

حجاب دیده‌ی نامحرمان

زیادت باد!

دودو عالم یکی کند صادق
سه سه منزل یکی کند عاشق
ترسم از جاهلی و نادانی
ناگهان بر سراط درمانی
اوست چون کارساز و مولی ما
او نه بس دین ما و دنیی ما؟
او بجز کارساز جانها نیست
نکند با تو ظلم از آنها نیست
هریکی عوض دهد هفتاد
چون دری بست ده بگشاد
گرچه چشمت ورا نمی بیند
خالق تو، تو را همی بیند
تا در این خطه، تکاپویی
یا همه پشت، یا همه رویی
تا بود این جهان، نباشد آن
تا تو باشی نباشدت یزدان
جهد کن تا ز نیست هست شوی
وز شراب خدای مست شوی
حکیم سنائی

پزشک فروش شوید!

فروشنده نباشید؛ اما حرفه‌ای بفروشید

محمدشهاب رحیمزاده

سرشناسه	: رحیم‌زاده، محمدشهاب، ۱۳۶۶
عنوان و نام پدیدآور	: پزشک فروش شوید: فروشنده نباشید، اما حرفه‌ای بفروشید/ محمدشهاب رحیم‌زاده.
مشخصات نشر	: تهران : سخنوران، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۹۸ ص.؛ ۲۱/۵ × ۱۴/۵ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۵-۵۴۱-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
عنوان دیگر	: فروشنده نباشید، اما حرفه‌ای بفروشید.
موضوع	: مدیریت فروش
موضوع	: Sales management
رده بندی کنگره	: HF ۵۴۳۸/۴ / پ۲۶ ۴ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۹۵۹۹۵۵

- پزشک فروش شوید ●
- فروشنده نباشید، اما حرفه‌ای بفروشید ●
- نویسنده: محمد شهاب رحیم زاده ●
- طراح جلد و صفحه‌آرا: پروانه پایدار ●
- ویرایش: پرنیان ذوقی ●
- ناشر: سخنوران ●
- چاپ و پخش: مجموعه اهل سخن ●
- شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه ●
- نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶ ●
- قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان ●
- نشانی مجموعه اهل سخن: تهران، خیابان کارگر شمالی، قبل از خیابان نصرت، پلاک ۱۱۲۸ ●
- تلفن: ۶۶۹۱۵۲۲۳- ۰۹۱۹۴۹۲۳۹۰۲ ●

در این کتاب، تمام تجربیات خود را در زمینه فروش و بازاریابی، چه به صورت عملی و چه با آموزه‌های خود، از مطالعه بیش از ۵۰ کتاب را برای شما عزیزان گردآوری کرده‌ام. شما می‌توانید در وبسایت شخصی‌ام، مقالات مختلف را خوانده و اطلاعات بیشتری در مورد سمینارها و کارگاه‌های آموزشی فروش را کسب کنید، در دوره‌های رایگان غیرحضوری ثبت‌نام کنید و مهارت‌های خود را روزبه‌روز بیشتر کنید.

www.shahabrahimzadeh.com
http://instagram.com/rahimzadeh_shahab



تعریف هایی که از کتاب پزشکی فروش شوید شده است.

یک جامعه موفق جامعه‌ای است که پیوسته در حال یادگیری است. گاهی در جامعه‌ای که درصد کتاب‌خوانان آن‌ها قابل توجه است، شرایط زندگی باعث می‌گردد آموخته‌ها را فراموش کنیم و یا به قول نویسنده گرامی دچار «توهم دانش» شویم و آموزه‌ها را به کار نبریم. پس لازم است گاهی عواملی نو از جمله کتاب‌های جدید، آموخته‌ها را به ما یادآور شوند. از آنجایی که بحث فروش و فروشندگی جزو مباحث بنیادی سازندگی شخصیتی افراد است، کتاب **پزشک فروش شوید** مواردی ساده و ثابت‌شده را به ما نشان می‌دهد که با به‌کارگیری آن در مجموع می‌توان تحولی مثبت در زندگی اجتماعی و کاری هر شخصی به وجود آورد.

مجتبی عباس پور (سخنران، کارآفرین)

همان‌طور که می‌دانید در دنیای فعلی سرعت تولید علم به حداکثر میزان خود رسیده و خبر خوب بعدی این‌که سطح دسترسی افراد به این علوم به لطف رشد ارتباطات در بستر اینترنت به راحتی میسر شده است. طبیعی است در چنین برهه‌ای از زمان دانشی که دیروز کسب کرده‌اید امروز کهنه و در برخی مواقع حتی مانع رشد شما می‌گردد. از این‌رو پرواضح است که دنیای اقتصادی پیش رو از آن کسانی است که همواره با بینش عالی و نگرش متعالی، دانش خود را به‌روز کرده و دچار توهم «من می‌دانم» نمی‌شوند. بلاشک رهایی از دانستگی دیروز و اشتیاق به دانستن امروز دو بال برای پرواز شما به سمت فردایی روشن خواهد بود.

کتاب «پزشک فروش شوید» مجموعه‌ای کم‌نظیر در راستای فروش و بازاریابی است که دانش شما را در این راستا به‌روز کرده و با بکار بستن آن به جدیدترین ابزار فروش روز دنیا مسلح خواهید شد.

رضا امیری (سخنران، کارآفرین، مربی رهبری)

کتاب «پزشک فروش شوید» اطلاعات وسیع و ارزشمندی را در اختیار شما قرار می‌دهد تا بتوانید در حرفه فروش مؤثرتر باشید و ضریب موفقیتتان را افزایش دهید. وقتی می‌توان از تجربه دیگران به نحوه احسن استفاده کرد، چرا باید اشتباهاتی را تجربه کنیم که هم هزینه تجارت را بالاتر ببرد و هم خستگی زیادی را به تنمان بگذارد؟ اگر نمی‌خواهید چرخ را از نو اختراع کنید، می‌توانید با خواندن این کتاب، مهارت‌های لازم را با کمترین هزینه زمانی و انرژی به دست آورید و حرفه‌تان را با لذت بیشتری انجام دهید.

دکتر هدی (کارآفرین، سخنران، استراتژیست بازاریابی، مربی رهبری)

سخن نویسنده

تا حالا به این موضوع فکر کرده‌اید که بزرگ‌ترین دارایی مالی شما چیست؟

چیزی که بتوانید با آن زندگی خود را عوض کنید! فرض کنید شما بتوانید یک چوب جادویی را تکان دهید و هر تغییری را که بخواهید ایجاد کنید. آن وقت، دنیا برای شما چقدر متفاوت می‌شود؟ احتمالاً هر کاری که می‌خواستید می‌توانستید انجام دهید. می‌توانستید به راحتی فروش انجام دهید و درآمد بالایی داشته باشید. این چوب جادو، الآن در اختیار شما است. چوب جادوی شما، توانمندی در خلق ثروت، مهارت درآمدزایی و کسب و کار است. این تنها دارایی شما است. شما می‌توانید یک مهارت را با خواندن یک کتاب بیاموزید و بلافاصله در زندگی خود به کارگیرید یا ممکن است چندین ماه طول بکشد تا شما به

آن مهارت دست پیدا کنید. وقتی از فروشندگان حرفه‌ای درباره موفقیتشان در فروش سوال می‌کردم، آن‌ها از من می‌پرسیدند که چه برنامه‌ای برای فروش خوددارم؟ یا چقدر برای فروش خود هدف دارم؟

شما باید یک هدف مشخص و برنامه‌ریزی دقیق برای فروش خود داشته باشید. بدون داشتن هدف در فروش، موفق نخواهید شد. زمانی که صحبت از فروش می‌شود، فروشندگان معمولی می‌گویند سال‌هاست که کار فروشندگی انجام می‌دهند، نیازی به مطالعه و خواندن کتاب ندارند و همه مهارت‌ها را می‌دانند ولی فروشندگان حرفه‌ای هر روز کتاب می‌خوانند و در سمینارهای فروش شرکت می‌کنند تا فروش بالایی را رقم بزنند.

بزرگ‌ترین مانعی که باعث می‌شود به موفقیت نرسیم، دانش ما است! دانش به‌تنهایی نمی‌تواند ما را به موفقیت برساند. معمولاً ما دچار معضلی به نام توهم دانش هستیم. دقیقاً زمانی که فکر می‌کنیم همه‌چیز را می‌دانیم، یادگیری و آموزش را کنار می‌گذاریم. زمانی که در یکی از همایش‌های بین‌المللی برایان تریسی با موضوع فروش با عملکرد بالا شرکت کرده بودم بیشتر مدیران و فروشندگان سطح بالا که در این سمینار حضور داشتند، به دنبال یادگیری مهارت‌های جدید، تکنیک‌های خاص فروش و نکته‌های جدید درباره فروش بودند. آن‌ها این سوال را می‌پرسیدند که دقیقاً باید چکار کنند تا بتوانند فروش خوبی داشته باشند. برایان تریسی به نکته قابل توجهی اشاره کرد.

اگر یک مطلب را ده بار بخوانید و تکرار کنید، نتیجه بهتری خواهید گرفت تا اینکه ده مطلب مختلف را یکبار بخوانید.

