چگونه با کلمات درست، مشتری را پیگیری کنیم تا احساس مزاحمت نکند؟

دسترسی سریع به بخش‌های مقاله:

- چرا پیگیری مشتری این‌قدر مهم است و چرا از آن می‌ترسیم؟
- تفاوت «پیگیری حرفه‌ای» با «مزاحمت و سماجت» در چیست؟
- ۵ الگوی کلامی و متن آماده برای پیگیری مشتری (بدون ایجاد حس مزاحمت)
  - ۱. پیگیری با دادن یک اطلاعات جدید یا کمک رایگان
  - ۲. پیگیری بعد از ارسال قیمت یا پیش‌فاکتور
  - ۳. پیگیری برای مشتریانی که پیام را می‌خوانند اما جواب نمی‌دهند
  - ۴. پیگیری صمیمی برای مشتریانی که گفتند «فکرهایم را می‌کنم»
  - ۵. پیام خداحافظی محترمانه (برای زمانی که دیگر هیچ جوابی نمی‌گیرید)
- چه جملاتی در پیگیری مشتری ممنوع هستند و او را فراری می‌دهند؟
- بهترین زمان و فاصله برای پیگیری مشتری چقدر است؟
- چگونه با آموزش‌های تخصصی، مهارت پیگیری و فروش خود را متحول کنیم؟
- پیگیری محترمانه، نشانه‌ی دلسوزی شماست نه مزاحمت

آیا تا به حال برایتان پیش آمده است که یک مشتری با شوق و ذوق به شما پیام بدهد، درباره محصول یا خدماتتان سوال بپرسد، قیمت را بگیرد و بعد ناگهان غیبش بزند؟ در این لحظه، دو حس متضاد در درون شما با هم می‌جنگند: از یک طرف دوست دارید به او پیام بدهید یا زنگ بزنید تا ببینید تصمیمش چه شد، و از طرف دیگر می‌ترسید که با این کار «مزاحم» یا «سمج» به نظر برسید و او را برای همیشه از دست بدهید!

این ترس کاملاً طبیعی است. هیچ‌کس دوست ندارد فروشنده‌ای باشد که مدام به مشتریان زنگ می‌زند و اعصابشان را خرد می‌کند. اما یک حقیقت بسیار مهم در دنیای فروش وجود دارد: بیشتر مشتریان به این دلیل جواب شما را نمی‌دهند که از شما بدشان آمده است؛ بلکه زندگی شلوغ است، کارهای روزمره زیاد است و خیلی ساده پیام شما را فراموش کرده‌اند! اگر شما با کلمات درست، لحنی آرام و بدون ایجاد فشار به سراغشان بروید، نه تنها احساس مزاحمت نمی‌کنند، بلکه از اینکه به یادشان بوده‌اید خوشحال هم می‌شوند. در این مقاله ساده و کاربردی، یاد می‌گیرید که چگونه مانند یک مشاور دلسوز مشتریان را پیگیری کنید و فروش‌های از دست رفته را به سادگی برگردانید.

چرا پیگیری مشتری این‌قدر مهم است و چرا از آن می‌ترسیم؟

آیا می‌دانستید بخش بزرگی از فروش‌ها، نه در تماس اول و نه در پیام اول، بلکه بعد از سومین تا پنجمین پیگیری اتفاق می‌افتد؟ بسیاری از فروشندگان بعد از یک بار پیام دادن و نگرفتن جواب، ناامید می‌شوند و پرونده آن مشتری را می‌بندند. در حالی که درست همان لحظه، رقیب آن‌ها با یک پیام محترمانه وارد عمل می‌شود و آن مشتری را جذب می‌کند.

اما چرا ما از پیگیری می‌ترسیم؟ چون در ذهن خودمان فکر می‌کنیم که پیگیری کردن یعنی «التماس کردن برای فروش». وقتی چنین نگاهی داشته باشید، طبیعی است که خجالت بکشید. اما اگر زاویه دیدتان را عوض کنید و به محصول خود ایمان داشته باشید، متوجه می‌شوید که پیگیری شما در واقع کمک به مشتری برای حل کردن مشکلش است. برای اینکه یاد بگیرید چگونه از همان ابتدای ارتباط، با کلمات درست اعتماد مشتری را جلب کنید، مطالعه مقاله فن بیان در فروش: چگونه با کلمات درست، بازدیدکننده‌ها را به خریدار واقعی تبدیل کنیم؟ نقطه شروع بسیار خوبی برای شما خواهد بود.

