

البيع عبر الهاتف

مقدمة

حسب احصائية 2019 مارال التليفون اكثر وسيلة فعالة للبيع بنسبة 41% وسوف تعرف على عيوب ومميزات البيع عبر الهاتف - الفرق بين التسويق والبيع عبر الهاتف - مراحل البيع عبر الهاتف

تعريف البيع : هو نشاط ضروري للغاية قائم على الانسان حيث يوسط معرفتك احتياجات ورغبات وطموح عميلك المحتمل ومهمتك ان تظهر لهم ان منتجك او خدمتك يمكنه ان يحسن من حياتهم

الفرق بين البيع والتسويق بالتليفون

التسويق : هو استخدام الهاتف كأداة اتصال للتسويق والدعائي وليس بغرض اغلاق العملية البيعية

البيع : يهدف الى اغلاق عملية البيع عن طريق الهاتف ويستخدم البائع اسلوب الاقناع بدلا من اسلوب السرد

مميزات البيع عبر الهاتف

توفير الوقت والجهد

تطور وسائل تكنولوجيا الاتصال وتسهيلات الدفع

توفير النفقات : التمثيل والمظهر

عيوب البيع عبر الهاتف

افتقار لوجودك في مكان العميل حيث يحدك بعض المعلومات الضرورية عن الشركة

قد يطول الاجتماع لمدة ساعة او اكثر بينما لا يمكن ان تزيد المكالمة التليفونية عن ربع ساعة

ينح لك تواجد الشخص امكانية عرض سلعك على العميل مباشرة وبمجرد ذلك فرصة اكبر لانمام عملية البيع

معرفة دوافع الشراء

ردود الفعل العاطفية اسرع ب 3000 مرة من التفكير العقلاني

الاجراء العاطفية من العقل تعالج الادخال الحسي اسرع 5 مرات من التفكير العقلاني

نسبة الاقناع بين العاطفة الى المنطق هي 1.24

اعتبارات منطقية : مثل توفير الوقت - توفير خدمة عملاء - توفير المال

اعتبارات عاطفية مثل اسم البراند او الشركة - الشكل الخارجي - رجل المبيعات

اعتبارات تيررية

المرحلة الاولى : مرحلة التحضير للبيع

وهي تعتبر بنسبة 50% من البيع

بيع لنفسك قبل ان تباع لغيرك - معرفة كل شئ عن المنافسين - معرفة أهم ما يميز منتجك عن الآخرين

مراحل البيع عبر الهاتف

المرحلة الثانية : بدء المكالمه مع العميل

الترحيب بالعمل والتعريف بالشركة

مرجعية الحصول على العميل

اطلب بعض الوقت من العميل

الهدف من المكالمه

انتمس اثناء المكالمه مع العميل

المرحلة الثالثة : مرحلة جس النص

توصيف العميل ويعني فهم وتحديد قدره العميل على الشراء - المال - السلطة - الرغبة

تحديد احتياجات العميل : اسئلة مفتوحة - اسئلة مغلقة

المرحلة الرابعة : عرض المنتج

يجب التفريق بين الضرورة والاحتياج حيث الضرورة هي اشياء من الضروري الحصول عليها أما الاحتياج اشياء نريدها ولكن ليس الآن

فوائد الاعتراضات :

الاعتراضات حده لانها علامة على اهتمام العميل بالمنتج

ايضا تكشف المناطق التي تخطئ بمعظم اهتمام العميل

تعامل مع الاعتراضات بطلب معلومة اضافية

الرد على الاعتراضات

عدم الاهتمام بالمنتج - جانب سلبي في المنتج

الارتباب او الشك - افكار مغلوطة

المرحلة الخامسة : الرد على الاعتراضات

المرحلة السادسة : اغلاق البيع

الختام التشجيعي - اسلوب 1,2,3

ختام البدائل - الختام الافتراضي

ختام الراوية الحاده - ختام الفرصة الأخيرة

المرحلة السابعة : متابعة العميل

ارسل باقي التفاصيل للعميل ع الواتس او الايميل

تابع مع العميل في الوقت المنفق عليه

كن متابرا ولا تفرط في المتابعة مع العميل

اعرف متى يحين وقت الانفصال - تذكر ان البيع لعبة ارقام

اسلحة التواصل عبر الهاتف

لغة الجسد 55%

نغمة الصوت 38%

الكلمات المنطوقة 7%

عن طريق الهاتف تكون نغمة الصوت 86% - الكلمات المنطوقة 14%

وتشمل مستوى الصوت - سرعة الصوت - وضوح الصوت - الحالة المزاجية

5c's : clear - Concise - correct - Coherent - Complete

طرق زيادة المبيعات - upselling

هو اسلوب بيع يستخدم لاقناع العملاء بشراء نسخة أعلى او خمسة من منتج

هو اسلوب بيع يمكن down selling استخدامه بفاعليه عندما يحاول احد العملاء التراجع عن الشراء

هو اسلوب بيع يستخدم cross selling لتوليد المزيد من المبيعات باقتراح منتجات ذات صلة او تكميلية للعميل

بيع القيمة المضافة add value

عن طريق اضافة شئ ما بالاضافة الى المنتج لجعله يبدو افضل قيمة

العملاء الذين رأوا اغلاك - الذين تصل بهم عبر الهاتف

الذين تصل بهم عن طريق احوالات من عملاء اخرين

اقتناص العملاء الناموس وهي عندما يرسل احد البائعين عن المؤسسة فيترك عدد من العملاء الذين كان يتواصل معهم دون متابعتهم او تقديم عروض لهم

التغليف او الشكل الخارجي للمنتج

الاحترافية في التعامل مع العملاء

سرعة الخدمة والتوصيل

الخدمات الاضافية كالصيانة

الاحالات -

رحلة تكرر دورة الشراء

تقوم على ان لكل سلعة دورة زمنية يكرر فيها العميل شراء بنسخة جديدة من السلعة نفسها مثل العفارات - السيارات - الملابس - الكتب

البائع التقليدي :

يعمل على خلق احتياج العميل

يتحدث اكثر من العميل

يركز على انجاز عملية البيع

عدم المرونة مع احتياجات العميل - بيع سلع وخدمات

لا تكن بائع وكّن مستشار

البائع المستشار

يبحث عن احتياج العميل

يستمع جيدا للعميل ويعمل على التكيف مع احتياجاته

يعمل على بناء الثقة - بيع منافع للعميل

الاحطاء القابلة للبيع عبر الهاتف

ان تكون مثل الانسان الالي

التعامل مع كل العملاء بطريقة واحدة

مقاطعة العميل وعدم اعطائه فرصة للتحدث

الحدال المستمر مع العميل

عدم معرفة المنتج بشكل كافي

اهدار وقت وموارد الشركة مع عملاء غير مربحين

التحدث اكثر من اللازم عن مميزات المنتج

الخلاصة

البيع هو مساعده العملاء للحصول على منتج يحسن من حياتهم

المبيعات عملية محددة ومتسلسلة وهي مهارة قابلة للتعليم

لاد ان يحب رجل البيع منتج حيث ان المنتج لا يبيع نفسه