باید اطلاعات شخصی مشتری را یادداشت کنید. اگر مشتری در حین صحبت هر گونه اطلاعاتی از امور شخصی خود را به شما می دهد، آن را یادداشت کرده و در تماس های بعدی از آن استفاده کنید. علایق شخصی و نگرانی های مشتری فرصت خوبی برای صحبت با او فراهم می کند. پس دفتری برای ثبت اطلاعات مشتریان یا نرم افزار مناسبی برای اینکار تهیه کنید.

۳۷. شما باید مشاور خوبی باشید. وقتی منشی یک شرکت به شما پاسخ می دهد از او کمک بخواهید و نشان دهید که برای کارش ارزش قائلید، اگر آن ها احساس کنند که اهمیت دارند اطلاعات باارزشی را در اختیارشان قرار خواهند داد.

۳۸. شما باید ذهنیت خوبی داشته باشید. با هر شخصی که صحبت می کنید، فرض کنید مهمترین و بالاترین شخص در سازمان است زیرا شاید واقعا چنین باشد.

۳۹. شما باید از اسم طرف مقابل استفاده کنید. در صحبت های خود از اسم شخص مقابل استفاده کنید تا توجه او را به گفته هایتان جلب کنید. مثال: آقای اصلانی، من فکر می کنم کفش مجلسی برای شما مناسب تر باشد.

۴۰. شما باید قول هایتان را یادداشت کنید. هر قولی را که به مشتری می دهید در دفترتان یادداشت کنید و حتما به آن عمل کنید. اگر قولی بدهید و سپس آن را فراموش کنید، احتمالا مشتری را از دست خواهید داد.





بخش ششم: شما نباید...

۴۱. هرگز نگویند سعی می کنم. به آن ها بگویید این کار را حتما انجام خواهم داد.

۴۲. هرگز از شخص مقابل نخواهید در ابتدای مکالمه تصمیم گیری کند. مزایا را بگویید و شخص مقابل را به تدریج برای قبول پیشنهاد آماده کنید.

۴۳. هرگز نباید تصنعی رفتار کنید. اگر از شخص مقابل احوال پرسی می کنید به دقت به او گوش کرده و عکس العمل نشان دهید. سعی نکنید به طور تصنعی همدردی نشان دهید. مردم از فروشندگان چاپلوس متنفرند.

۴۴. هرگز مطالب شک برانگیز ارائه نکنید. مثلا نگویند «ما بزرگترین وارد کننده پوشاک در ایران هستیم، به جای این جمله بگویید ما در ۲۱ شهر بزرگ ایران نمایندگی فعال داریم.

۴۵. هرگز عجله نکنید. حتی اگر طرف مقابل سریع صحبت می کند شما شمرده و با آرامش صحبت کنید. پیام خودتان را به بهترین شکل ممکن منتقل کنید. بعضی از افراد عادت دارند سریع صحبت کنند.

۴۶. هرگز از مشتری به راحتی نگذرید. اگر مشتری توضیحات مبهمی را می دهد از آن به راحتی نگذرید. با سوال از او بخواهید که منظورش را واضح تر بیان کند. ذهنیت شما راجع به افراد در فروش شما بسیار موثر است.

۴۷. هرگز هدف خودتان را اطلاع رسانی قرار ندهید. طوری صحبت نکنید که شخص مقابل فکر کند هدفتان فقط اطلاع رسانی است. مثال: «به شما زنگ زدم تا فقط بگویم رنگ های جدیدی از کفش های تولیدی ما آماده شده است». از مشتریان بخواهید که از شما خرید کنند.

۴۸. هرگز از رقیبانتان بدگویی نکنید. آنها را زیر سوال نبرید. به مشتریانانتان اطلاعات با ارزش بدهید.





۴۹. هرگز کار امروز را به فردا نیندازید. کی از همین روزها یعنی هیچ وقت. کارهای مهم را در اولین فرصت ممکن انجام دهید. سرعت می تواند باعث تمایز شما از رقیبان شود.

۵۰. هرگز به مشتری نگویید اشتباه می کند. حتی اگر واقعا در حال اشتباه کردن است. به جای آن خودتان مسئولیت را به عهده بگیرید و بگویید: ظاهرا نتوانستم مقصودم را به خوبی بیان کنم. و دیدگاه مشتری را تغییر دهید.

