

راهزای فروش تلفنی که نشنیده اید

خلاصه مقاله تفاوت اصلی بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی معمولاً فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی به جای هم استفاده می‌شوند در صورتی که تفاوت‌های مهمی با هم دارند و هر کدام رویکرد خاص خود را دنبال می‌کنند. بازاریابی تلفنی چیست؟ بازاریابی تلفنی نوعی از بازاریابی است که در آن از تماس تلفنی...



صبا زمیری
کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۰۲
آخرین بروزرسانی

۸ دقیقه
زمان مطالعه

جستجو

فهرست مطالب

- تفاوت اصلی بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی
- مسیر فروش تلفنی
- ترفندهای فروش تلفنی
- اصول روانشناسی فروش تلفنی که درآمدتان را ریزا...
- چند تکنیک فروش تلفنی به ارزش چند میلیون
- با نرم افزار CRM، فروش تلفنی خود را متحول کنید...

اشتراک گذاری

تفاوت اصلی بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی

معمولاً فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی به جای هم استفاده می‌شوند در صورتی که تفاوت‌های مهمی با هم دارند و هر کدام رویکرد خاص خود را دنبال می‌کنند.

بازاریابی تلفنی چیست؟

بازاریابی تلفنی نوعی از بازاریابی است که در آن از تماس تلفنی برای ایجاد آگاهی در مورد محصولات یا خدمات یک شرکت، جلب علاقه مخاطبان و در نهایت تبدیل آن‌ها به سرخ فروش استفاده می‌شود. برای اینکه کسی محصولی را خریداری کند، ابتدا باید شرکت یا برند را به او معرفی کنید، اطلاعات مرتبط را به اشتراک بگذارید و در صورت لزوم، جلسه یا دمو ترتیب دهید.

تعامل مستقیم در بازاریابی تلفنی، اعتماد و ارتباط ایجاد می‌کند و صحنه را برای فروش آماده می‌سازد.

فروش تلفنی چیست؟

فروش تلفنی تماسی است که در طی آن محصولات یا خدمات به طور مستقیم فروخته می‌شود. در این تماس فروشنده به طور مستقیم روی بسته شدن قرارداد یا فروش محصول تمرکز می‌کند.

تفاوت فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی 1

- فروش تلفنی با هدف بستن معاملات و تولید مستقیم درآمد فعالیت می‌کنند.** در مقابل، بازاریابی تلفنی شامل هدف‌هایی فراتر از فروش است، مانند ایجاد آگاهی از برند، تولید سرخ، تحقیقات بازار، نظرسنجی‌ها و جمع‌آوری اطلاعات
- در بازاریابی تلفنی تمرکز بر روی ایجاد ارتباط اولیه، **جمع‌آوری اطلاعات مشتریان**، تعیین نیازهای آنها و برنامه‌ریزی برای تماس‌های بعدی است. **در فروش تلفنی فرسنده روی ویژگی‌ها و مزایای محصول، پاسخ به سوالات مشتریان و برطرف کردن نگرانی‌های آنها متمرکز خواهد شد.**
- نتیجه موفقیت‌آمیز یک تماس فروش تلفنی، ثبت سفارش و فروش محصول است. در صورتی که نتیجه موفقیت‌آمیز یک تماس بازاریابی، تبدیل سرخ گرم، برنامه‌ریزی برای یک جلسه حضوری یا یک تماس فروش بعدی است.