شاید تا به امروز کتاب‌های زیادی را خوانده باشید و اطلاعات لازم در مورد فروش را بدانید ولی تا چه اندازه توانسته‌اید فروش را برای خود آسان کنید؟ غالباً کار دشواری به نظر می‌رسد. این کتاب می‌خواهد ترس از فروش، حس فروشنده بودن و ذهنیت شما را نسبت به فروش عوض کند. زمانی که من به خریداران احتمالی زنگ می‌زدم تا فروش انجام دهم، از قطعی کردن فروش وحشت داشتم. همه‌روزه با شور و اشتیاق و بدون داشتن هیچ ترسی با مشتریان زیادی تماس می‌گرفتم، محصولم را ارائه می‌دادم، تمام اطلاعات را در اختیار آن‌ها می‌گذاشتم و دست‌آخر، نمی‌توانستم فروش خود را قطعی کنم. فقط به مشتری می‌گفتم اگر این محصول را خواستید به من اطلاع دهید. بیشتر خریداران بدون استثناء می‌گفتند اجازه دهید کمی در این مورد فکر کنم، اگر خواستم حتماً به شما اطلاع می‌دهم. من منتظر می‌ماندم تا آن‌ها با من تماس بگیرند و خرید کنند ولی هیچ‌وقت این اتفاق نمی‌افتاد. در آن زمان نمی‌دانستم که جملاتی از این قبیل یعنی یک نه مؤدبانه، بعدها فهمیدم که قطعی کردن فروش یک مهارت است که باید یاد بگیرم. باید در همان تماس اول، فروش خود را قطعی می‌کردم. از تکنیک‌هایی استفاده می‌کردم که بتوانم نه مشتری را به یک بله تبدیل کنم.

هدف این کتاب، تغییر نگرش در فروش، برداشتن موانع ارتباط سازی با مشتری، مهارت‌های قطعی کردن فروش و پیدا کردن مشتریان جدید است. به کارگیری روش‌های ساده و کاربردی که فقط با تمرین کردن به دست می‌آید تا شما بتوانید فروش را به یکی از لذت‌بخش‌ترین کارهای زندگی خود تبدیل کنید. آموزش، تأثیر زیادی در یادگیری دارد. شما باید بلد باشید چگونه فروش را انجام دهید. گام‌به‌گام با این کتاب پیش بروید و تمام

مراحل فروش از مشتری یابی، ارائه محصول و قطعی کردن فروش را به ترتیب انجام دهید.

فروش مانند یک دستور پخت است. برای پخت یک غذا، نمی‌توانید کمی از اول دستور پخت استفاده کنید، کمی از آخر. باید در هر مرحله کار خود را تمام کنید تا غذای خوبی بپزید؛ دقیقاً مانند فروش.

فهرست مطالب

فصل اول

- ویژگی‌های افراد موفق جهان ۱۹
- یافتن یک فرصت برای تغییر ۱۹
- هدف چیست؟ ۲۰
- دو مدل نگرش به تغییر وجود دارد ۲۰
- مسیر را کاملاً برای خود شفاف و روشن کنید ۲۲
- فرصت برای تغییر را پیدا کنید ۲۲
- بهبود مستمر با آموزش مستمر ۲۳
- بلندپرواز باشید ۲۴
- راهش را پیدا کنید ۲۶
- همین الان اقدام کنید ۲۷
-
- کلید موفقیت در فروش ۲۹
- اثر هاله‌ای مثبت ۲۹
- خودتان را دوست داشته باشید ۳۱
- کمی بیشتر تلاش کنید ۳۲
- سری کاری کنید ۳۲

۳۵	ایجاد اعتماد و اعتبار.....
۳۵	پزشک فروش شوید
۳۷	مثل فروشنده‌ها نباشید
۳۸	الگوی فروش
۴۰	کالای خود را باور داشته باشید
۴۱	حقیقت را بگویید
۴۱	دید مثبت داشته باشید
۴۳	شناسایی نیازهای مشتری
۴۳	چگونه پیش‌داوری نکنید؟
۴۴	قبل از هر تماس تدارک ببینید
۴۵	تصویرسازی ذهنی کنید
۴۵	باتغییر ذهنیت خود، فروشتان را بالا ببرید و زندگی‌تان را تغییر دهید!
۴۶	درآمدتان را چند برابر کنید
۴۸	بهترین عملکرد خودتان را ببینید
۴۹	تلقین کنید
۴۹	روش ۱۰۰ تماس

فصل دوم

۵۳	مثلث طلایی فروش
۵۳	فروش بر مبنای رابطه (فروش رابطه‌ای)
۵۴	فروش مشاوره‌ای
۵۴	فروش آموزشی
۵۴	بهترین متد ارائه
۵۶	کارهایی که مشتری قبل از خرید انجام می‌دهد

۵۹	پاسخگویی شفاف به مخالفت‌ها
۵۹	با اعتراض‌ها و انتقادهای چه‌کار کنیم
۶۰	هفت اعتراض رایج که باید به آن جواب بدهید
۶۴	چرا مشتریان خرید نمی‌کنند
۶۴	جنس فروخته‌شده پس گرفته نمی‌شود
۶۵	راحتی در خرید
۶۶	همیشه حق با مشتری است
۶۶	نظراتتان را نزد خود نگه‌دارید
۶۷	از مشتری‌های دیگر نقل‌قول کنید
۶۷	همیشه تعریف کنید
۶۸	اقتدار طلبی نکنید

۶۹	قطعی کردن فروش
۶۹	به مشتری فشار نیاورید
۷۰	ترس از فروش
۷۲	رد شدن به معنای رد شدن شخص شما نیست
۷۲	ناکام ماندن در نهایت، یک بازخورد است
۷۳	نه بشنوید
۷۴	بر ترس‌هایتان غلبه کنید
۷۵	چگونه فروشتان را قطعی کنید
۷۶	پنج شرط مهم برای نهایی کردن فروش
۷۸	بعد از نهایی کردن فروش سکوت کنید
۷۹	فروش خود را به سرعت نهایی نکنید
۷۹	چرا قطعی کردن فروش دشوار است
۸۰	نهایی کردن فروش
۸۱	درباره قیمت چه کار کنیم
۸۱	تمایل داشتن و توانمندی در خرید
۸۲	پرسیدن زود هنگام قیمت
۸۲	از دست دادن فروش
۸۲	چگونه در یک کار قیمت ندهیم

- ۸۳ سر قیمت با مشتری بحث نکنید
- ۸۳ از اینکه قیمت محصولاتان بالاست ترسید
- ۸۴ قطعی کردن نهایی با پشتیبانی
- ۸۴ مقایسه قیمت داشته باشید
- ۸۵ حجم استفاده از محصول در مقابل قیمت
- ۸۵ همیشه بکارهای برای معامله کردن وجود دارد
- ۸۵ چیزی را که شما می‌گویید باور نمی‌کند
- ۸۶ قطعی کردن به روش پس گرفتن
- ۸۷ قطعی کردن فروش از دست رفته
- ۸۹ درآمد خود را دو برابر کنید
- ۸۹ مدیریت زمان داشته باشید
- ۹۰ تماس نیمه‌کاره
- ۹۱ دچار کمال‌گرایی نشوید
- ۹۲ پرانرژی باشید
- ۹۲ ذهنیت قوی در فروش
- ۹۳ به درآمد کم راضی نباشید
- ۹۳ از نقطه صفر شروع کنید
- ۹۴ طبق قانون ۲۰/۸۰ عمل کنید
- ۹۴ تماس گروهی بگیرید
- ۹۵ وقت طلاست
- ۹۷ فروش مجدد و پیدا کردن مشتریان جدید
- ۹۸ سریع پاسخ دهید
- ۹۸ مشتری پیدا کنید
- ۹۹ قانون تار عنکبوت
- ۹۹ نتایج معارفه را به منبع معرفی گزارش دهید
- ۱۰۰ نقطه ضعف‌هایتان را به یک مهارت تبدیل کنید
- ۱۰۳ ارزیابی و بازاریابی

ویژگی‌های افراد موفق جهان

یافتن یک فرصت برای تغییر

تا حالا از خود پرسیده‌اید که چرا بعضی از فروشندگان، موفق‌تر از بقیه هستند؟ به راحتی محصولشان را به فروش می‌رسانند و پول خوبی درمی‌آورند. ولی بسیاری از ما باینکه سال‌ها کار فروش انجام داده‌ایم اما فروش خوبی نداریم. همیشه ۲۰ درصد از فروشندگان، در سطح بالای فروش قرار دارند و ۸۰ درصد از درآمد فروش را به خود اختصاص می‌دهند.

هدف چیست؟

پیوستن به ۱۰ درصد برتر درآمدزایی. کسانی که در این دسته قرار می‌گیرند، بیشترین فروش و بالاترین درآمد را به خود اختصاص می‌دهند. این دسته از فروشندگان، ۱۶ برابر بیشتر از ۸۰ درصد فروشندگان معمولی درآمد کسب می‌کنند.

امکان ندارد بدون داشتن هدف و انگیزه، برای رسیدن به ۱۰ درصد افراد موفق جامعه، بتوانید موفق شوید. ممکن است با خود بگویید که تغییر کردن سخت است. رسیدن به ۱۰ درصد سطح بالای فروش، کار هرکسی نیست و فقط یک سری از افراد خاص، مهارت یک فروشنده مجرب را دارند. اصلاً چطور می‌شود که یک فروشنده معمولی با فروش کم یا یک نفر که تا حالا کار فروش انجام نداده است، می‌تواند به ۱۰ درصد سطح بالای جامعه برسد.

دو مدل نگرش به تغییر وجود دارد

- افرادی با نگرش ایستا

معمولاً فروشندگانی که در ۸۰ درصد پایینی قرار می‌گیرند، این مدل نگرش را به تغییر دارند. آن‌ها تغییر را غیرممکن می‌دانند. افراد با نگرش ایستا، مدل فکری‌شان در باورها این‌گونه است که می‌گویند بعضی از افراد استعداد خاصی در فروشندگی دارند و هرکسی نمی‌تواند این مهارت را کسب

کند. همیشه در تمام مسائل زندگی به عالی بودن توجه می‌کنند چون فقط نتیجه کار برایشان مهم است. تلاش کردن را فقط برای احمق‌ها می‌دانند و از به چالش کشیدن خودشان فاصله می‌گیرند. آن‌ها از موانع متفرند و فکر می‌کنند که هیچ مانعی نباید پیش روی آن‌ها باشد برای همین زمانی که از مشتری نه می‌شنوند، بسیار ناراحت می‌شوند. این افراد می‌خواهند فکر کنند که همیشه خوب هستند و از این که موردانتقاد قرار بگیرند، به شدت بیزارند.

