

نکاتی درباره بازاریابی تلفنی

تماس تلفنی در واقع ارتباطی مستقیم و کاملاً بی واسطه را با مشتری برای شما فراهم می نماید. مشکل اینجاست که روش های بازاریابی به طور کلی نباید فشار کاری بیشتری را بر کارمندان (یا بر خود شما) تحمیل نماید. هر کسی نمی تواند در بازاریابی تلفنی موفق باشد. این نوع از بازاریابی می بایست در ارتباط با آن دسته از مشتریانی که بیشترین تمایل را به خرید محصولات یا برخورداری از خدمات شما دارند، مورد استفاده قرار گیرد. بازاریابی تلفنی و فعالیت ها و برنامه های مربوط به آن، محصولات، خدمات و نیز شرکت شما را به مشتریان آتی معرفی نموده و همچنین می توانند زمینه ساز پاسخگویی مثبت مشتریان به همکاری با شما گردند. سوال اینجاست که موثرترین برنامه و راهکار در این ارتباط چیست؟

در حالت کلی دو نوع برنامه بازاریابی تلفنی وجود دارد :

- نوعی که فروش یا عقد قرار داد را به همراه دارد.
- و نوع دیگر که موجب درخواست ارائه اطلاعات بیشتر می گردد.

انتخاب یکی از دو نوع برنامه بازاریابی فوق الذکر بستگی به نوع محصول یا خدماتی که شرکت شما ارائه می نماید، دارد. ممکن است بتوانید خدمات یا محصولات خود را تنها از طریق تماس تلفنی به فروش برسانید و یا ممکن است ملاقاتی را به منظور معرفی و آشنایی بیشتر مشتری نیاز داشته باشید.

نوع محصول یا خدمات، پیچیدگی آن و اینکه فروش آن دشوار است یا خیر، نوع برنامه بازاریابی را تعیین می نماید. بنابراین تمامی این عوامل و فاکتور ها می بایست در تعیین فعالیت های بازاریابی لحاظ گردد.

در حالت کلی در صورتی که کالا یا خدمات، قیمت یا هزینه نسبتاً پایینی داشته و ارائه توضیحات کافی از طریق تلفن میسر باشد، می بایست بتوانید از طریق بازاریابی تلفنی ملاقاتی را برای فروش ترتیب داده و یا حتی محصولات و خدمات خود را از طریق همان تماس به فروش برسانید.

اگر محصولات یا خدمات قیمت یا هزینه بالایی داشته باشد، مشتری برای خرید آنها معمولاً نیاز به اطلاعات بیشتری خواهد داشت. در این موارد می بایست راهکاری را اتخاذ نمایید که مشتری را ترغیب به کسب اطلاعات بیشتر نماید.

بخاطر داشته باشید هر چقدر کالا یا محصول شما قیمت بالاتری داشته باشد، افراد تصمیم گیرنده در ارتباط با خرید آنها سمت بالاتری مانند رئیس شرکت، نائب رئیس یا مدیر ارشد مالی و غیره خواهند بود. در چنین مواردی ابتدا می بایست شخص تصمیم گیرنده اصلی و نیز میزان علاقمندی ایشان به کسب اطلاعات بیشتر در مورد محصولات یا خدمات شرکت شما مشخص گردد.

سپس تنها لازم است راهکار ساده ای را برای جلب نظر مشتری خود اتخاذ نمایید. از طریق تماس تلفنی می توانید اطلاعات لازم را در اختیار ایشان قرار دهید و همچنین نام شرکت را دوباره برای مشتریان خود یاد

آوری کنید تا خود برای ارائه سفارشات اقدام نمایند. در این شیوه می بایست از هرگونه پافشاری برای فروش خودداری گردد.

همیشه پیغام بگذارید!

با مشتری خود تماس می گیرید تا دوباره خدمات شرکت خود را برای ایشان یادآوری نمایید. اما این بار هم همانند دفعات گذشته با پست صوتی او مواجه می شوید. چه باید کرد؟

از خود میپرسید که آیا باید پیغام دیگری بگذاریم و یا اینکه می بایست قطع کرده و با امید اینکه هفته بعد با شخص مورد نظر صحبت خواهیم نمود، مجدداً تماس بگیریم؟

پیغام بگذارید. همیشه سماجت و اصرار مطلوب تاثیر گذار خواهد بود، اما نه آنقدر که مایه رنجش شخص مقابل را فراهم نماید.

چرا باید پیغام بگذارید؟

دلیل اول اینکه مشتری شناختی نسبت به کالا یا خدمات پیدا می کند. حتی اگر نتوانید تماسی مستقیم با وی داشته باشید، اطلاعاتی که در پیام ارائه نموده اید مفید خواهد بود.

دلیل دیگر اینکه از این طریق رابطه ای را نیز با مشتری خود ایجاد می نمایید. با این تماس ها مشتری خود را متقاعد می سازید که در کار خود مصر و ثابت قدم هستید.

دلیل آخر اینکه پیغام شما حاوی اطلاعات مفید و ارزنده ای می باشد و در متن پیام می توانید مشتری خود را درباره استفاده از مثلاً تخفیف ویژه در صورت خرید آگاه سازید.

