

نحوه تنظیم دستورالعمل بازاریابی تلفنی

دستورالعمل تهیه شده برای بازاریابی تلفنی، شما را در مسیر صحیح نگاه خواهد داشت

در هنگام انجام بازاریابی تلفنی می بایست همواره موضوعی را که به خاطر آن تماس گرفته اید دنبال نموده و از حاشیه پردازی دوری کنید و به شنونده اجازه ندهید که شما را از موضوع اصلی دور کند. همچنین سعی کنید کنترل گفتگو را در دست داشته باشید. تهیه دستورالعملی در این خصوص پیش از آغاز تماس تلفنی سبب می گردد به این اهداف برسید.

تهیه دستورالعمل

- همیشه با معرفی خود و نام شرکتی که محصول یا خدمات آن را معرفی می کنید و ذکر دلیل تماس خود، شروع کنید.
- سپس منافع یا مزایایی که شنونده از آنها بهره مند خواهد شد را ذکر نموده و تمایل شنونده را به ارائه اطلاعات و جزئیات بیشتر جویا شوید.
- جزئیات بیشتری در خصوص محصول و خدمات خود ارائه نمایید.
- تماس تلفنی می بایست کوتاه و مثبت باشد، در پایان، در صورتی که شرایط را مثبت ارزیابی نمودید، می توانید پیشنهاد ملاقات حضوری و یا فروش محصول را به مشتری بدهید.

انواع دستورالعمل

چهار نوع اصلی دستورالعمل وجود دارند. پیچیدگی فروش، تعیین کننده نوع دستورالعملی است که با نیازهای شما در بازاریابی سازگار باشد:

- دستورالعمل کلمه به کلمه:** گوینده دستورالعمل آن را کلمه به کلمه دنبال می کند با این حال وی همیشه از همان دستورالعمل یکسان برای تماس های دیگر استفاده نمی کند و برای گوینده جایی نیز برای خلاقیت باقی می گذارد. این نوع دستورالعمل ها برای جمع آوری اطلاعات، برای معاملات تجاری ساده و برای کالاهای مصرفی، مناسب خواهند بود. این دستورالعمل ها برای موقعیت های مختلف، تفاوت های کمتری خواهند داشت.
- دستورالعمل خلاصه شده (رئوس مطالب):** این نوع دستورالعمل، محاوره کلمه به کلمه (مثل جملات شروع و پایانی) را با سوالات کلیدی و پاسخهای آنها ترکیب می کند. این نوع دستورالعمل ها در شرایط پیچیده ای که مکالمه تلفنی ممکن است در چندین بعد متفاوت تقسیم شود، مورد استفاده قرار می گیرد.

۳. **دستورالعمل راهنمایی شده:** به این نوع دستورالعمل ها، دستورالعمل های مکالمه ای نیز گفته می شود، این دستورالعمل ها به تماس گیرنده امکان برقراری رابطه با مشتری را می دهد. بدین ترتیب که تماس گیرنده یاد می گیرد تا پشت تلفن به بحث و گفتگو پرداخته و اهداف مد نظر خود را دنبال نماید. در این دستورالعمل، معرفی، اعلام مزایا، و مطالب پایانی آورده می شود. بخش عمده تماس، اختصاص به سوال های پیشنهادی و پاسخ های آنها دارد.

۴. **دستورالعمل بر اساس روند پیشرفت مکالمه تلفنی:** این دستورالعمل توسط بازاریابی استفاده می شود که با مشتریان خود بر اساس روند پیشرفت مکالمه تلفنی صحبت می کند. این دستورالعمل معمولاً اهداف تماس، تعهداتی که برای مشتری لازم است، سوال های کلیدی و کارهای که برای اتمام مکالمه و مواردی که می بایست به آنها پرداخته شود را در بر می گیرد. این نوع دستورالعمل تماس های تلفنی را کنترل می کند و نتایج آن را مدیریت کرده و اهداف لازم را تحقق می بخشد. این نوع از بازاریابی تلفنی روش موثری برای معرفی محصولات جدید، اجرای تحقیقات علمی در باره کالا و خدمات، فراهم کردن فرصتی برای ارائه مطالب مورد نظر و یا فروش کالا می باشد. وقتی از چنین بازاریابی استفاده می نمایید، حتماً دستورالعمل های مربوطه را بنویسید. این دستورالعمل ها برای اهداف ذیل تهیه می شوند:

