اسکریپت های فروش و پیام به لید ها

اسکریپت دقیق به سه زبان تا دقیق بتونین تا ۶ مرحله و با تمامی سناریو ها مشتری هاتون (لیدها) را مدیریت کنین و به فروش برسانین در صورتی که پیام زیر را برای هوش مصنوعی کپی کنین و محصول مورد نظرتون رو بگین و ازش بخوایین محصولتن ، نام برندتون و مزیت رقابتی (خرید ارزان قیمت تر یا با کیفیت تر ) رو جایگزین کنه و دقیق هر مرحله رو فارسی به انگلیسی ارسال کنه بسیار سریع و راحت قابل استفاده خواهد بود

اسکریپت پیام‌های فروش حرفه‌ای (انگلیسی، فارسی، عربی)

کلیدی: پژوهش‌ها نشان می‌دهند پیام‌های شخصی‌سازی‌شده با افزودن ارزش و CTA شفاف، نرخ پاسخ و فروش را به‌شدت بهبود می‌بخشند . در هر پیام ابتدا یادآوری کوتاهی از زمینه یا نیاز مشتری دهید (مثلاً اطلاعات کسب‌وکار او) و سپس ارزشی اضافه کنید (مثلاً لینک مقاله مفید یا معرفی محصول) و در نهایت پیشنهاد گام بعدی بدهید . پیگیری‌های مرتب تا ۴–۷ بار معمولاً بهترین نتیجه را دارند ، اما از ارسال بیش از حد (بیش از ۹-۱۰ پیام) خودداری کنید تا خستگی ایجاد نشود . در بازارهای عربی، «اعتماد و ارتباط انسانی» اهمیت زیادی دارد ؛ بنابراین با سلام گرم (مثلاً «مرحباً») شروع کنید ، لحن دوستانه و محترمانه باشد و از به‌کارگیری عبارات بومی و مناسب هر منطقه دریغ نکنید . رعایت زمان‌بندی (حدود یک پیام در هفته و نهایت دو پیام برای اطلاع‌رسانی) و ارائه ارزش واقعی در هر پیام (مثلاً نمونه‌کار یا تخفیف ویژه) ضروری است . اکنون چند سناریوی نمونه را با پیام‌های متوالی می‌بینید. هر سناریو شامل پیام‌های پیگیری (۱ تا ۱۰) و مسیر محتمل تا لحظه خرید است:

‏English

‏Scenario 1: Cold Prospect (No Initial Response)

‏ 1. Message 1 (Initial Outreach):

‏“Hello [Name], I’m [Your Name] from [Your Company]. I came across your [business/page] and was impressed by [positive observation]. We help companies like yours [benefit] through [your service]. If you’re interested, I’d love to share how we can help [solve a specific problem/achieve a goal]. Looking forward to chatting!”

‏ 2. Message 2 (Friendly Reminder):

‏“Hi [Name], I just wanted to check in on my previous message. I realize you’re busy, but I’m here if you have any questions or want more info. For example, many clients see [tangible benefit] after working with us. Please let me know if you’d like to discuss!”

‏ 3. Message 3 (Value Add):

‏“Hello again [Name], I thought you might find this useful: [attach short case study/article]. It shows how we helped [similar company] achieve [result]. If it resonates, I’d be happy to explain how we can do something similar for you. Let me know!”

‏ 4. Message 4 (Offer/Deadline):

‏“Hi [Name], I didn’t hear back – just wanted to mention we have a limited-time offer for new partners right now. If it helps you get started (e.g. 10% discount or free consultation), please let me know. I’d hate for you to miss this opportunity.”

‏ 5. Message 5 (Open Inquiry):

‏“Hello [Name], I realize my messages might not be relevant right now. If you’re interested in [your solution], great – I’m here to help. If not, that’s fine too. Just let me know if you’d prefer we pause or revisit later.”

‏ 6. Message 6 (Final Follow-Up/Break-Up):

‏“Hi [Name], I’ll not bother you further. I hope you have a great week! Feel free to reach out anytime if you change your mind – I’m always available to help.”