تفاوت «پیگیری حرفه‌ای» با «مزاحمت و سماجت» در چیست؟

مرز بین یک فروشنده پیگیر و یک فروشنده مزاحم، بسیار باریک است و تمام این مرز به **نیت شما و کلماتی که انتخاب می‌کنید** بستگی دارد.

- **فروشنده مزاحم** فقط به فکر خودش و فروشش است. پیام‌های او همیشه یک شکل دارند: «چی شد؟ تصمیم نگرفتید؟»، «سفارشتون رو ثبت کنم؟»، «پس چرا جواب نمیدید؟». این جملات به مشتری حس بازجویی و فشار می‌دهند.
- **فروشنده حرفه‌ای** به فکر نیاز و آرامش مشتری است. او هر بار که پیام می‌دهد، یا یک نکته مفید اضافه می‌کند، یا به مشتری حق انتخاب می‌دهد که خیلی راحت بگوید «الان وقتش نیست». وقتی مشتری ببیند هیچ فشاری روی او نیست، گارد دفاعی‌اش را پایین می‌آورد و با شما صادقانه صحبت می‌کند.

۵ الگوی کلامی و متن آماده برای پیگیری مشتری (بدون ایجاد حس مزاحمت)

برای اینکه دیگر هنگام تایپ کردن پیام پیگیری، دستتان نلرزد و ندانید چه بنویسید، ۵ الگوی بسیار ساده، محترمانه و امتحان‌پس‌داده را برای موقعیت‌های مختلف آماده کرده‌ایم. می‌توانید این جملات را دقیقاً متناسب با کار خودتان تغییر دهید و استفاده کنید:

۱. پیگیری با دادن یک اطلاعات جدید یا کمک رایگان

بهترین راه برای اینکه مشتری اصلاً حس نکند دارید پیگیری فروش می‌کنید، این است که دستِ پر به سراغش بروید! یک مقاله کوتاه، یک عکس جدید از محصول، یا یک نکته کاربردی برایش بفرستید.

- **متن آماده:** «سلام جناب/سرکار خانم [نام مشتری]، وقتتون بخیر. امروز داشتم درباره موضوعی که هفته پیش صحبت کردیم فکر می‌کردم؛ این نکته کوتاه (یا این نمونه کار جدید) به نظرم رسید که می‌تونه برای تصمیم‌گیریتون خیلی کمک‌کننده باشه، گفتم براتون بفرستم. هر زمان سوالی داشتید در خدمتم.»

چرا کار می‌کند؟ در این پیام هیچ درخواستی برای خرید وجود ندارد. شما فقط یک هدیه اطلاعاتی داده‌اید و به شکل بسیار شیکی، خودتان را دوباره به یاد مشتری آورده‌اید.

۲. پیگیری بعد از ارسال قیمت یا پیش‌فاکتور

خیلی وقت‌ها قیمت را می‌فرستیم و مشتری سکوت می‌کند. در این حالت، به جای پرسیدن «می‌خرید یا نه؟»، از او درباره شفاف بودن اطلاعات بپرسید.

- **متن آماده:** «سلام آقای/خانم [نام مشتری]، روزتون بخیر. خواستم مطمئن بشم که لیست قیمت (یا پیش‌فاکتور) به دستتون رسیده. آیا تمام مواردش براتون شفاف بود یا بخشی هست که نیاز باشه بیشتر توضیح بدم؟»

چرا کار می‌کند؟ این جمله هیچ فشاری ندارد و به مشتری اجازه می‌دهد اگر از قیمت جا خورده یا ابهامی دارد، راحت آن را بیان کند. اگر مشتری در پاسخ به این پیام از بالا بودن قیمت یا مشکل دیگری گلایه کرد، با کمک تکنیک‌های مقاله مشتری شاکی را چگونه با حرف زدن آرام کنیم؟ (راهنمای مدیریت اعتراضات مشتری) می‌توانید به زیبایی او را متقاعد کنید.

