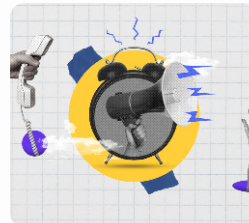


بهترین زمانبندی در بازاریابی تلفنی

خلاصه مقاله: اهمیت زمان‌بندی در تماس‌های بازاریابی یک تماس بازاریابی از طرف یک سازمان چیزی نیست که مشتری معمولاً منتظر آن باشد. وقتی که در مواقع استراحت یا ساعات اوج کار با مشتری خود تماس تلفنی برقرار می‌کنید تا به معرفی محصول یا فروش آن بپردازید، از چشم او خواهید افتاد. ممکن...



۱۴۰۴/۱۱/۰۱
آخرین بروز رسانی

۴ دقیقه
زمان مطالعه

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

دمو
قیمت
پشتیبانی

جستجو

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

اشتراک گذاری

in

whatsapp

email

تماس‌های بازاریابی خصوصاً تماس‌های سرد در شرکت‌های BYC یا خرده فروشی از جمله ارتباطاتی هستند که همیشه با مقدار بالایی ریسک همراهاند. به بیان دیگر، ریزه‌کاری‌های خاصی در این نوع تماس‌ها وجود دارد که می‌تواند مستقیماً بر نتیجه آن تأثیر بگذارد. در این مقاله با یکی از مهم ترین این فاکتورها یعنی زمان تماس گرفتن در بازاریابی تلفنی و عوامل مؤثر بر تأثیرگذاری آن آشنا خواهیم شد.

اهمیت زمان‌بندی در تماس‌های بازاریابی

یک تماس بازاریابی از طرف یک سازمان چیزی نیست که مشتری معمولاً منتظر آن باشد. وقتی که در مواقع استراحت یا ساعات اوج کار با مشتری خود تماس تلفنی برقرار می‌کنید تا به معرفی محصول یا فروش آن بپردازید، از چشم او خواهید افتاد. ممکن است این موضوع با قطع سریع تماس همراه باشد یا حتی در مراحل بعدی اثر خود را نشان دهد اما چیزی که قطعی است این است که روی تصمیم‌گیری برای خرید در ذهن مشتری تأثیر خواهد گذاشت.

روش تشخیص بهترین زمان برای بازاریابی تلفنی

هم زمان با این که بازاریابی تلفنی به عنوان روشی مؤثر برای فروش ثابت شده است، راه‌حلهایی برای تأثیرگذاری بیشتر آن نیز ارائه می‌شود. یکی از مهم‌ترین این راه‌حل‌ها، انتخاب زمانی مناسب برای برقرار تماس است که از طریق درک عمیق مخاطب می‌توان به آن دست پیدا کرد.

درک مخاطب هدف

درک عمیق مخاطب هدف به شما کمک می‌کند با برنامه کاری آنان آشنا شوید و زمانی را برای برقراری تماس انتخاب کنید که بیشترین احتمال موفقیت را داشته باشد. همچنین شناسایی دغدغه‌های مخاطب هدف به شما کمک می‌کند مدت زمان تماس خود مدیریت و زمان‌بندی کنید. مثلاً مدیر عامل یک مجموعه بزرگ ممکن است با چالش صرفه‌جویی در زمان روبه‌رو باشد و از شما توقع داشته باشد که در سریع‌ترین زمان ممکن ارائه‌ی خود را کامل کنید، در مقابل یک مسئول تدارکات در یک سازمان کوچک می‌تواند با صبر بیشتری شنونده‌ی جزئیات محصول یا خدمات شما باشد.

برای انتخاب زمان تماس گرفتن در بازاریابی تلفنی ویژگی‌های زیر را دربارهی مخاطب هدف خود تعیین کنید:

- شغل و سمت کاری
- سن و جنسیت
- جغرافیا و منطقه زمانی
- دغدغه‌ها و اولویت‌های روزانه
- برنامه روزانه احتمالی

نکته: برنامه مدیریت ارتباط با مشتریان یا CRM می‌تواند به شما در جمع‌آوری این داده‌ها و بخش‌بندی مشتریان بر اساس آن کمک کند. با استفاده از این نرم‌افزار و فیلترهای آن می‌توانید مشتریان با شرایط مشابه را بخش‌بندی و ارتباطات خود را بر همین اساس با آنان شخصی‌سازی کنید.

بهترین زمان تماس بازاریابی تلفنی

بسته به این که مخاطب شما چه ویژگی‌هایی دارد، زمان مناسب برای تماس گرفتن می‌تواند متغیر باشد اما عوامل مشترکی وجود دارد که می‌تواند در رسیدن به یک پاسخ صحیح به شما کمک کند. مثلاً اکثر افراد تا یک ساعتی از خواب بیدار می‌شوند و تا یک ساعت مشخصی کارهای روزانه‌ی خود را انجام می‌دهند. همچنین از لحاظ روان‌شناختی روزهایی در هفته وجود دارد که احتمال پذیرش پیشنهاد جدید در افراد مختلف کاهش پیدا می‌کند.

بهترین روز برای تماس بازاریابی تلفنی

معمولاً بهترین روز برای برقراری تماس‌های سرد در بازاریابی تلفنی روزه‌ای دوشنبه و سه‌شنبه است. معمولاً روزه‌ای شنبه و یکشنبه در سازمان‌ها صرف برنامه‌ریزی و مرور کارهای هفته قبلی می‌شود و ذهن افراد آماده‌ی تصمیم‌گیری نیست. آخر هفته‌ها نیز بهره‌وری لازم برای یک گفت‌وگو مؤثر در بین مشتریان دیده نمی‌شود. برعکس روزه‌ای میانی هفته بهره‌وری و تمرکز بیشتری در مخاطبان دیده می‌شود و فشار کاری نیز در سطح متعادلی است.

