

بازاریابی تلفنی موثر

## Effective Telephone Marketing



مدرس: دکتر کامران صحت

---

[Dr. Kamran Sehat](#)

Mobile: 0912 100 8545 - [Info@SehatLearning.ir](mailto:Info@SehatLearning.ir)  
[www.SehatLearning.ir](http://www.SehatLearning.ir)

Without Learning, No Success!



دکتر کامران صحت متولد ۲۴ خردادماه سال ۱۳۵۳ دارای مدرک دکترای DBA گرایش بازاریابی از انگلستان می باشد. عمده فعالیت های اجرایی وی آموزش و مشاوره در زمینه های مرتبط با مباحث بازاریابی، تبلیغات، فروش و خدمات پس از فروش می باشد. همچنین مباحث پیشرفته ارتباطات نیز از جمله زمینه های آموزشی او می باشد. دکتر کامران صحت در سال ۱۳۸۲ مبحث پیشرفته "منشیگری مدرن" را در ایران طراحی نموده است و تاکنون هزاران منشی و مسوول دفتر تحت آموزش های پیشرفته او تعلیم دیده و در سازمان های مختلف مشغول به فعالیت می باشند. همچنین ده ها عنوان مقاله از او در نشریات معتبر کشور به چاپ رسیده است و ده ها عنوان کتاب از او به عنوان تالیف یا ترجمه چاپ رسیده است. او دارای بیش از یکصد عنوان DVD آموزشی و CD صوتی آموزشی می باشد.

عمده مباحث قابل آموزش توسط دکتر کامران صحت عبارت است از:

بازاریابی تلفنی - بازاریابی دیجیتال - تکنیک های افزایش فروش - ارتباطات موثر - زبان بدن - تکنیک های نفوذ در دیگران با NLP - مهندسی فروش - بازاریابی شبکه ای - فروش و فروشندگی حرفه ای - تکنیک های متقاعد کردن مشتری - لباس رسمی مذاکرات فروش - تکنیک های موثر پذیرایی در مذاکرات فروش - مدیریت ارتباط با مشتریان CRM - تکنیک های موثر مذاکرات - مدیریت موثر زمان در مذاکرات بازرگانی - اصول روابط عمومی در سازمان های مدرن - مکاتبات اداری و تجاری به زبان انگلیسی - اصول گزارش نویسی پیشرفته به زبان فارسی و انگلیسی - نگارش ایمیل موثر - نگارش متن ها و نامه های بازاریابی و فروش - آیین نگارش مکاتبات اداری - اصول روش های بایگانی اسناد و مدارک فروش - منشیگری مدرن - مسوول دفتر موثر - اصول تبلیغات نوین در ایران و ده ها عنوان آموزشی دیگر

عمده شرکت هایی که از خدمات آموزشی و مشاوره ای دکتر کامران صحت استفاده نموده اند عبارتند از:

بانک ملت - بانک مسکن - ایران خودرو - سایپا - مرسدس بنز ایران - هاکوپیان - زیراکس - دانشگاه آب و برق وزارت نیرو (شهید عباسپور) - مرکز آموزش بازرگانی - انستیتو ایزایران - بورس اوراق بهادار - دخانیات - استیل البرز - داده ورزشان هامون - مبلمان اداری ماندگار - مرکز تحقیقات و آموزش وزارت نیرو - نیروگاه کازرون - مناطق نفتخیز جنوب - نفت مناطق مرکزی ایران - شرکت پخش فرآورده های نفتی - شرکت پالایش و پخش فرآورده های نفتی - نفت و گاز گچساران - گروه ملی فولاد - آب و فاضلاب استان تهران - ارتباطات سیار (همراه اول) - سازمان ثبت احوال - ال جی - فروشگاه های زنجیره ای رفاه و ده ها شرکت معتبر دیگر

## نکات مهم در بازاریابی تلفنی موثر را بیاموزید!

### فروش یخچال به اسکیمو

بارش‌های نوین دکتر کامران صحت  
 دارای مدرک دکترای بازاریابی از انگلستان  
 خود را به روز نمایید.  
 روشی نو، اثری چند برابر!  
 به راحتی می‌توان از رقبای پیشی  
 گرفت. کمر بندها را ببندید.  
 لحظه‌ای درنگ نکنید.  
 زمان در حال گذر است.  
**اهمیت صدم ثانیه را از نفر دوم**  
**مسابقه دوی صد متر بپرسید.**  
 پس هم اکنون تماس بگیرید...