۵۱. هرگز از واژه های تخصصی استفاده نکنید. مگر در بعضی از شرایط خاص. سعی کنید به ساده ترین روش ممکن مقصود خودتان را برسانید.

۵۲. هرگز از مقاومت مشتری دلسرد نشوید. مقاومت اولیه در برابر خرید کاملا طبیعی است. مردم بلافاصله و به طور غریزی می گویند علاقه ای به خرید ندارند. سوالی را بیابید که پس از مقاومت مشتری بتوانید با او بیشتر صحبت کنید. اگر مشتری می گوید نیازی به این محصول ندارد به او بگویید در این باره کاملا مطمئن نیستیم. بیابید با چند سوال وضعیت شما را بررسی کنیم و ببینیم که آیا این کالا می تواند واقعا مفید باشد یا خیر؟

۵۳. هرگز در حین کار از نوشیدنی خنک استفاده نکنید. اگر در روز زمان زیادی را به صحبت با تلفن اختصاص می دهید، به طور مرتب از نوشیدنی های گرم مانند چای و دمنوش ها استفاده کنید و نوشیدنی های خنک را کمتر بنوشید.

۵۴. هرگز از متن های پیش نوشته شده استفاده نکنید. همیشه به یاد داشته باشید که فروش تلفنی و فروش به طور کلی باید بسیار شخصی سازی شده باشد. پس در مکالمه حتما سوالات خوبی بپرسید.

۵۵. هرگز مشتری را خسته نکنید. اگر برای اولین بار دارید با مشتری تماس تلفنی برقرار می کنید، باید دست خالی با او طرف شوید؛ به جای اینکه مشتری را در سیل عظیمی از اطلاعات غرق کنید، فقط کمی در مورد محصولاتتان با او صحبت کنید. اگر مایل بود، بقیه اطلاعات را نیز به او بدهید.





بهترین روش برند سازی و بازاریابی برای کسب و کارهای نوپا

ارتباط مستقیم با مشتریان و فروش به آنهاست.

حسین اصلانی





بخش هفتم: ارائه قیمت در بازاریابی تلفنی

۵۶. مشتریان پیشنهادات را می‌خرند نه محصولات را. با سوال سعی کنید دریابید چه چیزهایی واقعا در نظر مشتری باارزش هستند.

۵۷. قیمت رقبا را به تومان بگویید و قیمت خودتان را بدون واحد. مثال: درحالی که سایت حسین اصلانی این خدمات را با قیمت ۲۸۰/۰۰۰ تومان ارائه می‌دهد، ما آن را با ۱۲۰/۰۰۰ ارائه می‌کنیم. یا حتی از این هم بهتر این است که بگویید: ما آن را ۱۲۰ تومن ارائه می‌کنیم.

۵۸. به جای تخفیف مزایایی بگویید که قیمت را توجیه کند.

۵۹. اگر مشتری به قیمت محصول اعتراض می‌کند، از او بپرسید: اگر قیمت برای‌تان مهم نبود آیا از محصول ما کاملا راضی بودید و آن را می‌خریدید؟ با این سوال، برتری محصول‌تان را به مشتری یادآوری می‌کنید.

۶۰. به جای واژه هزینه و بها از واژه سرمایه‌گذاری استفاده کنید. مثال: ۱۸۰۰۰۰ تومان برای دوره آموزشی «افزایش فروش سایت با هوش مصنوعی» سرمایه‌گذاری کنید تا کمتر از یک ماه، فروش‌تان را ۵ برابر کنید.

۶۱. اول گرانترین محصولات را پیشنهاد کنید و اگر مشتری نا راضی بود محصولات ارزانتر را هم پیشنهاد کنید. کسانی بیشتر دریافت می‌کنند که توقع بیشتری داشته باشند.

۶۲. هنگام ارائه قیمت، مزیتی رایگان را هم با آن همراه کنید. به عنوان مثال: قیمت دوره طراحی سایت ما «دو میلیون تومان است». البته با تهیه هاست و دامنه شما از شرکت ... به صورت رایگان تهیه خواهد شد.

۶۳. ضمانت ارائه کنید. فروش هم برای خریدار و هم فروشنده ریسک‌هایی دارد. اگر نتوانید ریسک را قبول کنید؛ انتظار نداشته باشید مشتری این کار را انجام دهد.