(این اسکریپت نشان می‌دهد چگونه می‌توانید تا ۶ پیام پیگیری ارسال کنید: ابتدا معرفی مختصر و ارزش‌دهی ، سپس یادآوری ملایم، افزودن محتوا (مطالعه موردی) ، ارائه پیشنهاد خاص (تخفیف موقت) و در نهایت دست‌یابی به پاسخ یا قطع گفتگو. تعداد نهایی پیام‌ها را بسته به بازخورد مشتری تنظیم کنید .)

‏Scenario 2: Warm Prospect (Interest/Pricing → Closing)

‏ 1. Message 1 (Initial Outreach):

‏“Hello [Name], I’m [Your Name] from [Your Company]. I noticed your interest in [field/topic], and I wanted to introduce our solution. We offer [service or product] that helps businesses [achieve benefit]. If you’re available, I can send more details or set up a quick call to show you how it works.”

‏Customer replies (e.g.): “Sounds interesting – can you tell me more?” or “What’s the price?”

‏ 2. Message 2 (Detail & CTA):

‏“Thanks for responding, [Name]! We help companies like yours [specific outcome]. For example, [brief case or metric]. Our service includes [key features], which can help you [solve pain point]. Are you free for a 10-minute call this week to discuss how we can meet your needs? I can send a calendar link.”

‏Customer reply options: They might agree to a call, ask for a proposal/quote, or raise an objection.

‏ 3. Message 3 (Pricing or Objection Handling):

‏– If asked price: “Our standard package starts at $X/month (or Y$ one-time), including [services/features]. Many clients find ROI quickly. Let me know if this fits your budget or if I should suggest alternatives.”

‏– If price objection (e.g. “Too expensive”): “I understand budget is important. We also offer [smaller package/payment plan] that might work. Our clients often see value [specific ROI or benefit] that justifies the cost. Would that be of interest?”

‏ 4. Message 4 (Follow-up After Details):

‏“Hi [Name], just checking if you had any questions about our package. I’m here to help. If you’re interested, I can draft a quick proposal or demo so you can see exactly what you’d get.”

‏Customer replies: Likely they agree or ask for next steps.

‏ 5. Message 5 (Commitment):

‏“Great, [Name]! To move forward, we just need [payment/setup details, e.g. contract or invoice info]. I’ll send everything to your email. Thank you for choosing us – we’re excited to work with you!”

‏ 6. Message 6 (Thank You/Next Steps):

‏“Thank you, [Name]! I’ve sent the [proposal/invoice] – please confirm when you receive it. I’m available for any final questions. Welcome aboard!”

(در این سناریو، پس از پیام اولیه و دریافت علاقه مشتری، جزئیات محصول/خدمات ارائه می‌شود و پاسخ به سوال‌های او (مثلاً قیمت) داده می‌شود. به‌طور شفاف قیمت و امکان مذاکره را مطرح کنید. سپس جلسه/پیشنهاد را پیشنهاد دهید و در نهایت فروش را نهایی کنید. این روند با اصول CTA و ارزش‌دهی تکرار می‌شود .)

فارسی

سناریوی ۱: سر نخ سرد (بدون پاسخ اولیه)

1. پیام اول (معرفی):

«سلام [اسم مشتری] عزیز، من [نام شما] از شرکت ما هستم. متوجه شدم کسب‌وکار شما در زمینه [صنعت/حوزه‌] فعالیت می‌کند و تحت تأثیر [نقطه قوت یا دستاورد مشتری] قرار گرفتم. شرکت ما به کسب‌وکارهایی مانند شما کمک می‌کند تا [مزیت اصلی، مثلاً فروش، بهره‌وری، رشد] بیشتری داشته باشند. اگر مایل باشید، خوشحال می‌شوم اطلاعات بیشتری برایتان ارسال کنم.»

2. پیام دوم (یادآوری دوستانه):

«سلام مجدد [اسم مشتری]، فقط خواستم بپرسم پیام قبلی به دستتان رسید. می‌دانم احتمالاً مشغول هستید. ما در اختیار شما هستیم اگر سوالی داشته باشید یا نیاز به اطلاعات بیشتری داشته باشید. برای مثال بسیاری از مشتریان ما با همکاری ما توانسته‌اند [دستاورد مشخص] کسب کنند. خوشحال می‌شوم نظر شما را بدانم!»

