

بسمه تعالی

روش های شگرف ، محرک

و مثبت در فروشندگی

تهیه کننده : عظیم ناجی کیوی
مدیر بازاریابی

**”همیشه با دیگران (همکاران – مشتریان) برخوردی مثبت
و امید بخش داشته باشید.**

**فراموش نکنید کسانی که با آنها برخورد می کنید همیشه
باری از مشکلات به دوش دارند.**

فروش چیست ؟

- به زبان ساده ، فروش فرآیندی است برای ترغیب مشتری تا به این نتیجه برسد که ارزش کالا و خدمات شما بیش از بهایی است که وی می پردازد. بازار ما بر اساس آزادی عمل و منافع متقابل پایه گذاری شده است و هر کس فقط هنگامی با یک معامله موافقت می کند که احساس کند انجام آن به نفع اوست .

طرز برخورد رمز موفقیت است:

- همیشه فردی خوش بین ، سرزنده و هدفمند باشید.
- ۸۰٪ از موفقیت یک فروشنده در گرو طرز تفکر او و فقط ۲۰٪ از آن به خاطر استعداد است. ذهنیت مثبت، آشکارترین مشخصه یک فروشنده برتر است و بیش از هر صفت دیگر منجر به موفقیت در فروش می شود.

✓ اصول و معیارهایی را برای خود تعیین کنید . همیشه به خود بگوئید :

- به موفقیت هیچ یک از همکارانم حسادت نمی کنم.

- ۴ همیشه از قانون ها پیروی می کنم

کار فروش لذت بخش است

- با تمام وجود خود را وقف کارتتان کنید. هر چه از کارتتان بیشتر لذت ببرید پیشرفت بیشتری خواهید کرد.
- گفتن اینکه از کارتتان لذت می برید اصلا شرم آور نیست. بعضی ها طوری رفتار می کنند که انگار نارضایتی و گله از وضعیت کار باعث افتخار است. اما شما نه. وقتی به دیگران بگوئید که کار برایتان لذت و سرگرمی است، قدم هایتان سبک تر، اضطرابتان کمتر و کلا رفتارتان شادتر خواهد شد.
- این راز کوچک را فقط افراد موفق می دانند. کار فروش لذت بخش است. این جمله را روی قلبتان حک کنید.
- در همه حال آماده یادگرفتن باشید. همیشه فرضتان این باشد که هنوز مطالب مهمی در زمینه فروش هست که باید آنها را یاد بگیرید.

قانع کردن مشتری :

برای اینکه مشتری کالای شما را بخرد، باید قانع شود که نه تنها کالای شما بهترین انتخاب اوست بلکه راهی بهتر از آن برای صرف آن مبلغ وجود ندارد. کار اصلی شما به عنوان فروشنده این است که به او اطمینان بدهید که چنین است و سپس از او بخواهید درباره پیشنهاد شما تصمیم بگیرد.

امروزه مشتری، گرفتار کارهای زیاد و دچار کمبود وقت است. مشتری امروز، آگاه، عجول، منتقد و زیاده طلب است. فروشنده امروز باید برای حل مشکل مشتری و متقاعد کردن او واقعا دانش و مهارت داشته باشد.

به خاطر داشته باشید توانا بود هر که دانا بود.

برای حفظ مشتری هایتان باید بتوانید به وعده هایتان عمل کنید، به تعهداتتان پایبند باشید و برای داشتن روابط خوب با مشتری وقت صرف کنید. خودتان را وادار کنید وقت بیشتری را صرف مشتری هایی کنید که می توانند بهترین خرید ها را از شما بکنند.

مدام به این موضوع فکر کنید که چگونه مشتری خود را قانع کنید که کالا و خدمات شما بهترین پیشنهاد موجود است. ببینید چرا مشتری به انجام معامله راضی می شود یا آن را رد می کند.

هر روز دانش و مهارت خود را ارتقا دهید تا بتوانید فروشنده موفق باشید.
به یاد داشته باشید هنگامی مشتری های شما بهتر می شوند که شما بهتر شوید.

در کار فروش , اصل برد دو طرفه را همیشه در نظر داشته باشید.