- افرادی با نگرش پویا

افراد با نگرش پویا مدل فکری‌شان در باورها این‌گونه است که می‌گویند توانایی، آموختنی و قابل رشد است. در توجه کردن به مسائل زندگی همیشه به فرآیند یادگیری و رشد می‌اندیشند. تلاش کردن را برای رشد لازم می‌دانند و به چالش کشیدن خود را، یک فرصت برای رشد بیشتر می‌دانند. آن‌ها از نه شنیدن ناراحت نمی‌شوند زیرا می‌دانند هر مانع، آن‌ها را یک پله به موفقیت نزدیک‌تر می‌کند. این افراد انتقاد را یک بازخورد مفید برای پیشرفت می‌دانند.

تمام افراد موفق که در دنیا می‌شناسید، نقطه قوت‌هایی که دارند را با تغییر در نقطه‌ضعف‌هایشان به دست آورده‌اند. همه آن‌هایی که الآن ثروت بسیاری دارند، در گذشته خود جزء فقیرترین افراد بوده‌اند. همین‌طور کسانی که فروش بالایی دارند، زمانی فروش برایشان غیرممکن بود. شما

می‌توانید نقطه‌ضعف‌هایتان را در فروش به نقطه قوت تبدیل کنید. فقط باید آموزش ببینید و مهارت‌های لازم را کسب کنید.

مسیر را کاملاً برای خود شفاف و روشن کنید

با تغییر در نگرش خود می‌توانید فرصت‌هایی که در زندگی برایتان پیش می‌آید را به یک تغییر تبدیل کنید، تا زندگی‌تان را به سطح عالی برسانید. این را بدانید که داشتن درآمد بالا به شانس شما ربطی ندارد، به تقدیر زندگی بستگی ندارد و چیزی برای شما و لحظه اکنون شما نوشته نشده است.

هیچ چیز جلوی تغییر شمارا نمی‌تواند بگیرد؛ به‌جز خودتان.

فرصت برای تغییر را پیدا کنید

هر آن چیزی که می‌خواهید در دنیای بیرون اتفاق بیافتد، ابتدا باید در ذهن شما شکل بگیرد. دنیای بیرون شما بازتاب دنیای درون شما است. فرصت‌ها و شرایط پیرامونی و اتفاقات خوب و بد برای شما و تمام آدم‌های موفق یکسان است. شما فقط آن‌هایی را جذب می‌کنید که با اندیشه‌های غالب شما همخوانی دارد. وقتی فکر‌تان را عوض می‌کنید، زندگی‌تان را تغییر می‌دهید.

فکرش را بکنید به هر چه می‌اندیشید، اغلب همان

می‌شود. دنیای بیرون شما با دنیای درون شما در ارتباط است و این شما هستید که انتخاب می‌کنید چطور بیندیشید و تصمیم بگیرید. اتفاق‌هایی که در زندگی شما رخ می‌دهند، زندگی شما را تعیین نمی‌کنند.

وقایع و رویدادها آینده شما را تعیین نمی‌کنند.
بلکه واکنش شما به رویدادها و وقایعی که اتفاق
می‌افتد، آینده زندگی شما را تعیین می‌کند.

بهبود مستمر با آموزش مستمر

آیا می‌دانید چطور تغییر کنید و تغییر را از کجا شروع کنید؟

بله خیر

آیا برای بالا بردن درآمد خود هیچ ایده‌ای دارید؟

بله خیر

آیا امسال شما با سال گذشته‌تان متفاوت بوده است؟

بله خیر

اگر به هر یک از این سوال‌ها جواب منفی داده‌اید پس باید تغییر کنید.

در اولین قدم باید روی خودتان سرمایه‌گذاری کنید. کتاب بخوانید، به کلاس‌های آموزشی و سمینارها بروید. اگر شرکت شما امکانات آموزشی در اختیاران می‌گذارد،

آن‌ها را بلافاصله قبول کنید. هیچ تأخیری جایز نیست. هر مهارتی که می‌آموزید یک سرمایه‌گذاری است، برای آینده شما. آنچه امروز دارید نتیجه انتخاب‌های شما در گذشته است. درآمد امروز شما بستگی به این دارد که در گذشته چه کارهایی انجام داده‌اید و چقدر در کار خود موفق بوده‌اید. آموزش معمولاً تأثیر خود را در درازمدت نشان می‌دهد. شما یک مهارت را امروز یاد می‌گیرید ولی شاید نتوانید از آن در عمل استفاده کنید. شما باید آموزش مستمر داشته باشید تا بتوانید در فروش خود از مهارت‌هایی که آموزش دیده‌اید استفاده کنید.

افراد معمولی اغلب فکر می‌کنند که با خواندن یک مطلب آموزشی، مهارت لازم را کسب کرده‌اند و دیگر نیازی به آموزش مستمر ندارند.

بلندپرواز باشید

خوش‌بین‌ها، کسانی هستند که به موفقیت خود اعتقاد دارند. آن‌ها شجاع هستند و با ترس‌هایی که اکثر مردم از آن فرار می‌کنند مواجه می‌شوند. بلندپروازی در هدف‌گذاری، شما را شجاع‌تر و مصمم‌تر برای رسیدن به موفقیت می‌کند. اگر درآمد زیادی می‌خواهید، بلندپرواز باشید. این تضمینی است که بتوانید بر همه موانع و دشواری‌های که سر راهتان قرار می‌گیرد غلبه کنید. خیلی از فروشندگان فقط به اندازه‌ای

فروش می‌کنند تا بدهی‌های خود را پرداخت کنند. آن‌ها می‌گویند همین‌قدر برای ما کافی است و هیچ میلی به درآمد بالاتر ندارند. فروشندگان معمولی می‌خواهند در لحظه فروش کنند و دید بلندمدت، برای حفظ مشتری ندارند؛ اما فروشندگان برجسته، امید و آرزوهای بزرگ‌تری دارند. وقتی صبح از خواب بیدار می‌شوند، با مشتریان بالقوه خود تماس می‌گیرند، اولین فروش خود را انجام می‌دهند و به فکر فروش دو و سه هستند؛ و با هر فروشی که می‌کنند، برای فروش بعدی برنامه‌ریزی دارند.

به ۵ سال آینده کاری خود نگاه کنید

به نظرتان ۵ سال آینده در کجا قرار دارید؟

چقدر پیشرفت کردید و چه مهارت‌هایی را یاد گرفته‌اید؟

چقدر برای بالا رفتن درآمدتان تلاش کرده‌اید؟

این کتاب بدرد کسانی می‌خورد که امید و آرزوهای بزرگ دارند و می‌خواهند که موفق شوند. دنباله‌رو کسی نیستند و خودشان رهبری کسب‌وکارشان را بر عهده دارند.

راهش را پیدا کنید

از حالا به بعد خودتان را کارفرمای یک شرکت بزرگ بدانید. در این شرکت، شما رئیس هستید و تنها کارمند شرکت هم خودتان هستید. دوست دارید چقدر درآمد داشته باشید؟ افراد موفق مسئولیت‌پذیرند و اشتباه کار خود را قبول می‌کنند. در صورتی که افراد ناموفق، برای موفق نشدنشان همیشه دلیل ارائه می‌کنند، عذر و بهانه می‌آورند، توجیه می‌کنند و دیگران را عامل موفق نشدن خود می‌دانند. اگر این‌گونه با مشکلات برخورد می‌کنید، بدانید که موفقیت را فلج کرده‌اید. احتمالاً زمانی که به دیواری از مشکلات برخورد می‌کنید، با خود می‌گویید هر کاری کردم نشد، ناامید می‌شوید و دست از تلاش برای رسیدن به موفقیت برمی‌دارید؛ اما باید رفتاری متفاوت داشته باشید، راه‌حل‌گرا باشید و همیشه برای حل مسئله دنبال راه‌های جدید بگردید. به امکان شکست خوردنتان توجهی نکنید. شما مهارت‌های جدید را بیاموزید، زمانی که کسی توانسته است فروش خوبی داشته باشد، پس شما هم می‌توانید.

اگر کاری را بخواهید انجام دهید، حتماً راهش را پیدا خواهید کرد. ولی اگر نخواهید کاری را انجام دهید، بهانه‌اش را پیدا می‌کنید.

همین الان اقدام کنید

درآمدی را که می‌خواهید در طول مدت یک ماه به دست بیاورید، در وجه خود یک چک صادر کنید. اگر دسته‌چک ندارید درآمدی را که می‌خواهید روی کاغذ بنویسید، خود را ملزم کنید که به این درآمد برسید و هرروز به این مسئله فکر کنید چه کاری باید انجام دهید که بتوانید تا آخر ماه چک خود را پرداخت کنید.

یادتان باشد که موفقیت، انجام همین کارهای ساده است. پس همین حالا انجامش بده!

کلید موفقیت در فروش

اثر هاله‌ای مثبت

۸۰ درصد موفقیت فروش شما را، شخصیت شما رقم می‌زند. در کار فروش، شخصیت شما مهم‌تر از اطلاعاتی است که از محصول خود دارید. شخصیت شما مهم‌تر از مهارت‌های فروش شما است. مهم‌تر از محصول و خدماتی است که آن را به فروش می‌رسانید. احتمالاً برای شما هم پیش‌آمده است که برای خرید لباس و یا هر کالای دیگری به یک فروشگاه یا مغازه رفته‌اید و بدون اینکه دلیل مشخصی داشته باشد، خرید انجام داده‌اید. اگر از شما بپرسند چه چیزی باعث شد

که خرید کنید، به خوش‌برخورد بودن فروشنده با مشتری اشاره می‌کنید. این دقیقاً همان اثر هاله‌ای مثبت است که در فروش شما تأثیر می‌گذارد. معمولاً افراد شمارا در پنج ثانیه یک ارزیابی و قضاوت می‌کنند. اگر شما یک ویژگی مثبت در همان چند ثانیه یک در شخصیت خود داشته باشید مثلاً لبخند بزنید، لباس مرتب و خوب بپوشید، اثر هاله‌ای مثبتی در شخصیت شما به وجود می‌آید که باعث می‌شود مشتری، شمارا یک فروشنده خوش‌اخلاق، خوش‌برخورد، قابل‌اطمینان، با اعتمادبه‌نفس و با اطلاعات بالا از محصولات ببیند. شاید شما تمام این خصوصیات را باهم نداشته باشید ولی در نظر مشتری این‌گونه به نظر می‌رسید.

