



## منظور از روند کار در فروش تلفنی چیست ؟

### اتخاذ راهبرد در روند انتخاب کار در فروش تلفنی

شاخص هر فروشنده حرفه ای این است که با هر موقعیت فروش کنار بیاد و آن را به نتیجه برساند

گرفتن و جلب نظر مشتری با طرح پرسش های ارزشمند و گوش تماس الف : اتخاذ تصمیم و برنامه برای دادن به خواسته ها و توقعات او

ج :جلب نظر مشتری با طرح پرسش های ارزشمند و گوش دادن به خواسته های او باید به دقت به حرفهای گوش دهید و آن را تجزیه و تحلیل کنید. گاهی شما برنامه ریزی کردید اما مشتری اقدامی متفاوت مشتری با انتظار شما انجام میدهد و ناهماهنگی ایجاد میشود و باید تجدید نظر کنید

ر: روده درازی نکردن

الف : ایجاد مذاکرات به منظور اتمام کار و دستیابی به تعهد که مجموع این موارد بالا ( ا ج ر ا ) یعنی اجرا





هدف شما همواره معامله کردن با مشتری هست چه در این تماس و چه در تماس های بعدی باید شما از قبل کارشناسایی و مشاوره را انجام داده باشید و از یک سری مطالب آگاه باشید و بدانید که بهترین زمان برای دسترسی به مشتری چه زمانی هست یا منشی و مسئول دفتر او چه کسی است ؟

و محصولات چالش های مشتری چیست؟ در معامله قبلی با این مشتری چه اتفاقی افتاده؟ مشتری از چه خدماتی استفاده میکند؟ مشتری چگونه درگیر روند تصمیم گیری میشود؟ یا چه کسی در او بیشترین تاثیر را دارد؟ و در کل چه شخصیتی دارد؟

شما باید به همه این اطلاعات قبل از تماس آگاه باشید

در مورد خودتان هم باید یک سری مطالب را بدانید: مثلا از نظر بدنی و ذهنی چقدر برای این تماس تلفنی آماده اید؟ برای برقراری ارتباط آیا نشسته اید یا سر پا ایستاده اید؟ آیا بانک اطلاعاتی مشتری شما به روز است؟ آیا قبل از تلفن کردن همه حواس پرتی ها یا نگرانی ها را کنار گذاشته اید ؟ در این لحظه انرژی شما در چه سطحی است ؟

شما چقدر خوب و عمیق به مکالمات تلفنی گوش می دهید ؟ شما باید گوش به زنگ پیام های پنهان باشید بهترین راه حل علاقه مند کردن مشتری به فروش ، مکالمه است وقتی اجازه می دهید که مشتری صحبت کند آسان تر توجه او را جلب می کنید و این هدایت او را به سمت آنچه که مد نظر شماست آسان تر خواهد کرد . آنچه موجب تفاوت شما با سایر فروشندگان ها میشود گوش دادن شما به مکالمه مشتری و اجازه صحبت دادن به او ، تماس شما را به یاد ماندنی می کند





ای که به کارش مسلط است ، می داند چگونه سوال کند. او از .حسن تفاهم را خدشه دار می کند فروشنده خودش می پرسد که اگر پرسش خوب باشد چه نفعی برای من دارد؟ و یا اگر پرسش بد باشد چه ضرری برای من دارد ؟

پرسش خوب چه مزیتی دارد ؟ یک سری اطلاعات را برای شما آشکار می کند که به شما کمک میکند با مشتری رابطه نزدیکی برقرار کنید و شما را به سمت تصمیم گیری درست هدایت می کند و موارد کلیدی را قبل از اینکه مشکلات به اعتراض تبدیل شوند آشکار می کند و در نهایت مکالمه را در جهت فروش هدایت میکند

اما پرسش بد چه مشکلی ایجاد می کند مشتری احساس می کند که تحت فشار است و می خواهد که مکالمه را زودتر پایان دهد و مشتری دیگر هیچ اطلاعاتی را برای شما آشکار نمی کند و آن رابطه نزدیک و حسن تفاهم را خدشه دار می کند