بخش هشتم: اعتبار سازی

۶۴. از شخص سوم برای اعتبار بخشیدن به محصولاتتان استفاده کنید.

۶۵. آرشیوی از مشتریان راضی و فروش های موفق تهیه کنید و آن را در یک کاتالوگ یا در سایت به صورت، متنی، صوتی و حتی تصویری قرار دهید. در تماس تلفنی به مشتری پیشنهاد کنید آن نظرات را ببیند. این کار معجزه می کند.

۶۶. اگر بابت هر فروش سود دریافت نمی کنید و حقوق ماهانه دارید، این موضوع را به مشتریان بگویید؛ زیرا مشتریان معمولاً دلیل پافشاری فروشنده را دریافت کمیسیون می دانند.

۶۷. به مشتریان جدید بگویید در گذشته چطور به افراد کمک کرده اید تا به نتایج دلخواهشان برسند. این اطمینان را در آن ها به وجود آورید که مطمئناً برای آنان نیز سودمند خواهید بود.

۶۸. معیاب محصولاتان را هم بگویید. این کار اعتبار شما را به شدت افزایش خواهد داد.

۶۹. مزیت های محصول را با شماره عنوان کنید. مثلاً بگویید « سومین مزیت دوره هوشمند سازی فروشگاه آن است که وقت شما را به عنوان صاحب کسب و کار آنلاین بسیار آزاد می کند ».

۷۰. تا زمانی که اطلاعات کافی از مشتری نگرفته اید، فروش را شروع نکنید ابتدا با چند سوال پی به نیاز مشتری ببرید و سپس محصول خود را ارائه کنید.

۷۱. گارانتی عامل بسیار مهم برای فروش بیشتر است ولی بیش از حد به گارانتی تکیه نکنید. هدف مشتری استفاده از محصول است و نه گارانتی آن. پس به ذکر مزایای محصول بپردازید.

۷۲. خریداران معمولاً دنبال ارزان ترین کالاها نیستند بلکه به دنبال کالاهایی هستند که کمترین ضرر و زیان را به آن ها وارد سازد. به مشتریان نشان دهید با خرید از شما متحمل ریسکی نمی شوند.





بخش نهم: فروش هوشمندانه

۷۳. اگر از روی فهرستی تماس می‌گیرید که در اختیار چندین نفر قرار می‌گیرد کار خود را از انتهای فهرست شروع کنید؛ زیرا معمولاً دیگران از ابتدای فهرست کار خود را شروع کرده‌اند و افراد انتهایی فهرست مورد توجه کمتری قرار می‌گیرند.

۷۴. بسیار بعید است که بالاترین فرد یک سازمان بگویید بودجه کافی نداریم. پس از عنوان کردن قیمت نترسید و به جای تخفیف، مزایای بیشتری ارائه کنید.

۷۵. اگر می‌خواهید در مورد شرکتی خاص و افراد آن اطلاعات باارزشی به دست آورید، با بخش فروش آن شرکت صحبت کنید؛ زیرا آن‌ها معمولاً علاقه‌مند به صحبت و توضیح دادن هستند.

۷۶. اگر شخص حاضر نبود و پیغامگیر فعال بود. نکات جذابی بگویید که فرد حاضر شود تماس بگیرد.

۷۷. اگر مشتری بگوید به محصول شما علاقه‌مند است و در خرید بعدی از آن استفاده خواهد کرد، هر کاری که می‌توانید انجام دهید تا خرید بعدی برایش ساده‌تر شود. مثلاً به او بگویید: لطفاً مشخصات خود را بگویید تا شما را در فهرست مشتریان وارد کنم تا هنگام خرید نیازی به این کار نباشد.

۸۸. اگر با مشتریان سابق تماس می‌گیرید که غیرفعال هستند، به آن‌ها نگوید که هیچ خریدی نداشته‌اند بلکه از این که در گذشته فرصت همکاری با آن‌ها را داشته‌اید تشکر کنید و سپس یک فرصت خاص را به آن‌ها پیشنهاد کنید، مثلاً یک فروش ویژه.