مسیر فروش تلفنی

مفرد تا صد فروش تلفنی در دوازده مرحله اصلی به شرح زیر است:

۱. تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات درباره محصول، کسب و کار و مشتری هدف
۲. تهیه اسکرپیت فروش شامل جملات، سوالات و پاسخ‌های از پیش تعیین شدها
۳. انتخاب زمان مناسب برای تماس با مشتری
۴. برقراری تماس و معرفی
۵. جلب توجه مشتری با اشاره به نیازهای او
۶. ارائه محصول با تأکید بر مزایا
۷. مرتبط کردن نیاز مشتری به محصول
۸. پاسخ به سوالات مشتری
۹. ارائه راه حل
۱۰. فراخوان به به تصمیم برای خرید
۱۱. ارائه پیشنهاد ویژه برای ترغیب بیشتر
۱۲. بستن فروش

ترفندهای فروش تلفنی

آماده‌سازی ذهن برای شروع

یکی از مهم‌ترین تکنیک‌های فروش تلفنی آماده شدن برای تمام احتمالات است. آماده‌سازی ذهنی قبل از شروع مکالمه تلفنی در فروش، شامل مواردی مثل مرور ویژگی‌های مخاطب و هدف کلی تماس در ذهن می‌شود. علاوه بر این **لازم است برای پاسخ‌های احتمالی با حتی شنیدن نظر منفی آماده باشید.**

وقتی ذهن آرام و متمرکز است اعتماد به نفس بیشتر می‌شود. این **اعتماد به نفس، در صدا منعکس شده و به طور ناخودآگاه بر روی مشتری تأثیر مثبت می‌گذارد.** تمرکز بر روی هدف تماس و پیامی که می‌خواهید به مشتری منتقل کنید، کمک می‌کند تا از حاشیه‌روی‌ها و پرت شدن حواس جلوگیری کنید. به این ترتیب می‌توانید ارتباط بهتری با مشتری برقرار کرده و او را متقاعد کنید.

تعیین هدف در ذهن

وقتی می‌دانید به دنبال چه هستید، انگیزه بیشتری برای رسیدن به هدف خود پیدا می‌کنید. **داشتن هدف مشخص به شما کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌ها، انعطاف‌پذیرتر باشید و راه حل‌های مناسب‌تری پیدا کنید.** با مرور هدف، می‌توانید پیام خود را به صورت واضح و مختصر به مشتری منتقل کنید.

تعریف لحن درست

در فروش تلفنی تنها صدای شماست که می‌تواند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. نحوه‌ی بیان کلمات و جملات را تمرین کنید تا بتوانید پیام را به بهترین و واضح‌ترین شکل به مشتری انتقال دهید. **لحن گرم و صمیمی به عنوان یکی از کلیدی‌ترین تکنیک‌های فروش تلفنی باعث ایجاد اعتماد در مشتری می‌شود.** همچنین با تغییر لحن، می‌توانید احساسات مختلفی مانند هیجان، اطمینان، همدلی و حتی شوخ‌طبعی را به مشتری منتقل کنید.

ضبط صدای خود

مکالمات خود را با مشتریان ضبط کرده و با دقت به آن‌ها گوش دهید. نقاط ضعف شما کجاست؟ یک متن را با لحن هیجانی‌انگیز، یک متن را با لحن آرام و یک متن را با لحن پرسشگرانه بخوانید و دوباره صدای خود را ضبط کنید. با انجام این کار تسلط بیشتری روی تغییر لحن خود پیدا می‌کنید. همچنین با مشاهده پشرفت اعتماد به نفس شما در مکالمه‌ها افزایش پیدا می‌کند.

فرار از بحث‌های غیرمرتبط

در فروش تلفنی، هر ثانیه زمان ارزشمندی است. هدف نهایی فروش محصول یا خدمات است و هرگونه صحبت انحرافی می‌تواند مشتری را به سمت و سویی دیگر بکشد و احتمال خرید را کاهش دهد. **همچنین صحبت‌های متفرقه می‌تواند حرفه‌ای بودن فروشنده را زیر سوال برده و اعتماد نسبت به او را کاهش دهد.** به یاد داشته باشید هر چه زمان بیشتری در اختیار داشته باشید بهتر می‌توانید به سوالات مشتریان پاسخ دهید و آنان را برای خرید محصول ترغیب کنید.