3. پیام سوم (افزودن ارزش):

«سلام [اسم مشتری] عزیز، این مقاله/موردکاوی کوتاه را برایتان پیوست کردم که نشان می‌دهد چگونه به یک مشتری مشابه کمک کردیم [نتیجه ملموس] را به دست آورد. اگر این موضوع برای شما کاربردی باشد، خوشحال می‌شوم درباره‌اش صحبت کنیم و توضیح دهم چطور می‌توانیم همین نتایج را برای شما هم رقم بزنیم.»

4. پیام چهارم (پیشنهاد ویژه):

«سلام [اسم مشتری]، می‌دانم ممکن است الان زمان مناسبی نباشد، اما خواستم اطلاع دهم برای همکاری جدید تخفیف ویژه داریم (مثلاً ۱۰٪ تخفیف). اگر به کمکتان می‌آید، خوشحال می‌شوم این فرصت را برای شما فعال کنم. لطفاً اطلاع دهید تا شرایط را با هم مرور کنیم.»

5. پیام پنجم (پرسش باز):

«سلام [اسم مشتری]، می‌دانم احتمالاً هنوز تصمیم‌گیری نکرده‌اید. اگر از خدمات [محصول/خدمت شما] استفاده می‌کنید یا سوالی دارید خوشحال می‌شوم کمک کنم. اگر مایل نیستید فعلاً همکاری داشته باشیم، لطفاً بگویید تا مزاحم شما نشوم. در هر صورت، در دسترسم.»

6. پیام ششم (پایانی):

«سلام [اسم مشتری]، چون پاسخی دریافت نکردم پیام آخر را ارسال می‌کنم. امیدوارم در آینده فرصتی برای همکاری پیش بیاید. اگر در آینده به کمک نیاز داشتید، خوشحال می‌شوم در خدمتتان باشم. موفق باشید!»

سناریوی ۲: سر نخ گرم (ابراز علاقه/سوال قیمت تا نهایی شدن)

1. پیام اول (معرفی):

«سلام [اسم مشتری] عزیز، من [نام شما] از شرکت ما هستم. دیدم شما در زمینه [حوزه کاری] فعالیت دارید و خواستم محصول/خدمات خود را معرفی کنم. ما [محصول/خدمت] را ارائه می‌دهیم که به کسب‌وکارهایی مانند شما کمک می‌کند [مزیت خاص مانند افزایش فروش یا کاهش هزینه] را تجربه کنند. اگر مایل باشید، می‌توانم اطلاعات بیشتری ارسال کنم یا یک قرار کوتاه برای معرفی داشته باشیم.»

مشتری پاسخ می‌دهد: “بله لطفاً بیشتر توضیح بدهید” یا “قیمت چقدر است؟”

2. پیام دوم (ارائه جزئیات و دعوت به گفتگو):

«ممنون [اسم مشتری]! برای مثال شرکت‌های هم‌تراز شما با استفاده از خدمت ما توانسته‌اند [نتیجه ملموس، مثلاً افزایش ۲۰٪ فروش] داشته باشند. سرویس ما شامل [ویژگی‌های کلیدی] است تا [مشکل مشتری] را حل کند. اگر فرصت دارید، آیا می‌توانم جلسه ۱۰ دقیقه‌ای ترتیب دهم تا بیشتر توضیح دهم؟ لطفاً زمان مناسب خود را بگویید یا من لینک تقویم ارسال می‌کنم.»

مشتری ممکن است: قیمت را بپرسد یا درخواست پیشنهاد (پروپوزال) کند.

3. پیام سوم (پاسخ به قیمت/مقاومت مشتری):

– اگر قیمت پرسیده شود: «پکیج پایه ما از [قیمت/پکیج X] شروع می‌شود که شامل [ویژگی‌های اصلی] است. اکثر مشتریان پس از مدتی سرمایه‌گذاری خود را با نتایجی که می‌گیرند جبران می‌کنند. لطفاً بگویید آیا این محدوده بودجه شماست یا اگر لازم باشد گزینه‌های دیگری معرفی کنم.»