شرکتی که فقط در اسد ایجاد می نماید به طور یقین دچار مشکل خواهد شد.  
 (هتزی هورد)



Without Learning No Success®

things to DO Today

Kamran Sehat  
 PhD in Business Administration, D.B.A.  
 from American University of London  
 2. mob (498) 912 100 85 45  
 3. www.SehatLearning.com  
 4. www.SehatLearning.persianblog.ir  
 5. info@SehatLearning.com  
 6. drsehat@yahoo.co.uk

سمینار  
 دوره  
 مشاوره  
 CD صوتی  
 DVD تصویری

by 5DeDS.com

طبق تحقیقات به عمل آمده، با رقابتی تر شدن کسب و کارها، اهمیت ارتباط موثر با مشتریان نیز بیشتر می شود در این فضا از بین شیوه های مختلف ارتباط با مشتری نظیر تبلیغات، روابط عمومی، فروش شخصی، پیشبرد فروش و بازاریابی مستقیم، شیوه های ارتباط دوطرفه نظیر فروش شخصی و بازاریابی مستقیم موثرتر خواهند بود و علت آن هم تعامل دوطرفه ای است که بین بنگاه اقتصادی و مشتریان صورت می گیرد. در این ارتباط، علاوه بر اینکه بنگاه اقتصادی در شناساندن خویش به مشتری تلاش می کند تا بتواند تقاضای او را به سمت بنگاه سوق دهد، فرصتی فراهم می شود تا صدای مشتری را نیز بشنود که نتایج آن برای رقبا و گسترش کسب و کار حایز اهمیت است به طوری که بنگاه می تواند مشتری را بشناسد و نیاز او را بداند و در راستای کسب رضایت مشتری با نگرش برد دوجانبه حرکت کند. یکی از راه های بازاریابی مستقیم، بازاریابی تلفنی است که بهره گیری صحیح از تلفن علاوه بر نکات پیش گفته در راستای مدیریت زمان نیز به بازاریابان در دنیای شلوغ و پیچیده امروزی کمک می کند. در این مقاله به بازاریابی تلفنی و مهارت های لازم برای نیل به موفقیت در مذاکرات تلفنی پرداخته شده است.



یکی از تاکتیک های مهم متقاعد کردن مشتریان آگاه امروزی که حق انتخاب آنان به علت گسترش رقابت، پیوسته روبه افزایش است، ترویج (PROMOTION) است که خود از پنج ابزار تبلیغات، پیشبرد فروش، روابط عمومی، فروش شخصی و بازاریابی مستقیم تشکیل می شود. از طرفی، باتوجه به بالارفتن ارزش وقت و لزوم مدیریت زمان برای نیل به اهداف بنگاه های اقتصادی و همچنین اثربخشی بیشتر شیوه های ارتباطی دوطرفه (نظیر فروش شخصی و بازاریابی مستقیم) در این مقاله، به یکی از کانال های بازاریابی مستقیم یعنی بازاریابی تلفنی پرداخته شده است.



### بازاریابی تلفنی

اگر بدون وقت قبلی به محل استقرار مشتری مراجعه کنید، زمان زیادی را در راه صرف می کنید و امکان دارد طرف در محل حاضر نباشد و یا اینکه ممکن است مدتی را در انتظار باشید ولی بازهم شما را نپذیرد. پس بهتر است ملاقات های حضوری حتی الامکان با وقت قبلی باشد. تلفن را دست کم نگیرید. از تلفن استفاده کنید. این وسیله سرعت کار شما را افزایش می دهد و اگر هم مشتری نبود زمان اندکی را از دست داده اید. بدانید که تلفن برای شروع ارتباط بسیار مناسب است (مگر برای مشتریان قدیمی که با تلفن سفارش می دهند).

برای برقراری ارتباط با افراد مهم یکی از بهترین زمان های تماس تلفنی، صبح زود است و یکی آخر وقت که منشی ها رفته اند. منشی ها بسیار خوب هستند اما باید پذیرفت که بعضی از مواقع مانع برقراری تماس می شوند. باید تکنیک های بازاریابی تلفنی را یاد بگیرید و از آنها استفاده کنید.