نکته مهم: توجه کنید که تفاوت بین روزه‌ای مختلف در تماس‌های بازاریابی بسیار ناچیز است و اکثر شرکت‌ها از اولین روز هفته تا آخرین روز کاری می‌توانند بدون هیچ مشکلی با مشتریان بالقوه‌ی خود تماس برقرار کنند. تنها در تماس‌هایی با حساسیت بالا که دارای مبالغ سنگین یا محصولی منحصربه‌فرد هستند توصیه می‌شود که از این زمان‌بندی استفاده کنند.

بهترین ساعت برای تماس بازاریابی تلفنی

طبق داده‌های تحقیقاتی بالاترین نرخ پاسخ‌دهی و موفقیت معامله در تماس‌هایی دیده می‌شود که بین ساعت ۱۰ تا ۱۳ ظهر و ۴ تا ۶ بعدازظهر انجام می‌شوند.

بین ساعت ۱۰ تا ۱۳ افراد معمولاً کارهای روتین و اضطراری را انجام داده‌اند اما هنوز خستگی زیادی احساس نمی‌کنند و برای بررسی اطلاعات و پیشنهادهای جدید آمادگی لازم را دارند.

پیشنهاد ویژه

نرم افزار CRM اوج ایری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

بدترین زمان تماس با مشتری در بازاریابی تلفنی

تعطیلات رسمی، جمعه ها و اوایل صبح شنبه به عنوان بدترین تایم های تماس بازاریابی شناخته می شوند. به طور کلی زمانی که مخاطب درگیر، خسته یا خارج از فضای ذهنی مناسب برای پاسخ گویی است زمان مناسبی برای تماس بازاریابی نیست.

نکته مهم: به هیچ عنوان بدون هماهنگی قبلی قبل از ساعت ۹ صبح، ساعت ۱۲ تا ۱۴ ظهر و بعد از ۶ بعد از ظهر با مشتریان تماس نگیرید.

بیشتر بخوانید

روانشناسی در بازاریابی تلفنی + تاثیرات آن در افزایش فروش - اوج ایری

فاصله زمانی ایده آل برای تماس دوم

در تماس های پیگیری یا فالوآپ معمولاً زمان مناسب با مشتری هماهنگ می شود. سعی کنید حداقل ۲۴ ساعت به مشتری زمان بدهید تا درباره ی پیشنهاد شما فکر کند. البته این فاصله زمانی نباید بیشتر از ۴۸ ساعت نیز ادامه یابد.

به طور کلی اگر در تماس اول مخاطب ابراز علاقه کرد اما نیاز به زمان داشت تماس دوم را پس از ۲۴ تا ۴۸ ساعت انجام دهید. اگر مشتری درخواست کرد که بعداً تماس بگیرید و زمان خاصی تعیین کرد، دقیقاً در همان زمان وعده داده شده تماس بگیرید و اگر تماس اول بی پاسخ بود بهتر است نهایتاً بعد از روز دوباره تماس بگیرید.

فراموش نکنید که موفقیت در بازاریابی تلفنی به عوامل بسیار زیادی بستگی دارد که زمان بندی مناسب تنها یکی از آنهاست. با آموزش مقدماتی تا پیشرفته بازاریابی تلفنی تمام جنبه های یک تماس بازاریابی موفقیت آمیز را بررسی کنید و مهارت های لازم برای افزایش فروش در بازاریابی تلفنی را فرا بگیرید.

دریافت PDF

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

دانلود PDF

سوالات متداول

اگر پاسخ سوالاتان را در بخش سوالات متداول پیدا نکردید، می توانید با تیم پشتیبانی ما تماس بگیرید.

۱. در چه ساعتی بدون هماهنگی نباید تماس گرفت؟

۲. در زمان بندی بازاریابی تلفنی چه مواردی را از مخاطب باید در نظر بگیرید؟

صبا ضعیزی / کارشناس تولید محتوا

علاقه مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه ای که در این راه همراهم شده است تلاش می کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم گیری های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.

نظرات کاربران

دیدگاهتان را بنویسید

نام

ایمیل

دیدگاه *

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

فرستادن دیدگاه

بدترین زمان تماس با مشتری در بازاریابی تلفنی

اشتراک گذاری





باشگاه مشتریان ۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

نقش امتیازات و سطح‌بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...



با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

راه‌های ارتباطی	شرکت	منابع و راهنما	CRM برای مشاغل	ماژول‌ها و امکانات
مشهد، دستک‌پ ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲ ایمیل: info@amootsoft.com شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰	پشتیبانی تماس با ما مشاوره رایگان درباره اوج ابری توافق نامه قوانین و مقررات سیاست حریم خصوصی	مقالات کتاب‌ها ویدیوها مقایسه‌ها قیمت نرم افزار crm چیزست CRM دستگاه ذخیره شماره مشتری	شرکت های بیمه آژانس‌های مسافرتی بنگاه‌های معاملاتی شرکت های بازرگانی رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی مشاهده CRM برای شغل شما	مخاطبین معاملات پشتیبانی کارمندان ساعت کارکرد مدیریت فروش مشاهده تمام ماژول‌ها