پیش‌بینی و آمادگی برای موانع

شناسایی چالش‌های احتمالی و آماده شدن برای آن‌ها به شما کمک می‌کند کنترل بیشتری روی روند فروش داشته باشید. برخی از رایج‌ترین چالش‌ها در بستن فروش مثل عدم علاقه مشتری به محصول، مقایسه با رقبا یا مشکلات مربوط به قیمت و پرداخت می‌توانند با تمرین تکنیک‌های فروش تلفنی و آمادگی در طول مکالمه از میان برداشته شوند.

انتقال نکات مفید در مکالمه

انتقال نکات مفید با ایجاد ارتباط قوی‌تر با مشتری و افزایش رضایت او احتمال بستن قرارداد را افزایش می‌دهد. ارائه اطلاعات مفید به مشتری نشان می‌دهد شما بر روی رفع نیازهای او متمرکز هستید. زمانی که مشتری احساس کند شما به او کمک می‌کنید اعتماد بیشتری به شما پیدا می‌کند و به عنوان یک متخصص به شما نگاه می‌کند.

صحبت با ادبیات شخصی‌سازی شده

استفاده از جملات شخصی‌سازی شده باعث می‌شود که مکالمه خشک و رسمی نباشد. **با یک ارتباط شخصی‌سازی شده می‌توانید خود را از فروشندگان دیگر متمایز کنید و در ذهن مشتری ماندگار شوید.** استفاده از نام مشتری با اشاره به ارتباطات قبلی که با مشتری داشته‌اید به شما در این زمینه کمک می‌کند.

صحبت کردن با انرژی

یک مکالمه تلفنی با انرژی مثبت، برای مشتری به یک تجربه لذت‌بخش تبدیل می‌شود و وقتی مشتری احساس خوبی داشته باشد، راحت‌تر به پیشنهادات شما پاسخ مثبت می‌دهد. سرعت و حجم صدای خود را تنظیم کنید. **صحبت کردن با سرعت متوسط و واوم مناسب، تاثیرگذاری بیشتری دارد.** از کلمات مثبت و امیدوارکننده استفاده کنید. کلماتی مانند "عالی"، "شگفت‌انگیز"، "بهترین" و ...

پیگیری تعاس‌ها

برای فروش تلفنی موفق باید به مخاطبان نشان دهید به دنبال کمک به آن‌ها و ساخت یک رابطه‌ی طولانی مدت هستید. اگر در طی مکالمه، مشتری به اطلاعات اضافه احتیاج داشت یا درخواست صحبت با فرد متخصص دیگری را داشت حتماً اطمینان حاصل کنید که اقدامات لازم انجام شده است.

۹۵٪ از افراد ترجیح می‌دهند از کسب‌وکارهایی خرید کنند که در طول فرآیند خرید، آن‌ها را همراهی و پشتیبانی می‌کنند.

اصول روانشناسی فروش تلفنی که درآه‌دتان را زیاد می‌کند

- صداقت:** صداقت در ارتباطات و پاسخگویی به سوالات مشتری به صورت شفاف، علاوه بر این که از مشکلات آینده جلوگیری می‌کند به برند شما در چشم مشتری نیز اعتبار می‌بخشد.
- قانون کمبود:** تعیین مدت محدود یا تعداد محصول محدود موجب **ایجاد حس فوریت** و افزایش فروش می‌شود.
- اثبات اجتماعی:** به مشتری ثابت کنید که بسیاری از افراد دیگر از این محصول راضی هستند. از طریق نظرات مشتریان، توصیه‌های افراد شناخته‌شده، آمار و ارقام می‌توانید این اطمینان را به مشتری بدهید تا بتوانید تصمیم‌گیری برای خرید را تسهیل کنید.
- تضمین بازگشت وجه:** به مشتری این اطمینان را بدهید که در صورت نارضایتی، می‌تواند وجه خود را پس بگیرد. **تضمین بازگشت وجه، به خصوص در فروش تلفنی که مشتری امکان بررسی فیزیکی محصول قبل از خرید را ندارد، بسیار مهم است و یکی از اصلی‌ترین نکات فروش محسوب می‌شود.**

چند تکنیک فروش تلفنی به ارزش چند میلیون

محیط امن و راحت برای خودتان ایجاد کنید.