یک تفاوت کوچک بین توانایی های دو فروشنده می تواند منجر به بروز تفاوت های بزرگ در نتیجه کار آنها شود.

**مدام تجسم کنید که یکی از پول سازترین افراد در کار فروش هستید.
طرز تفکر، صحبت کردن و رفتار شما چطور باید باشد؟**

**همیشه مثبت فکر کنید. همه چیز را از جنبه مثبت آن ببینید. در برابر راحت
طلبی مقاومت کنید و هر روز با تجربه ای جدید، خودتان را وادار کنید که
توانایی ها و استعدادهایتان را بیشتر به کار بگیرید.
فروشنندگان بسیار موفق را الگوی خودتان قرار بدهید و همان کارهایی را بکنید
که آنها می کنند.**

**اجازه ندهید که جواب رد شنیدن از مشتری شما را دلسرد کند.
به یاد داشته باشید که این کار مشتری هرگز برخوردی شخصی نیست.**

با هدف حل مشکل مشتری و کمک کردن به او در رسیدن به هدفش با او وارد گفتگو شوید.

مثل یک روانشناس فکر کنید. بدانید که مشتری، اول از روی احساسات تصمیم می‌گیرد و بعد با منطق، تصمیمش را توجیه می‌کند.

برای اینکه توجه مشتری را به کالایتان جلب کنید و حس کنجکاوی او را تقویت کنید در ابتدای معرفی کالا از جملات قوی و موثری استفاده کنید.

در مقابل اعتراضات به قیمت بگوئید :

هیچ گرانی بی حکمت و هیچ ارزانی بی دلیل نیست.

در مورد قیمت با مشتری بحث نکنید . همیشه به دنبال پیدا کردن علت هایی باشید که در پشت اعتراض مشتری نسبت به قیمت کالا وجود دارد.

میشه از خودتان بپرسید: آیا کاری که الان مشغول به انجام آن هستم منجر به فروش می شود یا نه؟

در همه کارها شدیداً نتیجه گرا باشید. این یکی از ویژگی های فروشندگانی است که کارایی فوق العاده دارند.

برای شناخت علایق اصلی مشتری , وقت صرف کنید. اما هرگز فراموش نکنید که وظیفه اصلی شما فروش است. پس وقت خود را با صحبت کردن بیش از حد با مشتری تلف نکنید.

واکنش بهتر

اول از همه اینکه با هر چالشی روبرو می شوید، به جای نگرانی در مورد اینکه چه کسی اشتباه کرده یا مقصر است ببینید در چه موقعیتی باید باشید و چه می خواهید بکنید. راه حل گرا باشید . منطقی ترین راه را برای برطرف کردن آن انتخاب نمائید.

دوم اینکه هر وقت با مشکلی مواجه می شوید به راه حل آن فکر کنید نه به مشکل. به جای فکر کردن به مشکل و اتلاف وقت ، در مورد راه حل ایده آل صحبت و فکر کنید. راه حل ها همیشه مثبت و مشکلات منفی هستند و به محض اندیشیدن به راه حل ، انسانی مثبت و سازنده خواهید شد. آیا بهترین راه حل فرار از مشکل حل کردن آن نیست؟!

سوم اینکه فرض کنید با مشکلی که مواجهید در واقع با زمینه لازم برای موفقیت تان روبرو شده اید و مخصوصا در این وضعیت قرار گرفته اید تا درسی بیاموزید و توانایی هایتان شکوفا شود.

قانون طلایی فروش :

قانون طلایی کلی می گوید :

با دیگران همان طور رفتار کن که دوست داری آنها با تو رفتار کنند.

قانون طلایی فروش چنین میشود :

به دیگران همانطور بفروش که دوست داری به تو بفروشند.

