

■ تماس سرد (اولین تماس یا Cold Calling) - قسمت اول

تماس سرد یکی از کلمات رایج در سیستم بازاریابی و فروش سنتی است ولی فقط به همین حوزه محدود نمی‌شود. اساساً هر نوع برخورد یا تماسی که برای بار اول، با کسانی برقرار می‌شود که هیچ پیش‌زمینه‌آشنایی بین‌مان وجود ندارد، «تماس سرد» نامیده می‌شود.

تماس‌های سرد یکی از روش‌های برقراری ارتباط با مشتریان بالقوه است، از این رو معمولاً مورد توجه قرار می‌گیرد. باید بدانیم حتی حرفه‌ای‌ترین فروشندگان نیز در ۹۰ درصد مواقع نمی‌توانند طی یک تماس سرد چیزی بفروشند، اما این به معنای عدم موفقیت آنها در اولین تماس نیست.



فروشندگان حرفه‌ای برای هر تماس خود، حتی اولین تماس، هدف تعیین می‌کنند و دستیابی به این اهداف، میزان موفقیت فرد را مشخص می‌کند. تفاوت تازه کارها و حرفه‌ای‌ها در همین هدف‌گذاری است. تازه کارها در هر تماس، هدف نهایی را فروش محصول می‌دانند در مقابل، حرفه‌ای‌ها از تماس اول انتظار معجزه ندارند. آن‌ها می‌دانند همین که طی یک تماس نسبت به نیازهای مشتری آگاهی پیدا کرده و زمینه‌ای بیابند که تماس‌های بعدی را برنامه‌ریزی کنند، موفقیت نسبی حاصل شده است.

برای آن که از تماس‌های خود نتیجه بگیرید باید پیش از شروع خودتان را گرم کنید! ابزار کار را مهیا کنید؛ کسب اطلاع از محصول، وضعیت مشتری، جایگاه مخاطب، تدارک برگه‌های سفید، سر رسید، خودکار و... اولین قدم خواهد بود.

پیشنهاد شده است قبل از تماس و در حین آن به آینه نگاه کرده و لبخند بزنید. هرچند لبخند شما استرس و اضطراب شما را کم می‌کند ولی معجزه نخواهد کرد. لحن دوستانه واقعی شما بیش از لبخند تصنعی که قرار است حس مثبت را به مشتری منتقل کند، تاثیرگذار خواهد بود، اما بلاخره این هم تکنیکی است!

در قسمت بعد، به راه‌کاری اجرایی در زمینه تماس سرد می‌پردازیم.

نوشته: آرش شارق

کانال تلگرام: <https://telegram.me/DrCRM>



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=12783>