معمولاً آدم‌های پرانرژی، اثر هاله‌ای مثبتی دارند. شما این افراد را غالباً مهربان، دلسوز و قابل‌اعتماد می‌بینید. سعی کنید در نگاه یک برای مشتری، اثر هاله‌ای مثبت ایجاد کنید. مشتری در نگاه یک ظاهر شمارا می‌بیند و قضاوت می‌کند. مدل لباس پوشیدن شما خیلی در فروشتان تأثیر دارد. سعی کنید لباس متناسب با کارتان بپوشید و همیشه مرتب و تمیز باشید.

۹۵ درصد ظاهر شمارا، لباستان می‌پوشاند؛ پس

خیلی مهم است که چه می‌پوشید.

خودتان را دوست داشته باشید

ذهن خود را آماده نگه‌دارید. اگر ذهن شما آماده باشد، شادی و نشاط دارید. این حس خوب شما باعث بالا رفتن حجم فروشتان می‌شود. فروشندگان حرفه‌ای، از اعتمادبه‌نفس بالایی برخوردارند. این اعتمادبه‌نفس از کجا می‌آید؟ شما هر چه خودتان را بیشتر دوست داشته باشید و برای خودتان بیشتر ارزش قائل شوید، بهتر می‌توانید مشتری یابی کنید. کالایتان را عرضه کنید و فروشتان را نهایی کنید. بدون داشتن اعتمادبه‌نفس، فروش غیرممکن است. اگر اعتمادبه‌نفس نداشته باشید، از اینکه با مشتریان خود صحبت کنید و به آن‌ها کارتان را معرفی کنید خجالت می‌کشید. به یاد داشته باشید که هرچه خودتان را بیشتر دوست داشته باشید، دیگران را هم بیشتر دوست خواهید داشت. وقتی دیگران را دوست داشته باشید، اعتماد و اطمینان آن‌ها به شما نیز بیشتر می‌شود. هر چه این اطمینان بیشتر شود، فروش شما نیز بالاتر می‌رود.

معمولاً در زندگی این‌طور عمل می‌کنیم که به توصیه کسانی که دوستشان داریم بیشتر توجه می‌کنیم و بیشتر از کسانی خرید می‌کنیم که حس ما علاقه دارند.

کمی بیشتر تلاش کنید

تفاوت میان فروشندگان موفق و فروشندگان معمولی در این است که فروشندگان موفق به مراتب بیشتر از فروشندگان معمولی تلاش می‌کنند. اگر علت فروش بالای این آدم‌ها را بپرسید، به شما نخواهند گفت که آدم‌های باهوشی هستند یا شانس زیادی داشته‌اند، بلکه می‌گویند بیشتر از بقیه تلاش کرده‌اند. شاید بگویید که ما هم تلاش زیادی کردیم ولی نشد! اگر شما فقط تا حدی فروش انجام می‌دهید که بتوانید بدهی‌ها و مخارج زندگی‌تان را در یک ماه پرداخت کنید، باید به شما بگویم که هنوز به اندازه کافی تلاش نکردید.

کمی بیشتر تلاش کردن یعنی چه؟ اگر شما در هفته سه فروش داشته باشید و با کمی تلاش بیشتر فروش خود را به چهار برسانید، می‌توانید درآمد فوق‌العاده‌ای به دست بیاورید. اگر ظرف مدت یک سال کمی بیشتر تلاش کنید و به جای هفته‌ای سه فروش چهار فروش انجام دهید، به اندازه یک ماه درآمد بیشتری در سال کسب کرده‌اید.

سری‌کاری کنید

مغز ما به صورتی طراحی شده است که اگر شما ورودی‌های زیادی به مغز خود دهید، دچار استرس و سردرگمی می‌شوید و به‌سختی می‌توانید تمام این کارهایی

که به مغزتان سپرده‌اید را هم‌زمان انجام دهید. احتمالاً این جمله برایتان آشنا است، تک‌بعدی بودن! اینکه یک نفر نمی‌تواند چند تا کار را باهم انجام دهد که البته بیشتر هم به آقایان نسبت داده می‌شود. در واقع ذهن همه انسان‌ها این‌گونه عمل می‌کند. وقتی شما یک کار ساده را پشت سر هم انجام می‌دهید، مغز راحت‌تری می‌تواند پردازش می‌کند در نتیجه با سرعت و دقت بالاتری، می‌توانید آن کار را انجام دهید. احتمالاً در کارخانه‌ها دیدید که هر فرد فقط در یک بخش کار می‌کند و تنها یک فعالیت خاص را انجام می‌دهد. مثلاً یک نفر فقط مسئول بسته‌بندی است. چون تعداد بسته‌ها زیاد است، مغز انسان می‌تواند یک کار را با سرعت بیشتر، دقت بالاتر و بدون نقص انجام دهد. می‌خواهیم از همین روش برای بالا بردن فروش استفاده کنیم.

به مغزتان فقط یک کار بسپارید تا آن را سریع و بدون نقص انجام دهد.

اولین قدم در فروش، پیدا کردن مشتری است. تمام تمرکز خود را روی مشتری یابی بگذارید؛ یعنی یک لیست ۱۰۰ نفر از تمام مشتریان خود بنویسید. اگر اسامی ۵۰ نفر را نوشتید و گفتید فعلاً با این چند نفر تماس می‌گیرم تا بعداً بقیه لیستم را تکمیل کنم، کار خود را سخت کرده‌اید. دو تا کار را باهم انجام ندهید! یعنی یک لیستتان را تکمیل کنید، بعد

شروع به تماس گرفتن کنید.

صبح که از خواب بیدار شدید، با تمام انرژی و حس خوب به سراغ ۱۰ مشتری یک خود بروید. شروع به تماس گرفتن کنید. یادتان باشد که شما زمانی بیشترین فروش را انجام می‌دهید و جزء فروشندگان حرفه‌ای قرار می‌گیرید که کمی بیشتر تلاش کنید. وقتی به ۱۰ نفر زنگ زدید و فروش خود را انجام دادید، ذهنتان آماده است برای اینکه بهترین نتایج را بگیرید. الآن وقت این است که کمی بیشتر تلاش کنید، با ۵ نفر دیگر هم تماس بگیرید و فروش خود را بالا ببرید.

شما وقتی یک کار را پشت سر هم انجام می‌دهید

نتیجه بهتری می‌گیرید.

ایجاد اعتماد و اعتبار

پزشک فروش شوید

از این به بعد درفروشتان مانند یک پزشک عمل کنید. وقتی شما به پزشک مراجعه می‌کنید، آن‌ها همیشه یک‌رویه مشخص را در پیش می‌گیرند: معاینه، تشخیص، پیشنهاد درمان و تجویز نسخه. فروشندگان هم باید از همین سه روش درفروش استفاده کنند.

معاینه

همان‌طور که یک پزشک قبل از تصمیم برای ارائه هر پیشنهادی ابتدا به معاینه کامل بیمار تأکید می‌کند، شما هم باید همین کار را برای هر یک از مشتریان خود انجام

دهید. به این فکر نکنید که یک نسخه برای همه مشتریان مناسب است. هر فرد دلیل خاصی برای خرید کردن از شما دارد. باید قبل از ارائه محصول، به دقت به سخنان مشتری گوش دهید. در هنگام گرفتن اطلاعات از مشتری، خود را موظف کنید که هیچ محصول و پیشنهادی را ارائه ندهید. هیچ پزشکی قبل از معاینه، با شور و اشتیاق درباره داروهای متنوعی که می‌تواند برای یک بیمار تجویز کند، صحبت نمی‌کند.

تشخیص

در این مرحله شما تمام اطلاعاتی را که از مشتری گرفته‌اید، با دقت مرور می‌کنید. با پرسیدن سوال، از درک دقیق و درست خود مطمئن می‌شوید و راه‌هایی که می‌تواند نیاز مشتری را برطرف کند، به او ارائه می‌دهید. معمولاً افراد از چگونگی برطرف کردن نیازهایشان مطلع نیستند. یک پزشک خوب، از تشخیص خود به بیمار می‌گوید و راه‌های درمان را بیان می‌کند. شما هم باید راه‌های متفاوت، به مشتریان خود پیشنهاد دهید. این کار باعث می‌شود که آن‌ها به شما اعتماد کنند.

تجویز

بعد از اینکه نیاز مشتری را تشخیص دادید، نوبت آن است که محصول خود را ارائه دهید. این کار را با اعتماد به نفس و

اطمینان انجام دهید. به مشتری بگویید که چگونه می‌تواند از محصول شما به بهترین شکل استفاده کند.

مثل فروشنده‌ها نباشید

فروشنده‌گان بزرگ، خود را نه فروشنده، بلکه یک متخصص و پزشک فروش می‌بینند. در نظر مشتری، فروشنده کسی است که می‌خواهد فقط به او کالایی را بفروشد و سود خود را بگیرد. مشتری، ترس از این دارد که در خرید اشتباه کند و محصولی را بخرد که برایش مفید نیست. مشتری زمانی که احساس می‌کند شما می‌خواهید به او چیزی بفروشید، ناخودآگاه با پیشنهاد شما مخالفت می‌کند. خود را به‌عنوان یک مشاور و یک متخصص در نظر بگیرید؛ یعنی افراد متخصصی که کارشان تلفیقی از هنر، اخلاقیات، ارائه رویه‌های نتیجه‌بخش و وقف کامل خود به‌عنوان کسی است که دلسوزانه برای رفع مشکل و نیاز مشتری اقدام می‌کند و برای برطرف کردن مشکلات، او را راهنمایی می‌کند.