– اگر مشتری گفت گران است: «می‌فهمم بودجه مهم است. ما پکیج‌های کوچک‌تری هم داریم که ممکن است مناسب‌تر باشند. معمولاً مشتریان ما بعد از مدتی از نتیجه کار احساس می‌کنند ارزشش را داشته. آیا دوست دارید گزینه جایگزین را ببینیم؟»

4. پیام چهارم (پیگیری بعد از ارائه جزئیات):

«سلام [اسم مشتری]، صرفاً پیگیری می‌کنم که پیام قبلی را دیدید یا سوالی دارید؟ هر زمان آماده باشید، می‌توانم پیشنهاد رسمی یا دمو آماده کنم. منتظر پاسخ شما هستم!»

مشتری پاسخ می‌دهد: احتمالاً موافقت یا درخواست نهایی را اعلام می‌کند.

5. پیام پنجم (توافق/نهایی کردن معامله):

«عالی است، [اسم مشتری]! برای شروع کار فقط نیاز به [جزئیات پرداخت/امضای قرارداد یا اطلاعات لازم] داریم. همه مدارک لازم را به ایمیل شما ارسال می‌کنم. از انتخاب شما متشکرم – مشتاقیم کار را آغاز کنیم!»

6. پیام ششم (تشکر و اطلاعات پیگیری):

«با تشکر، [اسم مشتری]! دعوت‌نامه/قرارداد را ارسال کردم. لطفاً هنگام دریافت، اطلاع دهید. اگر سوال یا نکته نهایی وجود داشت، در خدمتتان هستم. به تیم ما خوش آمدید و بی‌صبرانه منتظر همکاری هستیم!»

(در این سناریو، پس از ابراز علاقه مشتری، به ترتیب اطلاعات بیشتری ارائه می‌شود، قیمت مشخص می‌شود و در نهایت فروش نهایی می‌شود. این پیام‌ها بر اضافه‌ کردن ارزش و پیشنهاد گام بعدی شفاف تکیه دارند .)

العربية

السيناريو 1: عميل بدون رد (ملاحقة المتابعة)

1. الرسالة الأولى (التواصل الأولي):

«مرحبًا [الاسم]، معك [اسمك] من شركةنا. لاحظت اهتمامك بـ [مجال/منتج] وكنت أود أن أقدم لك خدماتنا. نحن نساعد الشركات مثلك على [تحقيق الفائدة الرئيسية، مثل زيادة المبيعات أو تحسين كذا] من خلال [خدماتك/منتجاتك]. إذا كنت مهتمًا، أود أن أرسل لك مزيدًا من المعلومات أو تحديد موعد مكالمة قصيرة لشرح الأمر.»

2. الرسالة الثانية (تذكير ودي):

«مرحبًا مجددًا [الاسم]، أردت فقط أن أطمئن أن رسالتي السابقة وصلت. أعلم أنك مشغول، لكن أنا هنا لأي استفسار أو لمناقشة التفاصيل. مثلاً، حقق بعض عملائنا [نتيجة ملموسة] بفضل خدماتنا. أرجو أن تخبرني إن كنت مهتمًا بمناقشة الأمر!»

3. الرسالة الثالثة (إضافة قيمة):

«مرحبًا [الاسم]، أحضرت لك دراسة حالة/مقالًا قصيرًا يوضح كيف ساعدنا شركة مشابهة لك في تحقيق [نتيجة محددة]. إذا أعجبك المحتوى، يسرني أن أشرح كيف يمكننا مساعدتك بنفس الشكل. أطلعني رأيك!»

4. الرسالة الرابعة (عرض خاص/تحديد مهلة):

«مرحبًا [الاسم]، لم أتلقَ ردًا بعد – أردت فقط أن أخبرك أننا نقدم عرضًا خاصًا محدودة الوقت للحسابات الجديدة (مثلاً خصم 10%). إذا كان ذلك يهمك، الرجاء إخباري لأرتب التفاصيل معك فورًا. هذه فرصة قد تغفلها إذا لم تناقشها!»

5. الرسالة الخامسة (استفسار مفتوح):

«مرحبًا [الاسم]، أعلم أن الوقت قد لا يكون مناسبًا الآن. إذا قررت لاحقًا أنك تحتاج إلى [خدماتنا/منتجنا] أو لديك أي استفسار، فلا تتردد في إعلامي. وإذا كنت غير مهتم، يرجى إخباري حتى لا أزعجك مجددًا. شكرًا ودمت بخير!»

