

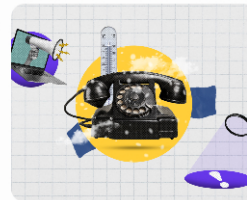
تماس سرد، ضربه بزرگ به بازاریابی تلفنی

خلاصه مقاله: تماس سرد چیست؟ تماس سرد به معنای برقراری ارتباط با مشتریان بالقوه‌ای است که پیش از این با هیچ فروشنده‌ای از جانب کسب و کار شما تعامل نداشته‌اند. در این نوع تماس بازاریابی، هدف این است که محصول یا خدمتی به مشتریان معرفی شود که قبلاً خودشان به دنبال آن...

۷ دقیقه
زمان مطالعه

۱۴۰۴/۰۹/۲۳
آخرین بروز رسانی

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا



جستجو

فهرست مطالب

تماس سرد چیست؟

مزایای تماس سرد چیست؟

نمونه اسکریپت تماس سرد در بازاریابی تلفنی

نکات مهم درباره تماس سرد در بازاریابی تلفنی

نکات مهم در طول تماس سرد

ممکن است تصور کنید با ظهور تکنولوژی و روش‌های نوین بازاریابی مثل بازاریابی محتوایی، روش‌های سنتی‌تر مثل بازاریابی تلفنی و خصوصاً تماس‌های سرد محبوبیت خود را از دست داده‌اند اما تحقیقات نشان داده است ۸۲٪ از خریداران زمانی که فروشندگان با آنها تماس می‌گیرند، حاضر به برگزاری جلسه فروش می‌شوند. اما تماس سرد چیست و چگونه می‌تواند با آن نرخ موفقیت در فروش را چند برابر کرد؟

تماس سرد چیست؟

تماس سرد به معنای برقراری ارتباط با مشتریان بالقوه‌ای است که پیش از این با هیچ فروشنده‌ای از جانب کسب و کار شما تعامل نداشته‌اند. در این نوع تماس بازاریابی، هدف این است که محصول یا خدمتی به مشتریان معرفی شود که قبلاً خودشان به دنبال آن نبوده‌اند. تماس سرد با ایجاد علاقه‌مندی، زمینه را برای بحث‌های بیشتر فراهم می‌کند تا به مرحله‌ی فروش محصول یا خدمات برسد. این روش بازاریابی تلفنی می‌تواند راهی مؤثر برای پیدا کردن مشتریان جدید باشد، اما چالش‌های خاص خود را به همراه دارد و نیازمند مجموعه‌ای از مهارت‌های مخصوص است.

مزایای تماس سرد چیست؟

تماس سرد در ظاهر بر از عیب است اما اشتباه نکنید و نگاه صفر و یکی نداشته باشید. این نوع تماس ها ویژگی هایی هم دارند که در ادامه به آن ها پرداخته ایم.

۱. دستیابی به مشتریان جدید

اگر کسی به صورت فعال، دنبال محصولات یا خدمات شما نباشد، احتمالاً هرگز شما را پیدا نخواهد کرد. بنابراین، شما باید به سراغ آن‌ها بروید. با این روش بازاریابی، می‌توانید با افرادی که با مشخصات مشتری ایده‌آل شما مطابقت دارند تماس بگیرید و آنان را از برند، محصول یا خدمات خود آگاه سازید.

۲. افزایش آگاهی از برند

حتی اگر تماس مستقیماً منجر به فروش نشود، می‌تواند به افزایش آگاهی از برند شما در میان مخاطبان هدف کمک کند. آشنایی اولیه مخاطبان هدف با فعالیت‌های شما می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های آینده آن‌ها مؤثر باشد.

۳. بهبود ارائه فروش

تماس سرد تمرینی برای ارائه فروش در شرایط واقعی است که به فروشندگان اجازه می‌دهد بر پیام خود مسلط‌تر شوند و نقاط قوت و ضعف ارائه خود را از طریق بازخوردهای مخاطبان شناسایی کنند.