به موارد زیر توجه کنید و آنها را به کار ببرید:

- کار با تلفن باید هدفمند باشد

- قبل از گرفتن شماره، خود را کاملن آماده کنید. این آمادگی شامل سرحال بودن، به کاربردن عبارات کلییدی مثبت نظیر اینکه: الان می خواهم یک بازاریابی تلفنی موفق داشته باشم آراسته بودن، لبخند زدن، فراهم بودن ابزار کار نظیر قلم، اطلاعات موردنیاز و... می شود. معطل گذاشتن مشتری برای پیدا کردن خودکار، آمار و... پسندیده نیست. اطمینان داشته باشید تمام ارقام و مدارک به روز است.

- صبح زود شروع کنید، کسب و کار از ساعت ۸ شروع می شود، ضمن اینکه خیلی از مدیران موفق قبل از ساعت ۸ صبح در محل کارشان حضور دارند. سحر خیزباش تا کامروا شوی!

- یک عدد آئینه روی میزتان قرار دهید تا در هنگام مکالمه به آن نگاه کنید و لبخند بزنید. حالت چهره شما در صدایتان منعکس می شود، به یاد داشته باشید که در بازاریابی تلفنی تنها سلاح شما صداست، پس این سلاح را درست به کار گیرید

- برای هر یک از مکالمات تلفنی خود از قبل برنامه ریزی کنید، اول تمام مکالمه را در ذهنتان تمرین کنید، مجسم سازید که پیشاپیش در این کار موفق شده اید و حالا فقط می خواهید این موفقیت را تکرار کنید.

- نام مخاطب را در ابتدای مکالمه پرسیده و درست تلفظ کنید. در حین مکالمه از نام او به دفعات استفاده نمایید. این کار موجب می شود تا احساس خوبی در وی ایجاد شود.

- در مذاکرات تلفنی مهم، ایستاده صحبت کنید. در این صورت آدرنالین بیشتری از مغز ترشح می شود و تسلط شما را بالا می برد. در این وضعیت صدا با قاطعیت بیشتری به مخاطب انتقال خواهد یافت. هنگامی که شما ایستاده اید و با تلفن صحبت می کنی، ذهن تان فعال تر است و احساس قدرتمندی بیشتری به شما دست می دهد. در این حالت به گفته پزشکان بدن و ذهن به صورت آماده باش در می آید و تمرکز و توجه بیشتری به موضوع پیدا می کند. همچنین درک مطالب پیچیده نیز آسان تر خواهد بود.

- دست نوشته داشته باشید. متنی را از قبل آماده کنید تا در شروع مذاکرات از آن استفاده کنید. این متن باید شما و شرکت را معرفی کند، مقصود شما را از تلفن زدن بیان کند و مزایای محصول و وجه تمایزتان را نشان دهد. چنان ماهرانه از متن استفاده کنید که طرف مقابل متوجه روخوانی تان نشود.



- مشتری باید در تن و لحن صدای شما شادابی را احساس کند. معایب تلفن به عنوان یک عامل ارتباطی شامل فقدان ارتباط چشمی و احتمال آماده نبودن طرف مقابل یا منحرف شدن توجه او به دلیل سایر فعالیت ها (یا

شلوغی جاده در صورتی که طرف در جاده باشد) می شود. لذا تمام این نقایص را باید صدای گرم و جذاب شما جبران کند.

- با مشتری گفتگو کنید نه اینکه به طور یک جانبه مطالبی را به آنها بگویید.

- برای وقت مشتری ارزش قایل شوید و در صورت عدم تمایل او وقت دیگری را برای مذاکره درخواست کنید.

- حوصله داشته باشید.

- در هنگام صحبت با تلفن چای نخورید، سیگار نکشید، روزنامه نخوانید و... و حواس خود را فقط روی گفتگو متمرکز کنید.

- بی جهت روی بعضی از مواضع پافشاری نکنید. پیشنهاد می گردد در این بخش بیشتر روی منافع طرفین پافشاری نمایید.

- به آداب و اعتقادات طرف مذاکره کننده احترام بگذارید. - تلفن را درست نگه دارید تا صدای شما واضح باشد. کلمات را واضح و با تلفظ صحیح به کار ببرید.

- تصویر درستی از خود ارایه دهید، نه خود را کوچک بشمارید و نه غلوآمیز صحبت کنید. به خاطر داشته باشید که مشتری تصویر محصول یا خدمات را بهتر خریداری می نماید.