از حالا به بعد خود را یک مشاور معرفی کنید، مانند یک مشاور رفتار کنید، با انرژی باشید و به دیگران برای رفع مشکلاتشان کمک کنید. وقتی برای فروش، سر قرار می‌روید یا با مشتری خود تماس می‌گیرید، به این فکر کنید که شما یک مشاور سطح بالا با درآمد عالی هستید. وقتی کسی از شما بپرسد که چه می‌کنید در جوابشان بگویید که من یک مشاور هستم و برای اینکه چیزی بفروشم اینجا

نیستم.

وقتی شما خود را مشاور معرفی می‌کنید و مشتریان شما این را می‌پذیرند، فقط کافی است اطلاعات ارزشمند دهید. کاری کنید که این اطلاعات در زندگی آن‌ها تحول ایجاد کند. با این کار، شما در نظر مشتری از فروشنده بودن فاصله می‌گیرید و به یک مشاور تبدیل می‌شوید. این‌گونه به جمع ۱۰ درصد بالای فروشندگان حرفه‌ای می‌پیوندد.

وقتی مشتری، شما را مشاور و دوست خود بداند،
هرگز از شخص دیگری خرید نمی‌کند.

الگوی فروش

بیشترین موفقیتی که امروز از فروش به دست می‌آورید، به کیفیت روابطی بستگی دارد که با مشتریان خود برقرار می‌سازید. مشتریان به جزئیات کالایی که شما می‌فروشید واقف نیستند و بر اساس احساسی که از ادعای شما دارند در مورد خرید محصول تصمیم‌گیری می‌کنند. برای مشتریان امروزی رابطه حرف یک را می‌زند. این مهم‌تر از کالایی است که ارائه می‌دهید.

بر اساس تحقیقات انجام‌شده بیش از ۵۰۰۰ مشتری قبل و بعد از خرید، به یک الگوی رفتاری اشاره کرده‌اند که این الگوی فروش به صورت زیر دسته‌بندی می‌شود.

۴۰ درصد از فروش، بسته به میزان اعتماد و اطمینان

مشتری است. تا می‌توانید یک رابطه باکیفیت بالا به وجود آورید. شما به‌عنوان فروشنده حرفه‌ای باید قبل از اینکه محصول خود را ارائه دهید، به ایجاد و برقراری رابطه بین مشتری فکر کنید. این اعتماد و اطمینان می‌تواند از پرسیدن یک سؤال به وجود بیاید. شما باید سؤال بپرسید و خوب به مشتری گوش کنید.

۳۰ درصد از فروش، شناسایی نیازها به‌طور دقیق است. اینکه چطور می‌توانید کمک کنید تا مشتری زندگی بهتری داشته باشد. باید قبل از معرفی محصول نیاز مشتری را به‌خوبی بدانید و با توجه به خواسته‌ای که دارد به او محصول ارائه دهید. وقتی بفهمید که نیاز مشتری چیست، می‌توانید به سراغ مرحله بعد بروید.

۲۰ درصد از فروش، شامل معرفی محصول و جواب دادن به خواسته‌های مشتری است. به این منظور که محصول شما تا چه اندازه می‌تواند نیازها و مشکلات خریدار را برطرف کند. گفتن ویژگی‌هایی از محصول که باعث ترغیب مشتری به خریدن محصول می‌شود.

۱۰ درصد از فروش، برای گرفتن تأیید از مشتری است. از مشتری سؤال بپرسید که آیا علاقه‌ای دارد از این محصول استفاده کند؟ فشار نیاورید و فقط سؤال بپرسید که این کالا، نیاز شما را برطرف می‌کند؟ مشتری خواهد گفت که تا چه اندازه با خرید کردن از شما نیازهایش برطرف می‌شود.

کالای خود را باور داشته باشید

یکی از اسرار موفقیت در کار فروش، این است که کالایی را بفروشید که به آن علاقه دارید. فروشندگان برجسته عاشق چیزی هستند که می‌فروشند. باید از معرفی کردن و پیشنهاد محصولی که به مشتری می‌دهید لذت ببرید. در همه‌جا از محصولتان صحبت کنید، در مورد ارائه محصول، ایده‌های جدید داشته باشید، مدام به آن فکر کنید و به افراد مختلف، کالایتان را نشان دهید. برای اینکه شور و اشتیاق فروش داشته باشید، ابتدا باید به محصولتان باور داشته باشید. این باور از کجا می‌آید؟ تنها راهی که این باور برای شما ساخته می‌شود این است که خودتان از محصولی که می‌فروشید، استفاده کرده باشید. نتیجه، اثرگذاری و فواید محصولتان را ببینید؛ یا اگر خودتان نمی‌توانید از محصول استفاده کنید، حتماً بازخوردهای مشتریان زیادی را بگیرید. تا به کالایی که می‌فروشید، باور داشته باشید. همیشه رابطه مستقیمی بین میزان اعتماد و رضایت خودتان به محصول و مجاب کردن مشتری برای خرید وجود دارد. مشتری هیچ‌وقت نمی‌تواند بیشتر از خود شما کالایتان را قبول داشته باشد. اگر به کیفیت و مرغوبیت کالایی که می‌فروشید ایمان داشته باشید، مشتری این را متوجه می‌شود و با اطمینان از شما خرید می‌کند.

حقیقت را بگوئید

سبک و الگوی فروش در بازارهای امروزی، کاملاً متفاوت با سال‌های گذشته است. تنوع زیاد کالا در بازار و روش‌های نوین ارتباط با مشتری (از طریق وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی)، باعث دسترسی آسان‌تر به کالاها، داشتن اطلاعات زیاد درباره هر محصول و افزایش سطح آگاهی مردم شده است. افراد در این بازارها، با فروشندگان زیادی برخورد داشته‌اند پس کالاهای مشابه زیادی دیده‌اند، اطلاعات کافی در مورد محصولات را به دست آورده‌اند و زمانی که شما در مورد محصولاتان اغراق و بازارگرایی می‌کنید، به راحتی متوجه دروغ شما می‌شوند. هرگز ادعای کاذب نکنید! مبالغه نکنید! کالایی را به مشتری بفروشید که برای او مفید باشد و دغدغه و نیازش را برطرف کند. اگر هم توانستید، راجع به نقطه ضعف محصولاتان هم صحبت کنید. از بازخوردهای منفی که مشتریان قبلی به کالای شما داده‌اند هم صحبت کنید. با این کار به اعتبار و صداقت خود بیفزایید.

دید مثبت داشته باشید

به مشتریان خود دید مثبت داشته باشید. هرکسی می‌تواند مشتری بالقوه، برای خریدن محصول شما باشد. یکی از بزرگ‌ترین موانعی که باعث می‌شود شما با مشتریان خود ارتباط خوبی برقرار نکنید، این است که به سرعت در

ذهن خود، شروع به پیش‌داوری‌های منفی از مشتری بالقوه می‌کنید. مثلاً می‌گویید که این با این سرووضع و لباس که محصول من را نمی‌خرد. من در اوایل کار فروش خودم، از این پیش‌داوری‌ها می‌کردم! به جای اینکه از مشتری درباره نیازی که دارد سؤال کنم، برای خودم شروع به پیش‌داوری‌های منفی می‌کردم؛ در نتیجه با مشتری ارتباطی برقرار نمی‌کردم و او هم هیچ خریدی نمی‌کرد! همکاران و دوستانم که سال‌ها در کار فروشندگی بودند، همیشه ادعا می‌کردند که با یک نگاه متوجه می‌شوند این مشتری خریدار است یا نه! و این پیش‌داوری منفی و اشتباه را به حساب سال‌ها تجربه در فروش می‌گذاشتند؛ این یعنی فاجعه!

اگر شما بگویید که مشتری از شما خرید نمی‌کند، کاملاً حق با شماست. اگر هم بگویید که این مشتری از من خرید می‌کند، باز هم حق با شماست.

دید خود را مثبت کنید. در واقع این پیش‌داوری‌ها در دنیای بیرونی، وجود خارجی ندارند و همش ساخته ذهن خود شما است. وقتی پیش‌داوری می‌کنید، فروش خوبی نخواهید داشت، در نتیجه سودی نخواهید برد.

مشتری این پیش‌داوری شما را متوجه می‌شود و به پیشنهاد شما جواب منفی می‌دهد. این پیش‌داوری‌ها تحت کنترل شما است. باید آن را مهار کنید تا بر رفتار کسانی که در پیرامون شما هستند تأثیر نگذارد.

شناسایی نیازهای مشتری

چگونه پیش‌داوری نکنید؟

ذهن ما طوری طراحی شده است که در مورد تمام مسائل پیش‌داوری می‌کند. نمی‌توان اظهار کرد که شما می‌توانید ذهن خود را از قضاوت خالی کنید. همیشه آدم‌ها را در لحظه یک با قضاوت‌هایمان ارزیابی می‌کنیم. کار سختی است که بدون قضاوت مشتری، به او کالایی را بفروشیم. اولین تکنیکی که ما را از پیش‌داوری کردن دور می‌کند، تکنیک مشاهده است. به‌جای قضاوت مشتریان، فقط مشاهده کنید. مشاهده یعنی پرسیدن سؤال از مشتری و با

دقت گوش دادن به صحبت‌های او.

سؤال پرسیدن، کلید شناسایی دقیق نیازها است.