۴. کسب اطلاعات مفید

هنگامی که از طریق ایمیل با مشتریان ارتباط برقرار می‌کنید، مشتری می‌تواند مکانی به نادیده بگیرد یا قبل از پاسخ دادن، جواب خود را با دقت بررسی کند. اما وقتی تماس تلفنی برقرار می‌کنید و در لحظه با مشتری صحبت می‌کنید، ممکن است تمایل بیشتری به ارائه اطلاعات ارزشمندتر به شما داشته باشد که بتواند حتی استراتژی فروش شما را بهبود ببخشد.

نمونه اسکریپت تماس سرد در بازاریابی تلفنی

اسکریپت تماس متنی است که پیش از برقراری تماس با مشتری تهیه می‌کنید تا راهنمای شما در مکالمات با مشتری باشد. در ادامه یک نمونه اسکریپت بازاریابی تلفنی با روش تماس سرد برای محصول نرم‌افزار حسابداری را بررسی خواهیم کرد:

مرحله اول تماس سرد، معرفی خود و هدف تماس

سلام، [نام مخاطب] عزیز، وقتتون بخیر. من [نام شما] هستم از شرکت [نام شرکت شما]. ما در زمینه ارائه راهکارهای نرم‌افزاری حسابداری به کسب و کارهایی مشابه شما فعالیت می‌کنیم. آیا الان زمان مناسبی برای یک گفتگوی کوتاه هست؟

(در صورت پاسخ مثبت)

بسیار عالی. در تماس‌هایی که با مدیران و صاحبان کسب و کارها در حوزه کاری شما داشته‌ام، متوجه شدم که چالش‌هایی مثل مثلاً پیچیدگی در تهیه گزارشات مالی بسیار رایج هستند. آیا شما هم با موارد مشابهی در مجموعه خودتون مواجه هستید؟

در حال حاضر فرآیندهای حسابداری و گزارش‌گیری مالی در مجموعه شما به چه شکلی مدیریت می‌شود؟ از نرم‌افزار خاصی استفاده می‌کنید یا روش‌های دیگری دارید؟

مرحله دوم، معرفی محصول

ما نرم‌افزار حسابداری را توسعه داده‌ایم که به طور خاص برای کمک به شرکت‌ها در ساده‌سازی فرآیندهای مالی، افزایش دقت گزارشات، صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌ها، و ارائه دید مدیریتی بهتر طراحی شده است.

مرحله سوم، ارائه ارزش پیشنهادی

به عنوان مثال، بسیاری از مشتریان ما قبل از استفاده از این نرم‌افزار زمان زیادی را صرف ورود دستی اطلاعات یا اصلاح اشتباهات می‌کردند. نرم‌افزار ما با اتوماسیون‌سازی ورود اطلاعات از طریق بارگذاری فایل اکسل، ارائه گزارشات تحلیلی و قابلیت دسترسی تحت وب و موبایل به آن‌ها کمک کرده تا نه تنها در زمان صرفه‌جویی کنند، بلکه تصمیمات مالی دقیق‌تری هم بگیرند.





پیشنهاد ویژه

نرم افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

مرحله آخر ، دعوت به اقدام (Call to Action)

اگر مایل باشید، می‌توانید در یک جلسه کوتاه آنلاین یا حضوری به شما نشان دهم که چطور نرم‌افزار ما می‌تواند به کاهش زمان صرف شده برای امور حسابداری کمک کند. یا اگر ترجیح می‌دهید، می‌توانیم یک جلسه مشاوره رایگان برای بررسی دقیق‌تر نیازهای شما و اینکه چطور نرم‌افزار ما می‌تواند به شما کمک کند، تنظیم کنیم.