رفتار متفاوت برای افراد متفاوت :

این قاعده به چه معنی است ؟ آیا نباید با شخصیت های متفاوت , طرز برخورد های متفاوت داشت و از روش های مختلفی استفاده کرد؟

جواب هم مثبت است هم منفی . به کار گیری قاعده طلایی در فروش به این معنی است که همان طوری که دوست دارید کالایی به شما فروخته شود, با همان درک موقعیت, همدلی و ملاحظات همه جانبه به مشتری بفروشید. اما این کار باید با در نظر گرفتن شرایط خاص هر مشتری انجام شود . به نیاز ها و شرایط خاص آنها توجه کنید . به مشتری اهمیت بدهید. آنها نیز برای شما اهمیت قائل خواهند شد.

فروشنندگان خوب کسانی هستند که بتوانند خلاء یا مشکل کوچک مشتری را پیدا کنند و سپس بزرگی و جدی بودن آن را به او نشان دهند. فروشنده خوب یک مشکل یا نارضایتی به ظاهر جزئی مشتری را پیدا می کند و سپس با پرسش و توضیحات خود, بزرگی واقعی آن را نشان می دهد تا اینکه مشتری شدیداً مشتاق راه حل پیشنهادی

یکی از عمیق ترین نیازهای همه مردم , احساس عزت نفس, اهمیت و ارزشمندی است. اگر بتوانید مشخص کنید افراد چه باید بکنند تا اعتماد و قدردانی دیگران را جلب کنند, اغلب اوقات , انگیزه لازم برای خرید کالای شما در آنها به وجود می آید.

هیچکس تا زمانی که مطمئن نشود شما واقعا صلاح و منفعت او را در نظر دارید از شما خرید نخواهد کرد. شما باید کاری کنید که مشتری در این مورد مطمئن شود. به یاد داشته باشید در گفتگو با مشتری هرگز از کسی انتقاد و گله و شکایت نکنید و یا کسی را سرزنش نکنید.

تغییر وضعیت مشتری

زمانی که با مشتری روبرو می شوید ، متوجه می شوید که آنها معمولا از فاصله بین موقعیتی که دارند . جایگاهی که باید داشته باشند آگاه نیستند. شما اغلب با این پاسخ آنها مواجه می شوید که این کالا به درد من نمی خورد یا توانایی خرید آن را ندارم یا ...

اینها واکنش های طبیعی هستند هیچکس مایل به قبول تغییرات نیست. شما باید وضعیتی را برای مشتری تشریح کنید که نسبت به موقعیت فعلی بهتر و رضایت بخش تر باشد. در حقیقت ، نوع برخورد و سخنانتان به مردم نشان می دهد کالای شما وضعیت آنها را نسبت به قبل بهتر خواهد کرد.

رمز موفقیت در گفتگو :

رمز گفتگوی موثر با دقت گوش دادن به حرف های مشتری است. با این روش به او می فهمانید که مطلبی که می گوید برای شما ارزشمند است . شنونده ای فعال باشید : سرتان را تکان دهید , لبخند بزنید و موافقت خود را نشان دهید. مکالمه را مانند یک بازی بدانید و آن را خوب بازی کنید.

به مشتری کمک کنید تا هزینه واقعی استفاده نکردن از کالای شما یا ادامه وضعیت موجود را برآورد کند. با پرسش های مناسب به او نشان دهید که فاصله وضعیت موجود او با وضعیتی که پس از خرید کالای شما پیدا می کند چقدر زیاد است. منافع شخصی تصمیم گیرنده خرید را در صورت استفاده از کالای شما شناسایی کنید و به او نشان دهید که انجام خرید چه قدر به نفع اوست.

مراحل پایانی فروش

در فروش دو مرحله عمده وجود دارد , یکی ارائه محصولات و خدمات و دیگری غلبه بر شک و تردیدهای مشتری به منظور انجام فروش.

شاید پر اضطراب ترین و مهم ترین قسمت فروش , پاسخگویی به پرسش های مشتری و غلبه بر بی میلی او برای ایجاد هر گونه تعهد است.

برای مرحله پایانی فروش باید از پیش به دقت برنامه ریزی شود به طوری که آمادگی کامل برای نتیجه گیری مطلوب از مذاکرات در اولین و مناسبترین فرصت وجود داشته باشد. خوشبختانه این مهارتی است مانند دوچرخه سواری¹⁷ که با تمرین به دست می آید.