- با سرعت مناسب صحبت کنید، به طوری که تاثیر خوبی داشته باشد. - اگر در مکالمه های تلفنی طرف مقابل شما فریاد می کشد و سر شما داد می زند، هرگز مقابله به مثل نکنید. بلکه آرام و نرم و با ملایمت صحبت کنید، در این گونه مواقع هم بهتر است بایستید و به مکالمه ادامه بدهید. - شاید طرف صحبت شما سوال های غیرمرتبط و یا حتی خصوصی مطرح کند، خونسرد باشید و عصبانی نشوید، مدیریت ارایه اطلاعات داشته باشید، لازم نیست به همه سوال ها پاسخ دهید، گاهی خود را به نشنیدن بزنیید و مجددن موضوع اصلی را پیش بکشید و گاهی هم شوخی



کنید و سوال ها را با ظرافت رد کنید به هر حال، سعی کنید مودبانه برخورد کنید و با سیاست و بازی با لغات مکالمه را به اتمام برسانید. در همه حال مواظب شخصیت مشتری باشید، یادتان باشد هدف بازاریابی، رسیدن به تعامل است نه مشغول شدن به تقابل، که نتیجه مثبتی برای کسب و کار ندارد.

- مراقب کلام خود باشید، و در حذف کلمات کلیشه ای و عباراتی که تکیه کلام شما شده اند ولی خیلی پسندیده نیستند تلاش کنید. خانم ها از اصطلاحات مردانه و آقایان از اصطلاحات زنانه نباید استفاده کنند. - هدف از بازاریابی تلفنی گرفتن وقت از مخاطب برای ملاقات حضوری است، لذا از ارایه اطلاعات زیاد خودداری کنید، در ملاقات حضوری شما علاوه بر صدا، ابزارهای دیگری هم برای تاثیر گذاشتن بر مشتری در اختیار دارید نظیر زبان، تاثیرات تیپ ظاهری، نمونه کالا، کاتالوگ، فیلم و...، لذا هدف اساسی تان گرفتن وقت ملاقات باشد.

- صدایتان را ضبط کنید و به آن گوش دهید، این کار باعث می شود تا عیوب کارتان را پیدا کنید و با تمرین و مهارت آنها را برطرف سازید.

- سعی کنید سوال ها و اعتراضات مشتریان را پیش بینی کنید و فهرست سوال های احتمالی خود را کامل کنید. جواب های آنها را آماده کنید. این کار میزان آمادگی شما را در مذاکرات بعدی افزایش می دهد.

- حرفه ای عمل کنید، از تلفن به عنوان یک وسیله کاری استفاده کنید، زود بروید سر اصل مطلب و از تعارفات کم کنید. اختلالاتی را که مکالمات تلفنی در کارتان ایجاد می کند را به حداقل برسانید. وسط حرف مشتری ندوید، مهارت های سخنرانی و گوش کردن را در خودتان بالا ببرید. پرشور باشید، با اعتماد به نفس صحبت کنید، از موضوع اصلی خارج نشوید.



- ویژگی محصولات را بیان کنید اما این ویژگی ها را با منافع و مزایایی که برای مشتری دارد پیوند دهید و تایید دیگران را در جهت بالا بردن اطمینان مشتری بیان کنید تا اعتبارتان افزایش یابد.

- یادداشت برداری کنید، این کار باعث می شود چیزی را از قلم نیندازید اما مواظب باشید یادداشت برداری به مذاکرات شما لطمه نزند.

- تندنویسی را تمرین کنید و نکات کلیدی را یادداشت کنید.

- تعداد تلفن زدن هایتان را افزایش دهید، قرار نیست تمام تماس های شما به قرار ملاقات یا معامله منجر شود اما هر چقدر تعداد تماس های شما بیشتر باشد و تسلطتان بالاتر برود قطعاً تعداد قرار ملاقات ها و معاملات هم افزایش می یابد، رابطه مستقیم بین مشتری یابی امروز و منافع فردا وجود دارد.



- مراحل مشتری یابی از طریق تلفن را فراگیرید. ابتدا توجه طرف مقابل را جلب کنید، سپس خود و شرکت را معرفی کنید، آنگاه از یک عبارت کلیدی مثبت استفاده کنید و با قرار ملاقات گذاشتن مکالمه را به پایان برسانید.