برای آشنایی با صفر تا صد انواع تماس‌های بازاریابی می‌توانید به مطلب **آموزش تخصصی بازاریابی تلفنی** مراجعه کنید و با اسکرپت‌های مختلف آن آشنا شوید. در ادامه به بررسی نکات کلی قبل، حین و بعد از تماس سرد می‌پردازیم.

نکات مهم درباره تماس سرد در بازاریابی تلفنی

تماس سرد اگر به درستی انجام شود می‌تواند تبدیل به یکی اصلی‌ترین کانال‌های درآمدی خصوصا در شرکت‌های BYB شود. نکاتی که به آن‌ها اشاره می‌کنیم، نمونه‌ای از تکنیک‌های مدیریت مکالمه در تماس‌های سرد است که با رعایت آن‌ها می‌توانید شاهد رشد فروش خود از طریق این نوع بازاریابی تلفنی باشید.

به دنبال صحبت با افراد واجد صلاحیت باشید

در فروش BYB اگر کسی که با او تماس برقرار کرده‌اید، تصمیم‌گیرنده نباشد، معمولا با پاسخ «پیغام شما را می‌برسانم» مواجه خواهید شد که احتمالا عملی نمی‌شوند. به همین دلیل بهتر است به دنبال پیدا کردن بهترین گزینه در یک سازمان باشید تا ضمن صرفه‌جویی در زمان و افزایش کارایی، از اتلاف انرژی برای صحبت با واسطه‌ها جلوگیری می‌کند.

تحقیق کنید

قبل از اینکه با یک مشتری بالقوه تماس بگیرید، درباره آنان تحقیق کنید و چالش‌های پیش رویشان را درک کنید. در تماس‌های BYB صنعت، اندازه شرکت، نقش آن‌ها، موقعیت جغرافیایی شرکت، ابزارهایی که استفاده می‌کنند و اهداف شرکت اهمیت زیادی دارند.

بیشتر بخوانید

[تکنیک های پیگیری مشتری در تماس تلفنی | زنده کردن یول - اوج ابری](#)

مشتری را قبل از تماس، گرم (آهاده) کنید

می‌توانید قبل از اینکه تماس بگیرید از طریق ایمیل، لینکدین یا رسانه‌های اجتماعی برای مشتریان پیامی بفرستید تا زمینه لازم را فراهم کنید. به این ترتیب وقتی با آن‌ها تماس می‌گیرید، از لحاظ ذهنی آماده‌تراند و از قبل با مشخصات شما آشنا هستند.

آماده شوید

برای تماس‌های سرد، حتما اسکرپت متناسب با مشتری هدف شما آماده کنید تا در مواقع لازم به شما کمک کند مطمئن شوید که حرف‌های درست و به‌جایی به مشتری می‌زنید. اما به یاد داشته باشید، لحن شما، پاسخ‌های مرتبط و شخصی‌سازی مکالمه می‌تواند تأثیر زیادی بر موفقیت تماس سرد داشته باشد.

زمان مناسب برای برقراری تماس سرد را پیدا کنید

اگر در زمان نامناسبی با مشتریان بالقوه خود تماس بگیرید، احتمال موفقیت شما به طرز عجیبی کاهش پیدا خواهد کرد. تماس در زمان صحیح، نه تنها شانس ایجاد یک تأثیر اولیه مثبت و حرفه‌ای را افزایش می‌دهد، بلکه احتمال درگیری و توجه واقعی مخاطب به پیام شما را نیز بیشتر می‌کند.

نکات مهم در طول تماس سرد

در تماس ها سرد اگر یکسری نکات را رعایت کنید طبیعتا نتایج بهتری را مشاهده خواهید کرد. توجه کنید این نکات را در طول تماس رعایت کنید. برخی از این نکات شامل موارد زیر است:

تأثیر اولیه قدرتهندی بگذارید

چند ثانیه اول تماس، برداشت مشتری بالقوه از شما را شکل می‌دهد، بنابراین باید یک تأثیر اولیه فوق‌العاده ایجاد کنید. ابتدا با اعتماد به نفس و به شکلی مؤدبانه برای یک گفتگوی کوتاه اجازه بگیرید و اگر مشتری زمان دیگری را ترجیح داد هماهنگی لازم را انجام دهید.