۸۹. اگر بروشوری برای مشتری فرستاده‌اید و وقتی تماس می‌گیرید او می‌گوید فرصت نکرده آن را بخواند، بگویید مهم نیست و من تنها در یک دقیقه نکات مهم آن را بازگو خواهم کرد. فرصت فروش را از دست ندهید.





بخش دهم: ترفند های پیشرفته

۹۰. با پرسیدن سوالات هوشمندانه در مشتری احساس مالکیت ایجاد کنید. مثلا: بیا بید فرض کنیم شما محصول ما را خریداری کردید، بیشتر در کجا از آن استفاده خواهید کرد؟

۹۱. در فروش از واژه‌هایی استفاده کنید که با احساسات سروکار دارند. مثال: نگرانی، سرمایه‌گذاری، آسایش و...

۹۲. در ارائه محصول از داستانی واقعی و کوتاه استفاده کنید. مشتری آن را در ذهن خود تصور خواهد کرد و مزایای آن را احساس خواهد کرد.

۹۳. اگر نام مشتری ناآشنا و عجیب به نظر می‌رسد. این موضوع را به او نگویید زیرا احتمالا افراد زیادی این موضوع را به او گفته‌اند و به این موضوع حساس است. با اسم او کاملا عادی برخورد کنید.

۹۴. هر بار با ایده‌های جالب و نکاتی جدید تماس بگیرید. مردم می‌توانند به راحتی در برابر محصولات و خدمات مقاومت کنند ولی در برابر ایده‌های جدید مقاومت خود را از دست می‌دهند و دوست دارند آن‌ها را بشنوند.

۹۵. برای مشتری گزینه‌های کمی را باقی بگذارید و از او بخواهید، یکی را انتخاب کند. گزینه‌های زیاد باعث ترس از خرید خواهد شد.

۹۶. به مشتری نامطمئن توضیح دهید که در صورت از دست دادن این فرصت خرید، متحمل چه ضررهایی خواهد شد.

۹۷. اگر به شما بگویند در ماه‌های آینده با من تماس بگیرید، از آن‌ها بپرسید: آیا تغییراتی در پیش دارید که آن زمان را مناسب‌تر می‌سازد؟





۹۸. اهمیت اقدام سریع را به مشتریان نشان دهید. به آن‌ها توضیح دهید که با تعلل و به تعویق انداختن خرید، چه چیزهایی را از دست خواهند داد. مثلاً: فروشندگان دوربین های عکاسی به تعطیلاتی که به زودی در پیش است اشاره می‌کنند که فرصت خوبی برای عکاسی است.

۹۹. یک جمع بندی مناسب از گفتگو می‌تواند احساس پیروزی را در دورن مشتری برانگیزد. در انتهای مکالمه کل بحث را به‌طور خلاصه بازگو کنید. آن‌ها چه کاری انجام خواهند داد. شما چه کاری انجام خواهید داد و در تماس بعدی چه اتفاقی خواهد افتاد.

۱۰۰. سعی نکنید در اولین تماس به مشتری چیزی بفروشید. آنها را علاقه مند کنید. باید در ابتدا با مشتری گفت‌وگو کنید و سوالاتتان را بپرسید؛ مگر آنکه محصولی که می‌فروشید، ارزان‌قیمت بوده و نیاز به تفکر زیادی نداشته باشد. یادداشت‌برداری کنید و به مشتری بگویید باز با او تماس خواهید گرفت. سعی کنید با مشتری ارتباط برقرار کنید و رفتاری مهربان و دوستانه داشته باشید.

۱۰۱. اجرای این ۱۰۰ نکته حرفه ای را از همین امروز شروع کنید. نتایج را یادداشت کنید و در بخش نظرات سایت برای ما هم ارسال کنید.

اگر سایت دارید فرصت شرکت در دوره آنلاین:

افزایش فروش سایت با هوش مصنوعی را از دست ندهید.

در این دوره با آخرین تکنیک های فروش به کمک هوش مصنوعی آشنا می شوید، بسیاری از فرآیندها را خودکار می کنید و فروشتان را چند برابر می کنید.

کافی است به سایت «حسین اصلانی» و در زمان ثبت با درج کد «TPM با ۵۱ درصد تخفیف ثبت نام کنید»

www.Hossein-Aslani.com





این فرصت را از دست ندهید!



تلفن مارکتینگ

۱۰ نکته برای بازاریابی تلفنی موفق

حسین اصلانی