پیغام شما می بایست کوتاه و مختصر باشد

ممکن است بیشتر از آنکه فکر می کنید، باعث ناراحتی و اذیت مشتری شوید. پس سعی کنید پیام شما حد الامکان کوتاه باشد.

ابتدا مهمترین بخش اطلاعات را برای او بازگو کنید. به این صورت که چه نفع و مزایایی کالا و یا خدمات شما برای وی به دنبال خواهد داشت و سپس نحوه تماس او را با شرکت خود مشخص نمایید. در آخر شماره تلفن تماس و یا آدرس وب سایت را بگذارید. [نام]، [نام شرکت] خود را تکرار کنید. به این نحو مشتری در صورتی که قصد تماس با شما را داشته باشد مجبور نخواهد بود که پیغام را مجدداً گوش دهد. به این صورت مطمئناً مشتری با شما تماس خواهد گرفت.

تعداد تماس ها در هر روز

معمولاً یک بازار یاب می تواند به طور متوسط ۱۵ تا ۲۰ تماس در هر ساعت داشته باشد. طوری برنامه ریزی کنید که حداقل ۳ ساعت و حداکثر ۵ ساعت در هر روز تماس تلفنی داشته باشید. پس برای هر روز تعداد ۶۰ تا ۱۰۰ تماس می توان انجام داد.

موفقیت بازاریابی تلفنی در چیست؟

معمولاً میزان موفقیت بازاریابی تلفنی ۵٪ - ۱۰٪ می باشد. به منظور ارزیابی موفقیت خود تماس های تلفنی را ثبت کنید: تعداد تماسی که داشتید، تعداد پاسخ های منفی، تعداد پاسخ های مثبت و نیز تعداد افرادی که به تلفن شما بعداً جواب داده اند. با این شیوه خود می توانید به مناسب ترین راهکار بازاریابی تلفنی که بیشترین موفقیت را برای شما به همراه داشته است پی ببرید.

از پاسخ های منفی، تجارب مثبت کسب کنید.

پاسخ مثبت به خرید کالا یا خدماتی که بازاریابی آن از طریق تلفن صورت گرفته است، دشوار می باشد. این نوع از بازاریابی ممکن است نا امید کننده به نظر آید. اطلاعات آماری نشان می دهد که حتی اگر بازاریابی توسط افراد حرفه ای انجام شود تنها ۱۰٪ از کل کار نتیجه مطلوبی را به همراه داشت. بنابراین خود را برای دریافت پاسخ " نه متشکریم " آماده سازید. اما چطور :

۱. خود را با کار زیاد خسته نکنید

اولین و مهمترین نکته این است که تماس های شما نباید بیش از ۵ ساعت در روز باشد.

۲. برای خودتان بک، دو و یا سه بار زمان استراحت در نظر بگیرید

۱۰.۱ دقیقه استراحت بعد از اولین ساعت

۱۰.۲ دقیقه دوم را بعد از یک ساعت و نیم بعدی اختصاص دهید و مانند آن.

تخصیص وقت استراحت در برنامه تماس های تلفنی از لحاظ روانشناسی کارایی بهتری را برای شما به دنبال خواهد داشت. با این کار نه تنها به ذهن خود استراحت می دهید بلکه برنامه کاری خود را به جای یک روز خسته کننده و طولانی به سه یا چهار بخش تقسیم می کنید. همچنین اگر از برنامه عقب هستید و یا می خواهید به منزل زودتر برسید، سعی نکنید وقت استراحت خود را نادیده بگیرید. در ذهن داشته باشید با دنبال کردن زمان استراحت عملکرد بهتری در کارتان خواهید داشت.

۳. هر پاسخ "منفی" قدم دیگری برای رسیدن به پاسخ "مثبت" است

در این قسمت از تبدیل پاسخ منفی به مثبت بحث نمی کنیم. بلکه ما پاسخ های منفی را در دورنمای مناسبی می بینیم. بیاد داشته باشید که این بازی اعداد است.

چنانکه قبلاً گفتیم ۵٪- ۱۰٪ پاسخها در بازاریابی تلفنی ممکن است مثبت باشد پس ۹ پاسخ منفی یک پاسخ مثبت را در پی خواهد داشت. " نه متشکرم " پاسخی است که خواهید شنید و بدانید جزیی از پیشرفت کاری شما می باشد.

اگر به این نکته واقف باشید که به طور متوسط در هر ده تماس پاسخ مثبتی دریافت خواهید کرد، حس غیر ممکن یا ناکامی را از خود دور خواهید نمود و با انگیزه بیشتری جلو خواهید رفت. همچنین دانستن این نکته شما را مطمئن و دلگرم خواهد ساخت و بازاریابی موثری انجام خواهید داد. در این صورت پاسخی مثل " حتماً، خوشحال خواهیم شد اگر جلسه ای با شما (یا برای خرید محصول شما) داشته باشیم " شما را متعجب نخواهد کرد. فقط حرفه ای و مطمئن عمل کنید.