۳. پیگیری برای مشتریانی که پیام را می‌خوانند اما جواب نمی‌دهند

یکی از اعصاب‌خردکن‌ترین اتفاق‌ها این است که تیک آبی پیام می‌خورد، اما هیچ جوابی نمی‌آید. در اینجا هرگز گلایه نکنید! با لحنی صمیمی و با درک کردن مشغله او پیام بدهید.

- **متن آماده:** «سلام مجدد [نام مشتری] عزیز. می‌دونم سرتون خیلی شلوغه و ممکنه پیام قبلیم بین کارهای روزمره گم شده باشه. فقط خواستم یادآوری کوچیکی بکنم تا اگر هنوز روی [نام محصول/خدمت] برنامه‌ریزی دارید، کنارتون باشم. هر زمان فرصت کردید، در خدمتم.»

چرا کار می‌کند؟ شما به جای اینکه مشتری را بابت جواب ندادن سرزنش کنید، برایش یک «بهانه محترمانه» (شلوغی کار) می‌سازید. این کار باعث می‌شود مشتری از احترام شما خوشش بیاید و جواب دهد.

۴. پیگیری صمیمی برای مشتریانی که گفتند «فکرهایم را می‌کنم»

وقتی مشتری می‌گوید باید فکر کنم یا با همسرم/شریکم مشورت کنم، معمولاً بعد از ۳ تا ۴ روز بهترین زمان برای پیگیری است.

- **متن آماده:** «سلام آقای/خانم [نام مشتری]، امیدوارم هفته خوبی داشته باشید. می‌خواستم ببینم آیا فرصتی شد که درباره [نام محصول] با [شریک/خانواده] مشورت کنید؟ اگر سوال جدیدی براتون پیش اومده، خوشحال می‌شم همین الان راهنماییتون کنم.»

۵. پیام خداحافظی محترمانه (برای زمانی که دیگر هیچ جوابی نمی‌گیرید)

اگر ۳ یا ۴ بار پیگیری کردید و هنوز هیچ پاسخی نگرفتید، وقت آن است که از قدرتمندترین پیام دنیا یعنی «پیام بستن پرونده» استفاده کنید. عجیب است اما همین پیام، بیشترین درصد پاسخگویی را دارد!

- **متن آماده:** «سلام [نام مشتری] عزیز، وقتتون بخیر. چون چند باری پیام دادم و پاسخی نگرفتم، حدس می‌زنم در حال حاضر اولویت‌های مهم‌تری دارید یا فعلاً نیازی به این خدمت ندارید. برای اینکه بیشتر از این مزاحم وقتتون نشم، فعلاً پیگیری رو متوقف می‌کنم. اما هر زمان در آینده نیاز به راهنمایی داشتید، با کمال میل در کنارتون هستم. براتون بهترین‌ها رو آرزو می‌کنم.»

چرا کار می‌کند؟ وقتی مشتری می‌بیند که شما دیگر اصراری ندارید و دارید خیلی محترمانه می‌روید، احساس عذاب وجدان کوچکی پیدا می‌کند و خیلی وقت‌ها همان لحظه جواب می‌دهد: «وای ببخشید، خیلی درگیر بودم، اتفاقاً همین فردا می‌خواستم باهاتون تماس بگیرم!»

چه جملاتی در پیگیری مشتری ممنوع هستند و او را فراری می‌دهند؟

همان‌قدر که کلمات خوب معجزه می‌کنند، چند کلمه اشتباه می‌تواند تمام زحمات شما را نابود کند. در پیگیری مشتریان، هرگز از این جملات استفاده نکنید:

- **«ببخشید که دوباره مزاحمتون شدم...»:** وقتی خودتان به خودتان می‌گویید «مزاحم»، مغز مشتری هم دقیقاً همین را باور می‌کند! هرگز برای انجام کار حرفه‌ای خودتان عذرخواهی نکنید.
- **«فقط خواستم یه احوالپرسی بکنم!»:** این جمله برای مشتری کمی غیرصادقانه به نظر می‌رسد. او می‌داند شما دوست قدیمی‌اش نیستید و برای کار پیام داده‌اید. شفاف و صادق باشید.
- **«پیامم رو دیدید ولی جواب ندادید!»:** این جمله لحن طلبکارانه و گلایه‌آمیز دارد و بلافاصله مشتری را از شما دور می‌کند.
- **«دیگه آخرین باره که پیام میدم، اگر نمی‌خواید بگید!»:** لحن قهرآمیز و تند، اعتبار حرفه‌ای شما را به صفر می‌رساند.

