

بازاریابی و فروش

بازاریابی تلفنی به صورت دوطرفه می باشد شما مستقیم با مشتری در تعامل هستید و به نیازها و خواسته ها پی برده و درصدد رفع سریع آنها برآید و درواقع فرصت شنیدن صدای مشتری را دارید

قبل از هر گونه تماسی ابتدا دفتر ثبت تماس های خود را آماده کنید. فراموش نکنید که ثبت تماس ها و نتایج آنها در هر مرحله ای از فروش تلفنی الزامی است و در پیشرفت کار به شما کمک میکند.

در حالت کلی بازاریابی تلفنی در برگیرنده ۴ مرحله میباشد:

۱-مرحله شروع ۲-دریافت اطلاعات از مخاطب ۳- معرفی محصول ۴-قطع کردن فروش

مرحله ی شروع یکی از مهم ترین مراحل فروش تلفنی است. چون اگر در این مرحله نتوانید اشتیاق لازم را در مشتری ایجاد کنید، مجبور خواهید شد قید ۳ مرحله ی بعدی را بزنید.

کسی که شماره اش را برای بار اول میگیرید فقط یک فرصت برای شماست تا از او یک مشتری بالقوه بسازید و این بستگی به مهارت و پی گیری شما دارد.

در ابتدای مطلب گفتیم که نحوه ی شروع گفتگو با مشتری است که تعیین میکند به مراحل ۲ تا ۴ خواهید رفت یا نه. در این مرحله، معمولاً از کسی نمی شنویم که بگوید «لطفاً دیگه به من زنگ نزنید!» یا «لطفاً مزاحم نشوید!» در عوض، جملاتی که میشنویم، شبیه به این هستند: «اجازه بدید در موردش بیشتر فکر کنم!»، «باید در این مورد فکر کنم!»، «فرصتش رو ندارم!»، «باید با یک نفر مشورت کنم...!» و مواردی از این قبیل. به این جملات خوش بین نباشید! اگر در همان ابتدای شروع کار کردن روی مخاطب، نتوانید میخ خود را بکوبید و او را به مرحله ی دوم بکشانید، بهتر است فاتحه ی فروش را بخوانید!

شما باید کالا یا خدماتی را به مشتری ارائه کنید که در مقایسه با کالا یا خدماتی که در حال حاضر در اختیار دارد و استفاده میکند، امتیازات و مزایای بیشتری داشته و به اصطلاح یک سر و گردن بالاتر و بهتر باشد.

نابراین باید بین کالا یا خدمات خود و کاری که او مشغول به انجام آن است ارتباط برقرار کنید و به او بگویید که کالا/خدماتی که در حال حاضر دارد استفاده میکند، در عین حال که ممکن است مزایایی داشته باشد، معایب و نقص هایی هم دارد، و اینکه کالا/خدمات شما نه تنها آن معایب را ندارد، بلکه امتیازاتی را نیز در مقایسه با مورد مشابه خود دارد. از طریق مطرح کردن سؤالاتی که بتوانید با بررسی پاسخ های مشتری، به نقاط ضعف و خلأهای کاری او پی ببرید و اینکه آیا کالا/خدمات شما میتواند نیاز کاری او را برطرف کند یا نه.

البته ناگفته واضح است که در مرحله معرفی محصول قرار است «نه»های بسیاری بشنوید! نترسید! فقط فروشندگان ضعیف و ناشی در این شرایط جا میزنند و از پیگیری و ادامه ی کار منصرف میشوند

رمز موفقیت شما در فروش محصولاتان در این مرحله، کار کردن، پیگیری و سماجت روی «نه» هایی است دریافت میکنید

گروه شرکتهای سیمرغ

در واقع وقتی از مشتری لحنی تردیدآمیز یا منفی دریافت میکنید، بجای عقب نشینی، سؤالی شبیه به این بپرسید: «به نظر من که پیشنهاد مناسب کار شماست. نظر شما چیست؟» در این صورت، او مجبور میشود به دو طریق پاسخ دهد: «خب، به نظر من هم کالا/خدمات شما میتونه به درد کار من بخوره!» یا اینکه بگوید «نه، راستش را بخواهید، فکر نمیکنم کالا/خدمات شما بتونه برای کار من مفید باشه!» در صورتی که پاسخ دوم را دریافت کردید، میتوانید بپرسید «خب، چرا فکر میکنید کالا/خدمات ما مناسب کسب و کار شما نیست؟» این سؤالی است از هر لحاظ به نفع شما تمام میشود. وقتی مشتری شما دلیل نپذیرفتن کالا یا خدمات شما را توضیح دهد، متوجه خواهید شد که اشکال کار در کجاست. در این صورت میتوانید از نقص و اشکال پیشنهادتان یا محصولتان باخبر بشوید و در صورت امکان در جهت رفع و تصحیح آن تلاش کنید. در هر صورت، ارتباط خود را با مشتری ای که تا به این مرحله با شما همراه بوده قطع نکنید.