مهم‌ترین تکنیک بعد از مشاهده برای غلبه بر پیش‌داوری، این است که فقط انجامش دهید. همین‌الان شروع به تماس گرفتن با مشتری کنید؛ به ذهنتان اجازه ندهید که به سراغ پیش‌داوری برود. هر زمان که شروع به انجام دادن کار کردید، پیش‌داوری از بین می‌رود.

قبل از هر تماس تدارک ببینید

فروشنندگان حرفه‌ای قبل از هر تماس یا یک قرار ملاقات خوب، تمام زوایا را بررسی می‌کنند و به این فکر می‌کنند که چه اطلاعاتی را باید داشته باشند تا به مشتری بدهند. آن‌ها خود را برای تمام جزئیات آماده می‌کنند. برای خودتان تصویرسازی کنید؛ به سؤال‌هایی که مشتری ممکن است از شما بپرسد، فکر کنید و برایشان راه‌حل داشته باشید. هر چه بیشتر برای فروشتان تدارک بیشتری ببینید، موفق‌تر خواهید بود. فروشنندگان معمولی و کم‌درآمد به تدارک و آمادگی برای فروش، توجه نمی‌کنند. آن‌ها سعی می‌کنند در همان جلسه ملاقات با مشتری، شرایط را سبک‌سنگین کنند.

حرفه‌ای عمل کنید، خود را برای این هدف آماده کنید.
بدانید که فروشندگان سطح بالا، خود را برای هر جلسه
آماده می‌کنند.

تصویرسازی ذهنی کنید

این یک روش فوق‌العاده برای بررسی شرایط فروش است. قبل از اینکه با مشتری تماس بگیرید، یک بار اطلاعاتی را که قرار است به مشتری بگویید، با خود تمرین کنید. هدفی که برای آن به مشتری زنگ می‌زنید را بنویسید؛ بدانید که دقیقاً مشتری از شما چه انتظاراتی دارد و شما به چه هدفی می‌خواهید برسید؛ و در آخر، تماس خود را تحلیل کنید و ببینید که چه زمانی بهترین بازخورد را از مشتری گرفته‌اید.

موفقیت شما در به‌کارگیری نکات مثبت و ارتقای
این مهارت است. آیا توانسته‌اید که فروش را
قطعی کنید؟

با تغییر ذهنیت خود، فروشتان را بالا ببرید و زندگی‌تان را تغییر دهید!

قانون مطابقت می‌گوید آن چیزی که در بیرون اتفاق می‌افتد، بازتاب همان چیزی است که در درون شما است.

برای اینکه فروش بالایی داشته باشید، ابتدا باید درونتان را تغییر دهید. آنچه تاکنون گفته شد برای آن بود که تغییرات مثبت را برای خود رقم بزنید.

صرفاً با بیشتر کار کردن و استفاده از توانمندی‌هایتان درآمد بیشتری به دست نمی‌آورید. اگر می‌خواهید در آینده درآمد بیشتری داشته باشید، باید نکات و مهارت‌های جدیدی بیاموزید. از امروز تصمیم بگیرید که تغییر را شروع کنید. شما برای تغییر باید مطالعه کنید؛ روزی نیم ساعت کتاب خواندن می‌تواند زندگی شما را تغییر دهد. تغییر از کارهای ساده شروع می‌شود. ذهنتان را با یادگیری مهارت‌های جدید پرورش دهید.

هنری وارد بیچر می‌گوید ساعت اولیه روز، بسیار مناسب برای پرورش ذهن است. هر چیزی که در ساعت یک به ذهن خود می‌سپارید، مسیر آن روز زندگی شما را تغییر می‌دهد. اگر فکر مثبتی به ذهنتان دهید، در تمام مدت روز عملکرد بهتری خواهید داشت. پرانرژی‌تر و با اطمینان خاطر بیشتری کارهایتان را پیش خواهید برد.

در آمدتان را چند برابر کنید

آیا می‌خواهید درآمدتان چند برابر شود؟ این سوال را از خودتان بپرسید و یک جواب محکم و قانع‌کننده به خودتان دهید. چه کارهایی حاضرید انجام دهید تا درآمد خود را چند برابر کنید؟ آیا حاضرید صبح‌ها زودتر از خواب بلند شوید و

به سرکار خود بروید و شبها دیرتر به خانه برگردید؟ آیا حاضرید که مطالعه خود را بیشتر کنید تا مهارت‌های لازم را یاد بگیرید؟

هرروز صبح دو ساعت زودتر از خواب بیدار شوید. نیم ساعت تا یک ساعت به مطالعه بپردازید و برای ادامه روزتان برنامه‌ریزی کنید. تمام آدم‌های موفق، صبح‌ها زود از خواب بلند می‌شوند و ذهن خود را برای یک فروش خوب آماده می‌کنند.

از امروز شروع کنید روزی یک ساعت کتاب بخوانید. اگر شما روزی یک ساعت کتاب بخوانید، در هفته می‌توانید یک کتاب بخوانید؛ پس در یک ماه، ۴ کتاب و در یک سال، ۵۰ کتاب خوانده‌اید. شاید با خود بگویید که این تعداد کتاب زیاد است؛ ممکن است در تمام زندگی خود یک‌دهم این هم کتاب نخوانده باشید. ولی اگر این کار را انجام دهید یعنی روزی یک ساعت به مطالعه بپردازید، شما در طول یک سال تمام تکنیک‌های فروش را یاد گرفته‌اید. با ایده‌های تمام فروشندگان برجسته و راه‌کارهای آن‌ها برای فروش بالاتر آشنا شده‌اید. فکر می‌کنید درامدتان چقدر بالا می‌رود؟ فروشتان چگونه خواهد بود؟

فکر می‌کنید فروشندگان معمولی، چند کتاب در زندگی خود خوانده‌اند؟ اکثر آن‌ها، بدون خواندن حتی یک کتاب در زمینه فروش کار می‌کنند. آن‌ها همیشه از بازار خراب و اوضاع نابسامان اقتصادی گله و شکایت می‌کنند. اگر شما

حتی یک کتاب بیشتر از آن‌ها بخوانید و با تکنیک‌های فروش آشنا شوید، می‌توانید در سطح فروشندگان حرفه‌ای قرار بگیرید.

می‌توانید در اوقاتی که با ماشین در ترافیک (برای رفتن به سرکار) یا در مترو و تاکسی هستید، فایل‌های صوتی مهارت‌های فروش را گوش کنید و اطلاعات خود را بالا ببرید.

برنامه یادگیری ادامه‌دار در فروش داشته باشید تا
بهترین نتیجه را بگیرید.

بهترین عملکرد خودتان را ببینید

فروشندگان معمولی، همیشه دنبال اشتباهات خود می‌گردند؛ از این‌رو می‌کوشند تا در فروش بعدی‌شان بهتر عمل کنند و اشتباهات قبل را تکرار نکنند. وقتی دنبال اشتباهات خود می‌گردید، باعث می‌شود که در ذهن نیمه‌هشیار شما باقی بماند و در فروش بعدی‌تان باز هم همان اشتباه را تکرار کنید. ولی فروشندگان حرفه‌ای، به بهترین عملکردشان نگاه می‌کنند. می‌بینند که چه زمانی بهترین فروش خود را انجام داده‌اند، بهترین حرف‌ها را به مشتری خود گفته‌اند و سپس روی آن دقیق می‌شوند که چه کاری انجام دادند که فروش خوبی داشته‌اند. این کار باعث می‌شود ضمیر ناخودآگاه شما، بهترین شیوه عملکرد را داشته باشد

تا در فروش‌های بعدی هم بتوانید همان کار را انجام دهید.

به‌جای سرزنش کردن خود به خاطر اشتباهاتتان، به نکات مثبت کار خود نگاه کنید. در فروش بعدی‌تان همان کارهای مثبتی که انجام دادید و نتیجه گرفته‌اید را باز تکرار کنید.

تلقین کنید

قدرت تلقین، نقش مهمی در زندگی ما ایفا می‌کند. ما برای انجام دادن ساده‌ترین کارها هم به خودمان تلقین می‌کنیم. تلقین، قدرتی باورنکردنی دارد که می‌تواند شمارا از حرکت بازدارد یا در مسیر موفقیت، به جلو ببرد به شرط اینکه بتوانید اختیار تلقین خود را داشته باشید. محیط پیرامون شما از رسانه‌های اجتماعی، تلویزیون، افراد خانواده و دوستان شما بیشترین تأثیر را در ضمیر ناخودآگاه شما می‌گذارند. انتخاب با شما است که از کدام مسیر حرکت کنید. تلقین مثبت و داشتن هدف در زندگی، عاملی است که به شما قدرت رشد کردن را می‌دهد. آدم‌های پیرامون خود را این‌گونه انتخاب کنید تا در مسیر موفقیت قرار بگیرید.

روش ۱۰۰ تماس

فهرستی از مشتریان خود (حداقل ۱۰۰ نفر) تهیه کنید. شروع کنید با تمام آن‌ها تماس بگیرید و محصول خودتان را معرفی کنید. این نکته را به خاطر داشته باشید که

افراد هرگز محصول را نمی‌خرند، بلکه آینده را می‌خرند. با مشتریان خود از میزان بهبودی، پس از استفادهٔ محصول صحبت کنید. اگر بتوانید نتیجه را نشان دهید، می‌توانید پولش را دریافت کنید. هرروز کارتان را با تماس گرفتن شروع کنید تا به ۱۰۰ نفر برسید. اصلاً به این فکر نکنید که آیا به این افراد فروش انجام می‌دهید یا نه. هدفتان فروش نباشد؛ زمانی که شما فروشنده صرف یک محصول باشید، معمولاً محصولتان را خریداری نمی‌کنند. به‌عنوان یک مشاور، متخصص، کسی که دلسوز مشتری است و می‌خواهد فقط مشکل او را حل کند، محصولتان را معرفی کنید یا پیشنهاد بدهید.