تماس را هدایت کنید

با توجه به این که تحقیقات خود را قبل از تماس به خوبی انجام داده‌اید، درباره نقاط چالش‌برانگیز آنان صحبت کنید و مکالمه را به گونه‌ای هدایت کنید که به راه‌حلی که شما برای آنان دارید برسد.

اعتبار شرکت خود را به نمایش بگذارید

برای ایجاد اعتماد و کاهش ریسک اولیه مشتری، اشاره به اعتبار شرکت و مثال زدن از مشتریان فعلی ضروری‌ست. این کار تجربه و تخصص شما را به‌طور غیرمستقیم نشان داده و به متمایز ساختن شما از رقبا کمک می‌کند. با آماده‌سازی داستان‌های موفقیت مرتبط، و اشاره کوتاه به دستاوردهای کلیدی که آنان با استفاده از محصول شما به دست آورده‌اند می‌توانید اعتماد مشتریان را جلب کنید.

از مشتری بالقوه سوالات باز بپرسید

تماس سرد فرصتی عالی‌ست تا در مورد مشتری بالقوه اطلاعات لازم را کسب کنید. کلید این کار پرسیدن سوالات باز و گوش دادن به صحبت‌های مشتری است. سوالات باز به شما کمک می‌کنند تا از پاسخ‌های سطحی گذر کنید و به درک عمیقی از نیازها، چالش‌ها و اهداف واقعی مشتری دست یابید. مثلا می‌توانید به جای پرسیدن سوال «آیا به یک نرم‌افزار حسابداری در مجموعه‌ی خود نیاز دارید؟» بپرسید «در حال حاضر برای مدیریت امور مالی و حسابداری در مجموعه خود با چه چالش‌هایی روبه‌رو هستید؟»

پاسخی که دریافت می‌کنید، اطلاعات ارزشمندی به شما می‌دهد تا بتوانید نرم‌افزار حسابداری خود را به عنوان یک راه‌حل عالی برای چالش‌ها یا فرصت‌های مطرح شده، معرفی کنید.

یاد بگیرید چگونه با مخالفت‌ها برخورد کنید

وقتی به مشتریان محصول یا خدمات خود را پیشنهاد می‌دهید در واقع به آنان توصیه می‌کنید که رویکرد فعلی خود را کنار گذاشته و تغییر کنند. مسلما همیشه مقاومت در برابر تغییر وجود خواهد داشت و وظیفه شماست که نگرانی‌های آنان در این خصوص را با پاسخ‌های مناسب برطرف کنید. پیش‌بینی و آمادگی برای تمام مخالفت‌هایی که ممکن است با آن‌ها روبرو شوید غیرممکن است اما مجموعه‌ای از مخالفت‌های رایج برای هر صنعت و هر شخصیت مشتری وجود دارد که می‌توانید از قبل برای آن‌ها آماده باشید.



همدلی نشان دهید

به مشتری نشان دهید که واقعاً به او اهمیت می‌دهید و می‌خواهید مشکلش را حل کنید. مشتری به دنبال محصول یا خدمات شما نیست، بلکه خواهان راه حلی برای چالش پیش پای خود است. نشان دادن همدلی در طول تماس‌های سرد، اساس ایجاد تفاهم و برقراری ارتباط با مشتری است. تا زمانی که مشتریان ندانند که شما واقعاً به وضعیت آن‌ها اهمیت می‌دهید، تمایلی به همکاری با شما نخواهند داشت.

نکات مهم بعد از تماس سرد

نکات مهم در طول تماس سرد را توضیح دادیم؛ اما این را بدانید که بعد از تماس هنوز کار تمام نشده و می‌بایست به یکسری نکات دقت داشته باشید که شامل موارد زیر است:

قدم بعدی را مشخص کنید

اگر موافقت کرده‌اند، یک تماس یا جلسه پیگیری برنامه‌ریزی کنید.