6. الرسالة السادسة (رسالة ختامية):

«مرحبًا [الاسم]، نظرًا لعدم وجود رد منك، سأكتفي بهذا الأخير. أتمنى لك كل التوفيق، وسأكون سعيدًا بخدمتك في أي وقت مستقبلًا. شكرًا لوقتك!»

السيناريو 2: عميل مهتم (اهتمام/سؤال عن السعر → إغلاق الصفقة)

1. الرسالة الأولى (التواصل الأولي):

«مرحبًا [الاسم]، معك [اسمك] من شركتنا. رأيت اهتمامك بـ [مجال عمل العميل] وأود تقديم خدماتنا لك. نقدم [خدمة/منتج] يساعد الشركات مثلك على [تحقيق فائدة محددة مثلاً زيادة المبيعات أو خفض التكاليف]. إذا كنت متاحًا، يمكنني إرسال المزيد من المعلومات أو تحديد مكالمة قصيرة لمناقشة التفاصيل.»

العميل يرد: “نعم، أخبرني المزيد” أو “كم السعر؟”

2. الرسالة الثانية (تفاصيل ودعوة للمحادثة):

«شكرًا على ردك، [الاسم]! لقد ساعدنا شركات مشابهة لك في تحقيق [نتيجة ملموسة مثل زيادة X%] باستخدام خدماتنا. تشمل خدماتنا [ميزات رئيسية] التي تعالج [مشكلة العميل]. هل لديك وقت لعقد اجتماع قصير لمدة 10 دقائق هذا الأسبوع لأشرح كيف يمكننا مساعدتك بالتفصيل؟ يمكنني إرسال رابط جدولة.»

العميل قد يرد: يسأل عن السعر أو يريد عرضًا تفصيليًا.

3. الرسالة الثالثة (الرد على السعر/الاعتراض):

– إذا سُئلت عن السعر: «خطة البداية لدينا تبدأ من [السعر/الخطة X] وتشمل [العناصر والخدمات]. غالبًا ما يسترد العملاء استثمارهم خلال فترة قصيرة من خلال النتائج التي يحققونها. هل يناسبك هذا النطاق، أو يجب أن أشاركك خيارات بديلة؟»

– إذا عبّر العميل عن تحفظ (مثلاً “السعر مرتفع”): «أفهم أهمية الميزانية. لدينا باقات أصغر قد تكون مناسبة لك أيضًا. عادةً ما يرى عملاؤنا أنه مقابل الثمن يتحقق [عائد محدد أو منفعرة ملموسة]. هل ترغب في استعراض خيار بديل أقل تكلفة؟»

4. الرسالة الرابعة (متابعة بعد تقديم التفاصيل):

«مرحبًا [الاسم]، أتابع للتأكد من أنك حصلت على المعلومات السابقة. هل لديك أي أسئلة إضافية؟ أنا متاح للمساعدة. إذا كنت جاهزًا، يمكنني إعداد عرض رسمي (Proposal) سريع لنلخص ما سنقدمه لك.»

العميل يجيب: بشكل عام، سيوافق أو يطلب الخطوات التالية.

5. الرسالة الخامسة (التأكيد والإغلاق):

«ممتاز، [الاسم]! لبدء العمل، نحن بحاجة فقط إلى [تفاصيل الدفع/التوقيع على العقد/المعلومات الأخيرة]. سأرسل لك جميع الوثائق اللازمة عبر البريد الإلكتروني. نشكرك على اختيارك لنا – ونتطلع إلى التعاون معك!»

6. الرسالة السادسة (شكر ومتابعة):

«شكرًا، [الاسم]! لقد أرسلت [العرض/العقد]، الرجاء تأكيد الاستلام. إذا كانت لديك أي أسئلة أخيرة، أنا في الخدمة. مرحبًا بك في فريقنا، ونتطلّع لنجاحات مشتركة!»

(در این سناریو، پس از آنکه مشتری علاقه نشان می‌دهد، اطلاعات دقیق ارائه می‌شود، درباره قیمت گفتگو می‌شود و سپس معامله نهایی می‌گردد. پیام‌ها کوتاه و مستقیم هستند و همراه با دعوتی شفاف برای برداشتن گام بعدی استفاده می‌شوند.)