در محیطی که در آن احساس آرامش، تمرکز و انگیزه کنید می‌توانید بهترین عملکرد خود را ارائه دهید. یک محیط آرام کمک می‌کند بدون حواس پرتی روی مکالمه خود با مشتری تمرکز کنید و پیام خود را منتقل نمایید. **نور طبیعی یا نور مصنوعی ملایم، عدم وجود صداهای بلند یا مزاحم، چیدمان مناسب و دسترسی راحت به ابزار مورد نیاز و ...** به ایجاد این محیط کمک می‌کند.

خود را جای مشتری تصور کنید.

بسیاری از مشتریان نمی‌توانند نیازهای واقعی خود را به طور کامل بیان کنند. وقتی خود را به جای مشتری قرار می‌دهید، بهتر می‌توانید احساسات او را درک کنید و با زبان خودش با او صحبت کنید. خود را به جای مشتری تصور کنید؛ **اگر شما به جای او بودید، چه سؤالاتی می‌پرسیدید و چه نگرانی‌هایی داشتید؟**

تمرکز را روی منفعت مشتری قرار دهید.

به جای اینکه صرفاً ویژگی‌های محصول یا خدمت خود را بیان کنید، **باید نشان دهید که چگونه این محصول یا خدمت می‌تواند به مشتری کمک کند.** قبل از تماس فروش، سعی کنید نیازها و مشکلات مشتری را به خوبی بشناسید تا با استفاده از تکنیک‌های فروش تلفنی بتوانید به مشتری بگویید که با استفاده از محصول شما چه نتایجی خواهد گرفت.

از مخاطب سوال بپرسید.

با پرسیدن سوالات مناسب، می‌توانید مکالمه را به سمت هدفی که مد نظر دارید هدایت کنید. با پرسیدن سوالات، نشان می‌دهید که به صحبت‌های مشتری توجه می‌کنید و برای شناخت بهتر او تلاش می‌کنید. به دقت به پاسخ‌های مشتری گوش دهید و سعی کنید منظور او را به طور کامل درک کنید.



بیشتر بخوانید

تکنیک فروش FAB چیست؟ | متدولوژی فروش بر اساس ویژگی، مزایا - اوج ابری

۴۵٪ یک تماس فروش را به صحبت کردن و ۵۵٪ آن را به گوش دادن اختصاصی دهید.

از اصرار زیاد اجتناع کنید.

اصرار بیش از حد، حس اجبار را در مشتری ایجاد می‌کند. همچنین وقتی اصرار زیاد می‌شود، مشتری ممکن است به صداقت و تخصص فروشنده شک کند. به جای ایجاد فشار مستقیم سعی کنید با استفاده از تکنیک‌های روانشناسی در فروش تلفنی، مشتری را به خرید تشویق کنید.

تعاس را طولانی نکنید.

طولانی کردن بی‌مورد تماس نه تنها کمکی به فروش نمی‌کند، بلکه می‌تواند نتیجه عکس داشته باشد. تماس‌های طولانی و خسته‌کننده، مشتری را خسته کرده و احتمال قطع تماس را افزایش می‌دهد. قبل از تماس، هدف خود را مشخص کرده و به سوالات احتمالی مشتری فکر کنید تا بتوانید مکالمه را به سمت فروش هدایت کنید.

موارد مهم و تجربیات جدید را یادداشت کنید.





یادداشت کردن مواردی مثل نام مشتری، نیازها، نکات کلیدی مکالمه و هر ایده‌ی جدیدی که در حین مکالمه به ذهنتان می‌رسد می‌تواند افزایش تعداد فروش تلفنی موفق شما کمک کند. می‌توانید به صورت دستی این نکات را یادداشت کنید یا با بهره‌مندی از سیستم‌هایی مثل CRM این اطلاعات را با دیگر همکاران خود به اشتراک بگذارید و برای برنامه‌های بازاریابی و فروش از این اطلاعات ارزشمند استفاده کنید. با مرور این اطلاعات، می‌توانید الگوهای رفتاری مشتریان، واکنش آنان به محصولات مختلف و فرصت‌های فروش جدید را شناسایی کرده و با شخصی‌سازی ارتباطات در تماس‌های بعدی نرخ موفقیت در فروش را افزایش دهید.