پزشکِ فروش باشید نه صرفاً یک فروشنده!

چند تمرین هنگام فروش محصول

- ۱- مصمم باشید و تصمیم بگیرید که می‌خواهید بهترین فروش خود را رقم بزنید. با انرژی، حس خوب و با کمی تلاش بیشتر این مهم را برای خود رقم بزنید.
- ۲- از امروز شروع کنید که با ۱۰۰ مشتری خود ارتباط برقرار کنید. کالا و محصولاتان را معرفی کنید.
- ۳- دفترچه‌ای تهیه کنید و اسامی مشتریان خود را در آن بنویسید. تاریخ و زمانی که با هر یک از این ۱۰۰ نفر تماس گرفته‌اید را بنویسید. تعداد محصولاتی که از شما سفارش گرفته و خریداری کرده‌اند را به‌طور مشخص بنویسید.
- ۴- دید بلندمدت به مشتریان خود داشته باشید. عیب‌جویی مشتریان را پذیرا باشید. با رویی باز برخورد کنید. شما قرار است که تا ۲۰ سال آینده هم به آن‌ها محصول بفروشید.
- ۵- بدون استمرار و مداومت نمی‌توانید فروش بالایی داشته باشید. خودتان را مستلزم این کنید که در هر شرایطی دست از تلاش بر نخواهید داشت.

لطفاً قبل از اینکه ادامه کتاب را بخوانید، همین‌الان این کار را انجام دهید یعنی به ۱۰ نفر از مشتریان خود زنگ بزنید، محصولاتان را معرفی کنید، هر یک از تماس‌هایتان را تحلیل کنید، سپس خواندن این کتاب را ادامه دهید.

مثلث طلایی فروش

مثلث طلایی فروش

مثلث طلایی فروش، بر مبنای سه اصل بیان می‌شود: فروش رابطه‌ای، فروش مشاوره‌ای و فروش آموزشی؛ که شما همیشه فروش را طبق این سه مورد انجام می‌دهید.

فروش بر مبنای رابطه (فروش رابطه‌ای)

خودتان را در جایگاه یک دوست برای مشتری قرار دهید. این مدل فروش، به خاطر ایجاد رابطه‌ای صمیمانه که قبل از خرید بین شما و مشتری شکل گرفته است، حس اعتماد و

اطمینان را در مشتری بالا می‌برد؛ در نتیجه، ترس او را کاهش می‌دهد.

فروش مشاوره‌ای

خودتان را در جایگاه یک حلال مشکلات و مشاور قرار دهید. اغلب فروشندگان حرفه‌ای، خود را یک مشاور در نظر می‌گیرند یعنی دلسوزانه برای کمک به مشتری به او راهنمایی می‌دهند.

فروش آموزشی

خودتان را در جایگاه یک معلم و یک آموزش‌دهنده ببینید. آموزش دهید که چگونه مشتری می‌تواند بهترین استفاده را از این محصول ببرد و شرایط و آینده‌اش را بهبود دهد. بهترین نوع فروش، فروش آموزشی است. افرادی که در فروش موفق هستند در رأس این مثلث قرار دارند. جدا از اینکه شما چه محصولی را می‌فروشید، به مشتریان خود آموزش دهید که چطور می‌توانند با به‌کارگیری آموزش‌های شما، بهترین استفاده از محصول را داشته باشند.

بهترین متد ارائه

نمایش دادن محصول

به مشتری نشان دهید که این محصول چگونه کار می‌کند، به چه دردی می‌خورد و چگونه می‌توانند از آن استفاده کنند. همیشه یک نمونه از محصول خود را به مشتری نشان دهید. اگر می‌توانید، به‌صورت نمونه بدهید تا مشتری از آن

محصول استفاده کند.

صحبت کردن درباره محصول

بزرگ‌ترین اشتباه فروشندگان این است که حرف زیاد می‌زنند. فروشندگان معمولی فکر می‌کنند اگر فقط در مورد محصول خود صحبت کنند می‌توانند مشتری را برای خرید قانع کنند. آن‌ها فقط حرف می‌زنند. یادتان باشد مشتری به خاطر اینکه شما در مورد محصول خود صحبت می‌کنید از شما خرید نمی‌کند. وقتی شما زیاد حرف می‌زنید مشتری دنبال راهی می‌گردد که سریع از آن محل دور شود.

پرسیدن سوال

فقط خودتان صحبت نکنید! مشتری را هم در صحبت‌های خود درگیر کنید. از مشتری سوال بپرسید تا نیاز مشتری را پیدا کنید. سوال پرسیدن، باعث می‌شود که مشتری حس اعتماد و اطمینان بیشتری به شما پیدا کند.

کارهایی که مشتری قبل از خرید انجام می‌دهد

در ادامه به چند نکته راجع به علامت‌های رایج خرید اشاره می‌کنیم که خریدار از خود بروز می‌دهد و شما متوجه می‌شوید که به خرید کردن راغب شده است. این علائم به شما کمک می‌کند تا بدانید زمان قطعی کردن فروش رسیده است.

صمیمی صحبت کردن

مشتری ناگهان برخوردی صمیمانه با شما می‌کند. این برخورد گرم، برای این است که با شما احساس آرامش می‌کند. او فهمیده است که شما به‌عنوان مشاور، به‌طور دلسوزانه می‌خواهید برای رفع نیازش اقدام کنید. او ممکن است چند سوال بپرسد. این سؤالات ممکن است شخصی باشد. مثلاً چند وقت است که دارید این کار را انجام می‌دهید؟ وقتی مشتری وارد این فضا شد، شما با او گرم و صمیمانه رفتار کنید، به سوال‌های او پاسخ دهید و بعد فروش خود را قطعی کنید.

سریع حرف زدن

مشتری ناگهان از حالت تفکر بیرون می‌آید. درگیری ذهنی خود را رها می‌کند و حس اعتماد به محصول پیدا می‌کند. در این حالت، شروع به سریع صحبت کردن می‌کند. ممکن است از تجربیات خرید قبلی خود بگوید؛ در این لحظه، شما

به قطعی کردن فروش خود نزدیک شده‌اید. مشتری حالت شاد و مثبت پیدا می‌کند؛ آنگاه شما می‌توانید پیشنهاد فروش قطعی را بدهید.

سؤالات درباره قیمت و نحوه ارائه محصول

وقتی مشتری درباره قیمت از شما سوال کرد یا اینکه پرسید محصول را چگونه به دستش می‌رسانید؟ حال شما به قطعی کردن فروش نزدیک شده‌اید. می‌توانید با طرح سؤالی از اینکه او قصد خرید دارد، مطمئن شوید.

- تعداد کالایی را که می‌خواهد بپرسید.
- اینکه دوست دارد کالا را تا کی دریافت کند.
- اگر می‌خواهد، الآن کالا را برایش بفرستید.

پاسخگویی شفاف به مخالفت‌ها

با اعتراض‌ها و انتقادها چه کار کنیم

همیشه انتقادها را به شکل یک سؤال ببینید. فرض کنید که مشتری اطلاعات لازم را برای خرید ندارد؛ به همین خاطر ممکن است که یک واکنش طبیعی به پیشنهاد فروش شما نشان می‌دهد.

وقتی مشتری به شما می‌گوید که هزینه‌اش زیاد است، شما از او سوال بپرسید که چرا قیمتش بالاتر از حد انتظار است؟ یا مشتری می‌گوید که از عهده خریدان بر نمی‌آیم. در واقع دارد از شما می‌پرسد که چگونه می‌تواند از عهده

خریدان بریاید؟ یا مثلاً زمانی که مشتری به شما می‌گوید اجازه دهید بروم باکسی مشورت کنم، درواقع از شما می‌خواهد که اطلاعات بیشتری بدهید تا مجبور نباشد که از کسی بپرسد.

سعی کنید طوری رفتار کنید که مشتری بتواند راحت سؤال خود را بپرسد. هر چه اعتراضات بیشتری بشنوید، درفروش موفق‌تر خواهید بود. به اعتراض مشتری خوب گوش کنید، واکنشی مثبت نشان دهید و از او بابت سؤالی که پرسیده و اعتراضی که کرده است، تعریف کنید. بگویید خوشحالم که این مشکل را بازگو کرده‌اید. همه انسان‌ها از اینکه کسی از آن‌ها تعریف کند، خوششان می‌آید و احساس بهتری نسبت به خودشان پیدا می‌کنند؛ درنتیجه به شما اعتماد بیشتری می‌کنند.

هفت اعتراض رایج که باید به آن جواب بدهید

۱- عذر و بهانه

یکی از رایج‌ترین اعتراضاتی که به گوشتان می‌رسد و باید به آن‌ها جوابی درست داده شود.

به‌طور مثال: فعلاً نیازی به این محصول ندارم، مشابه این محصول را از شرکت دیگری استفاده می‌کنم، از محصولاتی که استفاده می‌کنم، راضی هستم. فعلاً نیازی به محصول جدید ندارم.

این حرف‌ها بیشتر بهانه ایست که مشتریان می‌آورند و

شما نباید خیلی این بهانه‌ها را جدی بگیرید. فروشندگان حرفه‌ای این‌گونه عمل می‌کنند که حرف مشتری را گوش می‌کنند، سپس لبخند می‌زنند و حرفشان را با تکان دادن سر، تأیید می‌کنند سپس سؤالی مطرح می‌کنند که بهترین راه مقابله با مقاومت در برابر فروش، این است که بگویید: خوب خیلی جالب است! مشتریان قبلی ما هم همین نظر شما را داشتند؛ ولی وقتی از محصولات ما استفاده کردند، به بهترین مشتریان ما تبدیل شدند.