- به منشی ها خیلی احترام بگذارید، اینها انسان های مهمی هستند و می توانند دوست شما برای برقراری تماس با مدیرشان باشند یا اینکه مانع شما بشوند. در اولین تماس ها با منشی جمله ای که می گویند، امری مودبانه و سریع باشد تا او را وادار به حرکت سریع کند. نظیر سلام، آقای محسنی، لطفاً..... جمله شروع نباید از ناحیه ضعف و با عبارات دارای بار روانی منفی مثل ببخشید مزاحم شدم یا خسته نباشید همراه باشد، به علاوه اینکه قاطع و با اعتماد به نفس صحبت کنید و من و من نکنید.

- در کتاب های نویسندگان خارجی تاکید می شود که شما برای مشتری وقت ملاقات تعیین کنید مثلن بگویید سه شنبه ساعت ۵ بعدازظهر چطور است؟ یا سه شنبه ساعت ۵ بعدازظهر من آنجا خواهم بود ولی این روش در ایران جواب نمیی دهد و به مشتری برمی خورد. بهتر است از او بخواهید وقت ملاقات را تعیین کند سپس به تنظیم وقت بپردازید. یادتان باشد که مشتری رییس است.

- موفقیت و شکست هایتان را در بازاریابی تلفنی تجزیه و تحلیل کنید و از آنها درس بگیرید، یکی از بهترین معلم ها تجربه است. هر بار که گوشی را برمی دارید باید خود را از نو بسازید اجازه ندهید تکراری بودن امور، شما را خسته کند، باید هر روز دوباره درمورد آنچه انجام می دهید فکر کنید. خلاق باشید.

- در پایان هر مذاکره سعی کنید خیلی کوتاه خلاصه مذاکرات را بیان کنید و برای آن از مشتری تاییدیه بگیرید تا مبدا موضوعی برداشت مشترک نشده باشد.



- سوال کردن در جای درست برای فهمیدن صحیح موضوع، مناسب است و ایرادی ندارد.

- اطلاعات شما از رقبا میزان حرفه ای بودنشان را نشان می دهد و باعث می شود در مدیریت مکالمات تلفنی قویتر عمل کنید. این اطلاعات مربوط به مواردی از جمله محصولات آنها، قیمت هایشان، بازار هدفشان، پور سانتاژ بازارشان، تعداد نیروی فروش، میزان تخفیف، استراتژی فروش، دید رقبا نسبت به شما و... می شود.

- در پایان مذاکرات تلفنی شما بعداز طرف مقابل، گوشی را زمین بگذارید.

- تاریخ، ساعت، مکان و هدف قرارتان را یادداشت کنید.

- در کلاس ها و سمینارهای آموزشی بازاریابی تلفنی شرکت کنید تا احتمال موفقیت خود را بالا ببرید. مطالعه پیوسته کتاب های مربوطه هم فراموش نشود. در جلب رضایت مشتری از طریق تلفن کاملن مهارت پیدا کنید. یاد بگیرید مانند یک نوازنده ماهر که با ساز خود هنرنمایی می کند، شما هم با تلفن هنر بازاریابی تلفنی خود را به نمایش گذارید.

- بی تردید در فرایند هر گفتگو ممکن است ایرادهایی از سوی مشتری مطرح شود. مسلمان هر ایرادی یک مانع است و باید پاسخی برای آن طراحی شود. در چنین موقعیتی بیهوده دلواپس نشوید، سعی کنید دلواپسی های خود را کنترل کنید. در اغلب موارد مشخص شده است که دلایل دلواپسی افراد را می توان به نحو زیر طبقه بندی کرد:

الف) ۴۰ درصد دلواپسی های افراد در مورد مسایلی است که هرگز اتفاق نمی افتند.

ب) ۴۰ درصد دلواپسی ها در مورد چیزهایی است که نمی توان آنها را تغییر داد.

ج) ۱۲ درصد دلواپسی ها در ارتباط سلامتی است.

د) ۸ درصد دلواپسی ها به طور اصولی صحیح و واقعی اند.

بنابراین، میان دلواپسی ها باید فرق گذاشت و از آنجا که در تماس تلفنی نسبت به تماس حضوری تنها از کانال های مشخصی برای ارتباط استفاده می کنید، در آن صورت در موقعیت هایی که سرحال نیستید، سریع صدای شما حالت درونی تان را منعکس کرده و دلواپسی های شما را لو می دهد. بنابراین، زمانی که ایرادی از شما گرفته می شود، دلواپس نشوید و آن را یک حسن نظر تلقی کنید، زیرا در همین ایرادهاست که مسایل و نیازهای مشتری آشکار می گردد.