با نرم افزار CRM، فروش تلفنی خود را متحول کنید!

فروش تلفنی، به عنوان یکی از ارکان اصلی افزایش سوددهی و تقویت برند، نیازمند ابراری هوشمند و کارآمد است. نرم افزار CRM با ارائه امکانات گسترده، به شما کمک می‌کند تا فروش تلفنی خود را بهینه کرده و به نتایج دلخواه دست یابید.

مزایای استفاده از CRM در فروش تلفنی:

- **مدیریت ارتباط با مشتری:** با استفاده از CRM، اطلاعات مشتریان خود را به صورت متمرکز و سازماندهی شده در اختیار داشته باشید و بتوانید تعاملات خود را به بهترین شکل مدیریت کنید.
- **افزایش بهره‌وری:** با خودکارسازی فرآیندها و یادآوری وظایف، CRM به شما کمک می‌کند تا بهره‌وری تیم فروش خود را افزایش دهید و زمان بیشتری را به فروش اختصاص دهید.
- **تحلیل و گزارش‌دهی:** با استفاده از گزارش‌های تحلیلی CRM، می‌توانید عملکرد فروش خود را ارزیابی کرده و نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی کنید.
- **شخصی سازی تعاملات:** با دسترسی به اطلاعات مشتریان، می‌توانید تعاملات خود را شخصی سازی کرده و تجربه بهتری را برای آنها فراهم کنید.

CRM راهکاری جامع برای بهبود فروش تلفنی

CRM با ارائه امکاناتی نظیر مدیریت تماس‌ها، پیگیری سرخ‌ها، ثبت اطلاعات مشتریان و تحلیل داده‌ها، به شما کمک می‌کند تا فروش تلفنی خود را به صورت حرفه‌ای مدیریت کنید. با استفاده از CRM، می‌توانید:

- **تماس‌های خود را مدیریت کنید:** CRM به شما کمک می‌کند تا تماس‌های خود را برنامه‌ریزی، ثبت و پیگیری کنید.
- **سرخ‌های خود را مدیریت کنید:** CRM به شما کمک می‌کند تا سرخ‌های خود را شناسایی، پیگیری و تبدیل به مشتری کنید.
- **اطلاعات مشتریان خود را مدیریت کنید:** CRM به شما کمک می‌کند تا اطلاعات مشتریان خود را به صورت جامع و سازماندهی شده در اختیار داشته باشید.
- **عملکرد فروش خود را تحلیل کنید:** CRM به شما کمک می‌کند تا عملکرد فروش خود را با استفاده از گزارش‌های تحلیلی ارزیابی کنید.

همین امروز فروش تلفنی خود را متحول کنید!

اگر به دنبال راهکاری برای بهبود فروش تلفنی خود هستید، نرم افزار CRM می‌تواند انتخاب مناسبی برای شما باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد CRM، می‌توانید به صفحه **"سی ار ام چیست"** مراجعه کنید. همچنین، برای آموزش نحوه استفاده از CRM، می‌توانید به صفحه **"آموزش CRM"** مراجعه کنید.

نیاز به CRM دارید؟

اگر قصد خرید نرم افزار CRM را دارید، می‌توانید به صفحه **"خرید نرم افزار crm"** مراجعه کنید و از مشاوران ما راهنمایی دریافت کنید. همچنین، برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری، می‌توانید به صفحه **"نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری"** مراجعه کنید.

نتیجه‌گیری

فروش تلفنی به عنوان یکی از اصلی‌ترین کانال‌های سوددهی هر سازمان نقش پررنگی در نرخ تبدیل مشتری ایفا می‌کند که با استفاده از تکنیک‌های فروش تلفنی و استفاده از اصول روانشناسی می‌توان عملکرد آن را ارتقا داد.