استراتژی فروش به آنان را با دیگر همکاران خود هماهنگ کنید.

اگر تماس موفقیت آمیز نبود، تماس فروش خود را ضبط و تحلیل کنید. با دقت به آن گوش دهید تا بفهمید کجای تماس اشتباه پیش رفته است.

اطلاعات خود از تماس با مشتری را با تیمتان به اشتراک بگذارید.

افزایش فروش در تماس سرد بازاریابی تلفنی

اگر به دنبال راه‌حلی هستید که بازدهی تماس‌های سرد شما را چند برابر کند، هیچ چیزی بهتر از تکنولوژی به شما کمک نخواهد کرد. در بین ابزارهای شناخته شده برای بهبود ارتباط با مشتریان، **سیستم CRM اوج ابری** می‌تواند بیشترین تاثیر را روی بازاریابی تلفنی مجموعه‌ی شما بگذارد.

چگونه نرم‌افزار CRM تماس‌های سرد شما را متحول می‌کند؟

سازماندهی اطلاعات: می‌توانید پیش از برقراری تماس، تنها با یک کلیک، دید کاملی از مخاطب و سابقه تعاملات او داشته باشید تا مکالمه را شخصی‌سازی کنید و با نیازهای مشتری آشنایی کلی پیدا کنید.

پیروی از یک مسیر فروش استاندارد: با استفاده از این نرم‌افزار می‌توانید تعاملات با یک مشتری را به صورت مرحله ثبت و با دیگر همکاران خود به اشتراک بگذارید تا با برنامه ریزی کامل، هیچ فرصت فروشی از دست نرود.

اتوماسیون سازی وظایف تکراری: وظایفی مثل ارسال پیام‌های خودکار به مشتری می‌تواند به صورت خودکار در سیستم تنظیم شود تا بتوانید با خیال راحت روی وظایف حیاتی‌تر فروش تمرکز کنید.

برنامه‌ریزی بهتر تماس‌های سرد: با دسته‌بندی مخاطبان بر اساس اولویت یا پتانسیل، می‌توانید زمان خود را بهتر مدیریت کنید و در زمان مناسب‌تری نسبت به شرایط مشتری تماس برقرار کنید.

گزارشات کاربردی: گزارش‌هایی از تعداد تماس‌ها، نرخ موفقیت، دلایل عدم موفقیت، و عملکرد هر کارشناس فروش به شما کمک می‌کند بهتر برای استراتژی‌های فروش آینده‌ی خود برنامه ریزی کنید

دریافت PDF

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

دانلود PDF

سوالات متداول

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

▼

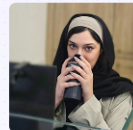
۱. چگونه به افزایش فروش در تماس سرد کمک می‌کند؟

▼

۲. چگونه قبل از تماس سرد می‌توان مشتری را آماده کرد؟

صبا ضعیزی / 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 تازه‌ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای که در این راه همراهم شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

دیدگاهتان را بنویسید

نام

ایمیل

دیدگاه *

مزایای تماس سرد چیست؟

نمونه اسکریپت تماس سرد در بازاریابی تلفنی

نکات مهم درباره تماس سرد در بازاریابی تلفنی

نکات مهم در طول تماس سرد

نکات مهم بعد از تماس سرد

اشتراک گذاری



در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

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

فستادن دیدگاه

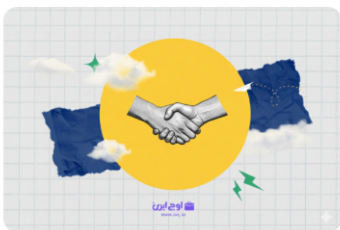
مقالات پیشنهادی



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 مشتریان ...



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.

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