- اقدام کنید، بهترین راه برای غلبه بر شک و ترس حرکت است. اقدامات فوق را رعایت کنید و ابزارتان را آماده سازید، با تمرین، ایراداتان را برطرف کنید، مهارت هایتان را بالا ببرید، از دوستانتان بخواهید شما را راهنمایی کنند، به صدای خود گوش کنید و از همه چیز یاد بگیرید اما با تمام اینها تا اقدام نکنید موفق نمی شوید، با آمادگی، گوشی را بردارید و شروع کنید.

- فرم مذاکرات تلفنی را تنظیم کرده و تاریخ تماس، ساعت تماس، نام مخاطب، شرکت مخاطب، خلاصه مذاکره و اقدام بعدی که باید صورت گیرد را یادداشت کنید. و در پیگیری ها از این فرم استفاده کنید.

- لطفن گوشی را بردارید! تلفن، اتلاف وقت یا صرفه جویی معضل استفاده نادرست از تلفن همچنان گریبان گیر اکثر مردم جهان است و متأسفانه بیشتر مردم طرز صحیح استفاده از آن را نمی دانند. جالب است بدانید، استفاده درست از تلفن نیازمند تجربه و مهارت بالایی است تا هم فرد به کار خود برسد و هم وقتش هدر نرود. برای رسیدن به این هدف چند نکته کلیدی را در اختیارتان قرار می دهیم تا شاید کمکی برای استفاده بهتر از تلفن باشد. در تماس های کاری پیش از تلفن زدن حتما مواردی را که می خواهید بگویید به صورت تیتروار یادداشت کرده تا فراموش تان نشود.

- ابتدا از خود بپرسید: هدف من از این تماس چیست؟ به طور مثال اگر می خواهید قرار ملاقاتی بگذارید تمامی ساعات ممکن در آن هفته را یادداشت کنید تا اگر فرد مقابل نتوانست با گزینه زمانی شما تطبیق یابد، زمانی دیگر را پیشنهاد دهید یا اگر می خواهید اطلاعاتی از آن فرد بگیرید، تمامی موارد را بر اساس اهمیت موضوع یادداشت کرده و به ترتیب بپرسید و سپس جلوی هر سوال پاسخ را بنویسید تا فراموش نشود. با این کار به ظاهر ساده خود به جواب تمامی سوالات خود در کمترین زمان دست می یابید.



- تنها چیزی که در پشت تلفن به گوش می رسد، طرز کلام شماست. در بسیاری از موارد شما می توانید از لحن و طرز گفتار فرد پشت تلفن، به شیوه تفکر و روحیات او پی ببرید. شما نیز سعی کنید با توجه به چند نکته، اثر مثبت تری را در مکالمات تلفنی از خود به جا بگذارید. یکی از مهم ترین موارد این است که با آرامش صحبت کرده و اجازه دهید صحبت تان در ذهن فرد مقابل، بنشیند. همچنین از سریع صحبت کردن یا جوییده جوییده حرف زدن بپرهیزید زیرا این کار باعث گیج شدن او می شود و ممکن است منظور شما را اشتباه بفهمد. نکته دیگر این است که با شک تردید و اضطراب حرف نزنید. این مساله بر روی درک مطلب و تمرکز فرد اثر بدی می گذارد و موجب تلفن های بعدی برای درک بهتر مطلب شده و وقت بیشتری را از شما می گیرد.

- از پیام گیر تلفن بهترین استفاده را ببرید. به خاطر داشته باشید که سازمان های مدرن، پیام دستگاه تلفن خود را به مناسبت های مختلف تغییر می دهند. این امر موجب می شود تا تصویر خوبی از مدرنیته در ذهن مشتریان ایجاد گردد. در ضمن شما می توانید پاره ای از اطلاعات مهم را به صورت خلاصه و تیتروار بر روی پیام گیر بگذارید. نام و نام خانوادگی خود را در صورت تمایل گفته و ساعت بازگشت تان را نیز بگویید. اگر بنا به دلایلی نمی خواهید این کار را انجام دهید، می توانید پیغامی با این مضمون بگذارید که فرد تماس گیرنده، نام، شماره و ساعت تماس خود را بگوید تا شما به او زنگ بزنید. ذکر این سه مورد در پیغام تلفنی ضروری است. زیرا بسیاری از افراد در هنگام صحبت با پیام گیر تلفن هل می شوند و نام یا شماره تماس خود را نمی گویند. آمار نشان داده آن دسته از افرادی که با این مساله مشکل دارند، فکر می کنند که در حال صحبت با یک ماشین هستند و احساس بدی به آن ها منتقل می شود که در نتیجه یا بدون گذاشتن پیام بر روی تلفن آن را قطع می کنند یا پیغام های نامفهوم می گذارند.