- کمک به برنامه ریزی و کنترل پیشرفت کار و محتوای تماس های انجام گرفته
- تضمین استمرار نتایج و رساندن پیام به صورت صحیح
- تسهیل آموزش و ارزیابی

احتمال تکرار، از قلم انداختن، ناهماهنگی و کیفیت پایین از نتایج نادیده گرفتن دستورالعمل بازاریابی می باشد. از هر نوع دستورالعملی که استفاده می کنید اول از همه خودتان را معرفی کنید و در باره نوع خدمات و کالایی که عرضه می کنید و اینکه چرا مشتری باید محصول شما را برگزیند، توضیحات مناسبی را ارائه دهید.

نحوه تنظیم دستورالعمل های بازاریابی تلفنی

- در نوشتن دستورالعمل طوری فکر کنید مثل اینکه با مشتری به صورت حضوری صحبت می کنید.
- دستورالعمل گفتگو را طوری تنظیم کنید که مشتری را ترغیب کند.
- به پیشنهاد های بازار یابی خود برای نوشتن دستورالعمل دقت کنید.
- همیشه دستورالعمل نوشته شده را مورد بازبینی و ارزیابی قرار دهید.
- پاسخ اولین سوال احتمالی مشتری را در دستورالعمل قید کنید: "چه سودی برای من دارد؟"
- از جمله های کوتاه استفاده کنید.
- سعی کنید با مشتری یک رابطه صمیمی ایجاد نمایید (با صمیمیت بپرسید: "احوال شما چطور است؟").
- همیشه در آخر تماس سفارش مشتری را تأیید کنید و یا تعهد مشتری را برای او تکرار نمایید.
- همواره مشتری در درجه اول اهمیت و فروش در درجه دوم قرار می گیرد.
- در نوشتن دستورالعمل ها توقف و مکث را رعایت کنید.

- متن دستورالعمل را به گونه ای تنظیم نمایید که مشتری را ترغیب به خرید نماید.
- تمام تعهدات، پرداخت ها، تضمین ها، مسئولیت ها و همین طور تمامی اطلاعاتی که به کارتان نظم می دهد را در دستورالعمل خود قید نمایید.
- از چهار مولفه: شفاف بودن، دقیق بودن، محاوره ای بودن و متقاعد کننده بودن در تنظیم دستورالعمل استفاده کنید.
- درستی نام مشتری و آدرس او را دوباره، در اول و آخر مکالمه بررسی کنید.

دستورالعمل خود را رعایت نمایید

۱. دقت کنید دستورالعمل شما یک حالت راهنما است نه یک مکالمه، تمام مواردی که می تواند به شما در اخذ سفارش کمک کند، مد نظر قرار گیرد.
۲. هنگام مکالمه، ممکن است آنچه آماده کردید با آنچه رخ می دهد، تفاوت داشته باشد، لذا این مورد را در نظر بگیرید تا همه چیز طبیعی و عادی جلوه کند و لازمه آن اینست که دستورالعمل را کلمه به کلمه دنبال نکنید.

اداره کردن خطا و مشکلات احتمالی

۱. دستورالعمل آماده شده، تمرکز شما را به هنگام بروز هرگونه مشکل حفظ خواهد کرد و امکان برگشت به موضوع مورد نظر را برای شما فراهم خواهد نمود.
۲. مشکل بوجود آمده را دوباره تکرار نکنید به خاطر داشته باشید که روند مثبت گفتگوی خود را حفظ کنید. زمان بسیار اندکی را برای پاسخ به مشکل در نظر گرفته و سپس به موضوع خودتان بپردازید.
۳. با جملات مثبت گفتگوی خود را پایان بخشید.
۴. یادتان نرود که از مخاطب خود تشکر و قدردانی نمایید.