اگر پیگیری شما به صورت تلفنی است، یادتان باشد که لحن صدای شما حتی از کلماتتان هم مهم‌تر است. برای اینکه پشت تلفن صدایی گرم، آرام و بدون استرس داشته باشید، مطالعه مقاله لحن صدا و آکسان‌گذاری: رازهای کلام کاریزماتیک کمک بسیار بزرگی به شما خواهد کرد.

بهترین زمان و فاصله برای پیگیری مشتری چقدر است؟

حتی بهترین پیام دنیا هم اگر در زمان اشتباه ارسال شود، می‌تواند آزاردهنده باشد. برای اینکه تعادل را حفظ کنید، این زمان‌بندی ساده را به خاطر بسپارید:

۱. **پیگیری اول:** ۲۴ تا ۴۸ ساعت بعد از اولین گفتگو یا ارسال قیمت. (در این زمان، صحبت شما هنوز در ذهن مشتری تازه است). ۲. **پیگیری دوم:** ۴ تا ۵ روز بعد از پیگیری اول. (در این مرحله بهتر است یک نکته یا اطلاعات جدید بفرستید). ۳. **پیگیری سوم:** یک هفته بعد از پیگیری دوم. ۴. **پیگیری چهارم (پیام خداحافظی محترمانه):** ۱۰ تا ۱۴ روز بعد.

نکته مهم دیگر، **ساعت ارسال پیام یا تماس** است. هرگز آخر شب، خیلی زود در صبح، یا در روزهای تعطیل برای پیگیری کاری به مشتری پیام ندهید (مگر اینکه خود مشتری در آن زمان پیام داده باشد). رعایت کردن زمان استراحت مشتری، بالاترین نشانه احترام شماست.

چگونه با آموزش‌های تخصصی، مهارت پیگیری و فروش خود را متحول کنیم؟

یاد گرفتن این متن‌های آماده، قدم اول و بسیار مؤثری است که همین امروز می‌توانید در کسب‌وکارتان اجرا کنید. اما فروش حرفه‌ای و متقاعدسازی، مهارتی است که از ثانیه اول برخورد با مشتری تا لحظه نهایی کردن فروش و حتی خدمات پس از آن ادامه دارد.

اگر می‌خواهید یاد بگیرید که چگونه در تمام مراحل گفتگو، نبض مکالمه را در دست بگیرید و مشتریان را بدون هیچ‌گونه فشار و سماجت، به خریداران وفادار و همیشگی تبدیل کنید، شرکت در دوره تخصصی متقاعدسازی و فروش و همچنین یادگیری تکنیک‌های عملی در دوره گفتگوی برنده می‌تواند درآمد و اعتماد به نفس شما را به شکل چشمگیری افزایش دهد. علاوه بر این، برای اینکه در هر شرایطی بتوانید بهترین واکنش کلامی را داشته باشید، بهره‌گیری از آموزش‌های دوره قهرمان فروش نقشه راه کاملی در اختیار شما قرار می‌دهد.

پیگیری محترمانه، نشانه‌ی دلسوزی شماست نه مزاحمت

بسیاری از فروش‌های عالی، فقط به این دلیل از دست می‌روند که فروشنده از پیگیری کردن خجالت کشیده است. به یاد داشته باشید که مشتریان امروز بسیار پرمشغله هستند و هزاران پیام و دغدغه در طول روز دارند. وقتی شما با کلماتی محترمانه، کوتاه و بدون فشار به آن‌ها یادآوری می‌کنید که در کنارشان هستید، در واقع دارید به آن‌ها کمک می‌کنید تا کارشان را راحت‌تر پیش ببرند.

از همین امروز، ترس از مزاحمت را کنار بگذارید. لیست مشتریانی که در هفته‌های گذشته از شما قیمت گرفته‌اند و خبری از آن‌ها نشده را بیرون بیاورید. یکی از الگوهای این مقاله را انتخاب کنید، با لحنی گرم و صمیمی برایشان بفرستید و ببینید که چگونه کلمات درست، مکالمه‌های خاموش را دوباره زنده می‌کنند و فروش شما را بالا می‌برند. آیا آماده‌اید همین الان اولین پیام پیگیری محترمانه خود را ارسال کنید؟