- گاهی بد نیست که فکر کنید در عصر حجر قرار دارید و امکان دسترسی به تلفن نیست. این مساله به شما فرصت می دهد تا کارهایتان را به بهترین حالت ممکن انجام دهید و بعد هم با آن افرادی که تماس گرفته اند صحبت کنید. اما بد نیست اگر فردی بیش از دو سه بار زنگ زد، جواب دهید شاید کار مهمی داشته باشد. تلفن یکی از اختراعات مهم بشر بوده که برای صرفه جویی در وقت اختراع شد ولی متأسفانه در بسیاری از موارد خود به یک

غارتگر زمان تبدیل شده است. محققان پس از پاره ای تحقیقات متوجه شدند که حدود نود و پنج درصد ارتباطات روزانه توسط تلفن انجام می شود و همچنین حدود چهل درصد وقت هایی که در محیط کاری تلف می شود به خاطر روش غلط تلفن کردن یا پاسخگویی نادرست به آن است. شما نیز با کمی تمرین می توانید زمان خود را به شیوه بهتری مدیریت کنید.



### نتیجه گیری

بازاریابی تلفنی یکی از کانال های بازاریابی مستقیم است که در صورت کسب مهارت های لازم جهت استفاده صحیح از تلفن میزان توفیق فروشندگان در نیل به اهداف فروش بازاریابی را افزایش می دهد. در این مقاله اصول بازاریابی تلفنی جهت استفاده صحیح از زمان و تاثیرگذاری مثبت بر مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است.

**Dr. Kamran Sehat**  
 Training, Researching & Consulting  
 Tel/Fax: (+98)21 44425886  
 Mob: (+98)912 100 85 45  
 e-mail: dr.sehat@yahoo.co.uk  
 weblog: www.SehatLearning.persianblog.ir

مدرس:  
 دکتر کامران صحت - دکترای مدیریت بازرگانی، انگلستان  
 بیش از ۱۶ سال سابقه تدریس، مدیریت و مشاوره

# سمینار آموزشی - کاربردی مهارت های برقراری ارتباط موثر

Effective Communication

**هدف:** امروزه میثوان گفت که ارتباطات، تمامی فعالیت های یک فرد را تحت الشعاع خود قرار داده است. نوع برقراری ارتباط در دستیابی به اهداف ارتباطی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این سمینار تلاش خواهیم نمود تا انواع مختلف ارتباطات را اعم از ارتباطات کلامی و غیر کلامی مورد بررسی قرار داده و نقش هر یک را در دستیابی به اهداف ارتباطی بررسی نماییم.

- محتوای آموزشی سمینار:**
- تعریف ارتباطات - نگامی گذرا به
  - تاریخچه ارتباطات - دسته بندی انواع
  - ارتباطات از جهات مختلف - انواع
  - ارتباطات غیر مضموری - ارتباطات مضموری
  - نقش ظاهر در مخاطب - آینه کاری -
  - ارتباطات کلامی - ارتباطات غیر کلامی -
  - Body language - NLP - ارتباطات
  - بدون سلامتی و بدون سازمانی -
  - ارتباطات شفاهی، مکتوب، تصویری و
  - ترکیبی - معرفی انواع میاهای ارتباطی
  - عوامل موثر در ایجاد ارتباط موثر -
  - روانشناسی مخاطب - چه کنیم تا به
  - اهداف ارتباطی دست یابیم - تقسیم
  - بندی افراد در گروه های سه گانه - جهت
  - ایجاد ارتباطات موثر - تکنیک های نفوذ
  - در دیگران - الگوهای برضورد با انواع تیپ
  - های رفتاری مخاطب - اهداف ارتباطی -
  - مفا اعتماد به نفس - تفاریب مخاطب
  - دریافت اطلاعات از مخاطب -
  - خودشناسی - بهانه های ارتباطی -
  - معرفی نرم افزارهای عرضه ای در
  - ارتباطات - پیش فیلم.