دریافت PDF

دانلود PDF

پی دی اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

صبا ضعیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه‌مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده‌سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای که در این راه همراه شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

• comments on "رازهای فروش تلفنی که نشنیده اید"

۲۶

سهرتمدانی ۱ سال قبل

از مهم‌ترین اصول فروش تلفنی اینه که نوی حرفاتون، روی ویژگی‌ها و مزایای استفاده از محصولتون تاکید کنید. فقط توضیح محصول کافی نیست! برای مخاطب خیلی مهم نیست بگوت چی می‌فروشید. براش این همه که بدونه چرا باید محصولتون رو بخره، و این خرید چه دردی رو ازش دوا میکنه و کجا به دردش می‌خوره.

[پاسخ](#)

۳۳

shadmehr abedzadeh ۱ سال قبل

به یاد داشته باشید مشتری خوشحال و راضی باعث افزایش فروش و سود شما خواهد شد، پس از روش های بازاریابی مثل فروش تلفنی غافل نشدید.

[پاسخ](#)

دیدگاهتان را بنویسید

ایمیل

نام

دیدگاه *



اشتراک گذاری



در خیرنامه ها عضو شوید

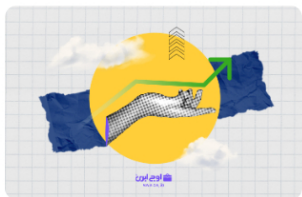
ایمیل

عضویت

☐ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می نویسم.

فستادن دیدگاه

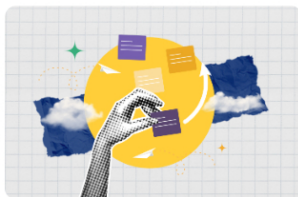
مقالات پیشنهادی



۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۸/۱۲ CRM

CRM عملیاتی چیست و چه مزایایی برای مدیریت فروش و بازاریابی دارد؟

خلاصه مقاله: CRM عملیاتی چیست؟ CRM عملیاتی (Operational CRM) سامانه‌ای است که برای مدیریت و خودکارسازی تمام جنبه‌های ارتباط سازمان با مشتری طراحی شده است. این نوع ...



۱۴ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۸/۱۳ CRM

بهترین نرم افزار CRM در سال ۲۰۲۵ | نظرات کاربران + تحلیل کارشناسان

خلاصه مقاله: بهترین نرم افزارهای CRM ایرانی و بین‌المللی در ادامه جزئیات هر نرم‌افزار را با نگاهی نقادانه بررسی می‌کنیم؛ ولی اگر خودتان هم علاقه داشتید، می‌توانید ...



۹ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۸/۱۴ CRM

مدیریت ارتباط با مشتری چیست و چگونه رشد پایدار سازمان را تضمین می‌کند؟

خلاصه مقاله: مدیریت ارتباط با مشتری چیست؟ اولین سوالی که باید پاسخ دهیم این است که اصلاً مدیریت ارتباط با مشتری (Customer Relationship Management) یعنی چه؟ متأسفانه ...



با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

راههای ارتباطی

مشهد، دستگیر ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲

ایمیل: info@amootsoft.com

شماره تماس: +۹۱۰۳۳۷۰۳۱۰



شرکت

پشتیبانی

تماس با ما

مشاوره رایگان

درباره اوج ابری

توافق نامه

قوانین و مقررات

سیاست حریم خصوصی

منابع و راهنما

مقالات

کتاب‌ها

ویدیوها

مقایسه‌ها

آکادمی اوج

CRM چیست

وبینار

CRM برای مشاغل

شرکت های بیمه

آژانس‌های مسافرتی

بنگاه‌های معاملاتی

شرکت های بازرگانی

رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها

سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی

مشاهده CRM برای شغل شما

ماژول‌ها و امکانات

مخاطبین

معاملات

پشتیبانی

کارمندان

ساعت کارکرد

مدیریت فروش

مشاهده تمام ماژول‌ها