هرچه تماس ها و پیگیریهای بیشتری داشته باشید، مشتری را بیشتر در چرخه ی فروش درگیر میکنید و به نتیجه ی کار- که فروش محصولتان است- نزدیکتر خواهید شد. باید به مشتری خاطرنشان کنید که کالا یا خدمات شما به او کمک میکند تا به هدفی که از انجام آن کار دنبال میکند، راحت تر و سریع تر دست پیدا خواهد کرد.

در عین حال، در دفتر خود ثبت کنید که از بین تماس هایی که داشته اید (در هفته یا ماه یا فصل گذشته)، چند مورد از آنها تا مرحله ی دوم، سوم و بخصوص مرحله ی چهارم رسیده اند. ارزیابی این اعداد و آمارهای ثبتی، به شما در ارزیابی عملکردتان در کلیه ی مراحل فروش کمک بسیاری میکند.

حتما لازم نیست شما خودتان تولیدکننده باشید اگرچه این بخش ایده آل ماجرا می باشد اما اگر بتوانید برای دیگران مشتری و بازارهای تازه پیدا کنید اطمینان داشته باشید که برای شما سود خوبی خواهد داشت
در بازاریابی تلفنی چند نکته زیر را رعایت کنید:

- 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 کار بگیرید؛

- برای هر یک از مکالمات تلفنی خود از قبل برنامه ریزی کنید، اول تمام مکالمه را در ذهنتان تمرین کنید، مجسم سازی که پیشاپیش در این کار موفق شده اید و حالا فقط می خواهید این موفقیت را تکرار کنید

- 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؛

- با مشتری گفتگو کنید نه اینکه به طور یک جانبه مطالبی را به آنها بگویید؛ به مخاطب فرصت صحبت کردن و اظهار نظر بدهید

- حوصله داشته باشید و برای وقت مشتری ارزش قائل شوید و در صورت عدم تمایل او وقت دیگری را برای صحبت درخواست و هماهنگ کنید

گروه شرکتهای سیمرغ

- با سرعت مناسب صحبت کنید، به طوری که تاثیر خوبی داشته باشد نه خیلی تند مسائل را پشت سر هم بدون فرصت تنفس مطرح کنید و نه خیلی آهسته که حوصله مشتری سر برود
- 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؛
- ویژگی محصولات را بیان کنید اما این ویژگیها را با منافع و مزایایی که برای مشتری دارد پیوند دهید مثلاً از ویژگی های سامانه درخور و منطبق با نیازهای مشتری صحبت کنید
- پیگیری، نشانه‌ی جدیت در خدمت به مشتری است، هم‌چنین میزان علاقه‌مندی به حرفه و کار شما را نشان می‌دهد تاریخ و ساعت وقت پیگیری بعدی را یادداشت کنید هم‌چنین بهتر است شما برای مشتری وقت پیگیری تعیین کنید مثلاً بگویید سه شنبه ساعت ۵ بعدازظهر چطور است؟ مجدد خدمتون تماس بگیرم؟
- 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
- در پایان مذاکرات تلفنی شما بعداز طرف مقابل، گوشی را زمین بگذارید
- بی تردید 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 دلواپسی های خود را کنترل کنید و با تیم پشتیبانی شرکت در ارتباط باشید تا به یاری شما بشتابند.
- مطمئناً یکی از اولین سوالاتی که مشتریان در همان ابتدای تماس میپرسند مربوط به قیمت کالا و خدمات می شود. اگر به سرعت به این سوال جواب دهید احتمال می رود که مکالمه پایان یابد سعی کنید ابتدا متوجه شوید آن ها نیاز دارید سپس قیمت را در قالب راه حل ها و مزایایی که برای آنها قائل می شوید مطرح کنید
- وقتی نیازهای مشتری را فهمیدید نیاز های او را به صورت سوالی مورد تاکید قرار دهید و از وی تایید بگیرید اینکار شانس شما را در نهایت به نزدیکی به جواب مثبت زیاد می کند
- به تعهدتان در مقابل مشتری، پایبند باشید و از دادن وعده‌ی بی‌پایه، خودداری کنید.
- برای فروشهای زیاد، مغرور نشوید و به‌هنگام فروش‌های کم نیز دلسرد نگردید. د تعادل را در رفتارتان رعایت کنید