اعتراض ها را به دلایل خرید تبدیل کنید:

وقتی مشتری به کالا یا خدمات شما اعتراض می کند، علیرغم اضطراب و نگرانی که پیدا می کنید به تلاش ادامه دهید و سعی کنید اعتراض های او را به خوبی پاسخ دهید.

می شود اعتراض های مشتری را به دلایلی برای انجام خرید تبدیل کرد. همین طور که ک دلیل اولیه برای انجام خرید وجود دارد یک اعتراض اولیه هم برای انصراف از آن هست. اگر بتوانید اولی را مورد تاکید و دومی را از بین ببرید، فروش انجام می شود.

- با پیش بینی دلایلی که مکن است مشتری برای نخریدن کالای شما داشته باشد خودتان را از قبل برای مراحل پایانی فروش آماده کنید.

- دلایل تمایل مشتری را برای انجام معامله را پیدا کنید و مورد تاکید قرار دهید.

18 همچنین دلایل او را که موجب انصراف از خرید می شود از بین ببرید.

موانع مراحل پایانی فروش :

۱- ترس از شکست: مهمترین ترس مشتری، ترس از انجام یک خرید ناموفق است. تجارب منفی مشتری در گذشته که شما کنترلی بر آنها ندارید، باعث می شود که او نسبت به فروشندگان و نحوه عملکرد آنها با شک و تردید و با هوشیاری برخورد کند. مشتری ممکن است مایل به خرید باشد ولی او از اشتباه کردن و گران خریدن واهمه دارد. بنابراین متوجه ترس مشتری از اشتباه در خرید باشید.

برای جلب اعتماد او هر دلیلی را که به فکرتان خطور می کند مطرح کنید.

۲- ترس از انتقاد: مشتری نسبت به انتقاد دیگران در مورد خرید نامناسب حساسیت نشان می دهد. او از اینکه کالایی را بخرد و بعدا متوجه شود که باید چیز دیگری را می خرید دچار هراس می شود. همین ترس از ارتکاب اشتباه در خرید، علت اصلی اعتراض، تردید و اهمال در تصمیم گیری مشتری است.

۳- فرصت مشتری کم است :

سومین مانع , مشغولیت های مشتری است.

تصمیم نگرفتن او برای خرید به این علت نیست که علاقه ای به استفاده از کالای شما ندارد بلکه به دلیل اشتغال زیاد, فرصت بررسی پیشنهاد شما و تصمیم گیری نهایی را ندارد.

بنابراین همیشه بپرسید که فرصت مناسب برای صحبت کردن دارد یا نه, و در صورت لزوم , گفتگو را به وقت دیگری موکول کنید.

تمام سوال هایی را که قرار است از مشتری بپرسید از قبل آماده کنید.

سئوال ها کلید موفقیت شما در فروش هستند.

مشتری را دعوت به خرید کنید:

دعوت مشتری به خرید خیلی صریح است. بعد از اینکه مرحله معرفی و ارائه کالا به اتمام رساندید مشتری را به تصمیم گیری در مورد خرید دعوت کنید. بهتر است بگوئید: “چرا آن را آزمایش نمی کنید؟”

یا می توانید به این ترتیب از مشتری دعوت کنید که تصمیم گیری نهایی را انجام دهد: “اگر از این کالایی که به شما ارائه کردم خوشتان آمده است می توانید آن را ببرید.” به جای اینکه از مشتری بخواهید که بگوید بله یا خیر , همیشه دو گزینه به او پیشنهاد کنید تا یکی را انتخاب کند. مدام به دنبال مشتری های جدید باشید تا جریان فروش بی وقفه ادامه پیدا کند.

از روش های فروش “بدون فشار” یا “کم فشار” استفاده کنید تا در مشتری احساس راحتی و اعتماد ایجاد شود.

به قلمرو فروش خود همان طور نگاه کنید که یک کشاورز به
مزرعه حاصلخیز خود نگاه می کند، مزرعه ای که باید بتوانید
هر سال از آن محصول برداشت کنید.

هرگز به کمتر از عالی بودن رضایت
ندهید. توانایی شما نا محدود است.