۲- اعتراض پنهان

گاهی اوقات مشتری اعتراض خود را به زبان نمی‌آورد. شما نیاز مشتری را پیدا کرده و محصول خود را به او معرفی می‌کنید. مشتری حرف‌های شما را گوش می‌دهد، در فکر فرو می‌رود، سری تکان می‌دهد و هیچ جوابی نمی‌دهد. درحالی‌که با پیشنهاد شما مشکل دارد؛ ولی از شما نمی‌پرسد که آیا واقعاً این محصول به درد او می‌خورد یا نه؟ بهترین کار این است که اجازه دهید مشتری با شما حرف بزند و از او سؤالاتی بپرسید. هر چه فرصت این را فراهم کنید که پاسخ‌های بیشتری بدهد، آنچه او را از خرید باز می‌دارد، مطرح می‌سازد.

۳- الان موقع مناسب نیست

گاهی اوقات با بعضی از مشتریان تماس می‌گیرید که

ممکن است آن‌ها در موقعیت خوبی نباشند یا تحت فشار خانواده و اطرافیان، بی‌دلیل رفتارهای ناخوشایندی از خود نشان دهند. امکان دارد که دق‌ودلی‌شان را سر شما خالی کنند، از کالای شما انتقاد کنند یا کالای رقبایتان را ارج نهند. آن‌ها بدون اینکه دلیل مشخصی داشته باشند، می‌گویند که کیفیت کالای شما پایین است. راه برخورد با این مدل اعتراضات این است که شما باید بدانید هدف این اعتراضات نیستید. این فرد درگیر مشکلات خودش است و به شما ربطی ندارد. کار شما به‌عنوان یک فروشنده حرفه‌ای این است که آرام باشید، با انرژی مثبت رفتار کنید و اعتماد به نفس داشته باشید. همین رفتار شما باعث می‌شود که روی آن‌ها تأثیر مثبت بگذارد.

۴- گرفتن اطلاعات بیشتر

بهترین اعتراض این است که مشتری از شما درخواست اطلاعات کند. شما می‌توانید جواب این سؤال او را بدهید. مثلاً وقتی مشتری از شما درباره فواید محصول سؤال می‌کند، بهترین زمان برای فروش است. از همه مهارت‌های خود در فروش استفاده کنید و از اینکه مشتری اطلاعات خواسته است تشکر کنید.

۵- اعتراضات همیشگی

ممکن است با توجه به اینکه شما از فواید محصول خود

زیاد صحبت کرده‌اید، مشتری به شما بگوید که می‌داند این محصول خوبی است، ولی به درد او نمی‌خورد یا مشکل او را حل نمی‌کند. شما باید بتوانید جوابی قانع‌کننده‌ای برای این موضوع داشته باشید. می‌توانید از بازخوردهای مشتری‌های قبلی خود بگویید تا در این صورت بتوانید فروش بهتری داشته باشید.

۶- یک‌بار استفاده کردم راضی نبودم

گاهی مشتری می‌گوید که تمامی اطلاعاتی را که می‌خواهید به او بدهید را از قبل می‌دانسته و حتی ممکن است بگوید که از آن محصول استفاده کرده ولی راضی نبوده است. وقتی این اتفاق می‌افتد از خود ملایمت نشان دهید و به او بگویید که از علم و اطلاعاتش تحت تأثیر قرار گرفته‌اید. بگذارید حرفش را کامل بزند؛ شما با صبر و حوصله به حرف‌هایش گوش کنید. احتمال اینکه این افراد از شما خرید کنند زیاد است.

۷- آخرین اعتراض

شما به مشتری محصولتان را معرفی کرده‌اید و همه اطلاعات لازم را داده‌اید. به مشتری گفته‌اید که کالای شما تا چه اندازه می‌تواند مشکلش را حل کند. ممکن است دوباره مشتری در لحظه خرید از شما بپرسد که واقعاً این محصول به درد او می‌خورد؟ آیا خرید درستی انجام داده است؟

به صحبت‌های مشتری خود گوش کنید. مشتری را مطمئن کنید که انتخاب درستی کرده است و تمام کسانی که از آن کالا استفاده کرده‌اند راضی هستند. در آخر همه این اعتراضات و پاسخ دادن به آن‌ها، شما می‌توانید با پرسیدن چند سؤال فروش را قطعی کنید.

- کدام یک از این دو کالا را ترجیح می‌دهید؟

- اگر پول نقد ندارید می‌توانید به حسابم واریز کنید.

- تا آخر وقت می‌خواهم از شرکت سفارش بگیرم، اگر شما هم می‌خواهید، برای شما هم سفارش محصول را بدهم.

چرا مشتریان خرید نمی‌کنند

ترس از شکست، عامل خرید نکردن افراد است. آن‌ها می‌ترسند که در انتخاب خود اشتباه کنند، جنس نامرغوبی را بخرند یا چیزی را بخرند که بدرشان نخورد. هر خریداری تجربه خرید اشتباه را داشته و بعد از خرید پشیمان شده که چرا این کالا را خریداری کرده است. ممکن است این افراد بعد از خرید، خدمات پس از فروش خوبی نگرفته باشند. این عوامل باعث به وجود آمدن ترس در مشتری و در نتیجه به خرید نکردن آن‌ها منجر می‌شود.

جنس فروخته شده پس گرفته نمی‌شود

یکی از اشتباهاتی است که فروشندگان انجام می‌دهند. با این کار، ترس از خرید کردن مشتری را بیشتر می‌کنند. اگر

می‌خواهید حرفه‌ای کار کنید، باید محصول باکیفیت و خوبی داشته باشید. به مشتری این اطمینان را بدهید که می‌تواند در صورت نارضایتی، محصول را پس دهد. کاری که اغلب شرکت‌های بزرگ که به کیفیت و خدمات خود مطمئن هستند انجام می‌دهند. تضمین دادن باعث می‌شود که ترس از خرید کردن کم شود و مشتری راحت‌تر محصول شما را بخرد. تصمیم‌گیری برای مشتری، سخت است. گاهی اوقات شما باید به جای مشتری تصمیم بگیرید و او را از کالایی که می‌خرد مطمئن کنید. این جمله را احتمالاً از مشتریان، زیاد شنیده‌اید که می‌گویند اجازه دهید بروم با شخص دیگری مشورت کنم. این ترس‌ها باعث می‌شود که آن‌ها به دنبال تأیید از دیگران بروند. این افراد قدرت تصمیم‌گیری ندارند و از خرید کردن می‌ترسند.

راحتی در خرید

مشتریان دوست دارند که در حاشیه امن خود قرار بگیرند. وقتی شما یک محصول جدید به آن‌ها معرفی می‌کنید، ساده‌ترین راه را انتخاب می‌کنند و از همان محصول قدیمی خود استفاده می‌کنند. شما به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای باید نقطه امنی برای مشتری‌تان پیدا کنید. از ویژگی‌های محصولتان و برتری داشتنان نسبت به کالاهای دیگر بگویید تا راغب شوند که از شما خرید کنند. شاید مجبور باشید چندین مرتبه با مشتریان خود تماس بگیرید و این ویژگی‌ها

را بیان کنید تا نتیجه‌ای که می‌خواهید اتفاق بیافتد.

همیشه حق با مشتری است

احتمالاً این جمله را زیاد شنیده‌اید ولی چقدر به آن عمل می‌کنید و حق را به مشتری می‌دهید؟
فروشنندگان معمولی تا زمانی حق را به مشتری می‌دهند که همه چیز سر جای خودش اتفاق بیافتد. به محض اینکه مشتری شروع به انتقاد کردن از محصول می‌کند و به قیمت و ویژگی‌های محصول اعتراض می‌کند، دیگر حق را به مشتری نمی‌دهند.

هرگز نباید به مشتری بگویید که اشتباه کرده است؛ با او بحث نکنید. فروش کردن رقابتی نیست که شما بخواهید در آن پیروز شوید. اگر شروع به توجیه کردن کنید، مشتری و اعتراضش را نادیده بگیرید، شما بازنده بازی هستید. شما نباید کسی را برخلاف اراده‌اش متقاعد کنید؛ چون بازهم عقاید قبلی خود را دارد. اگر بخواهید با مشتری بحث و جدل کنید و مشتری را تحت فشار قرار دهید، شاید به نشانه تأیید سری تکان دهد ولی هرگز از شما خرید نمی‌کند. به جای بحث با مشتری راهی را پیدا کنید که دغدغه مشتری را حل کند.

نظراتان را نزد خود نگه‌دارید

هیچ موقع نظرات شخصی خود را به مشتریان نگویید. مشتری، با خود می‌گوید که این فروشنده است، دارد تبلیغ

جنس خودش را می‌کند و برای اینکه فروش انجام دهد از محصولش تعریف می‌کند. یکی از کارهایی که باعث می‌شود مشتری به شما و کالایتان اعتماد داشته باشد این است که بازخوردهای مشتریانی که قبلاً از این محصول استفاده کرده‌اند را نقل‌قول کنید.

از مشتری‌های دیگر نقل‌قول کنید

یکی از کارهایی که تأثیر زیادی بر مشتری دارد، تعریف کردن صادقانه از بازخورد مشتریانی است که از این محصول استفاده کرده‌اند و نتایج خوبی گرفته‌اند. این‌گونه، مشتری کالای شما را بیشتر باور می‌کند و از شما خرید می‌کند.

همیشه تعریف کنید

برای بالا بردن ارزش محصولاتان، هرگز شرکت‌های دیگر را تخریب نکنید. از جملات منفی برای کالاها دیگر استفاده نکنید. این کار باعث می‌شود مشتری از شما خرید نکند. شما می‌توانید بگویید که برندهای دیگر هم خوب هستند؛ این حرف قدرت شما را در فروش بیشتر می‌کند و در ادامه، فقط از کالای خودتان تعریف کنید. این حس مثبت شما باعث می‌شود که مشتری، با اعتماد بیشتری به شما نزدیک شود.

اقتدار طلبی نکنید

بعضی فروشندگان فکر می‌کنند اگر محصول خود را بی‌عیب و نقص قلمداد کنند و در تعریف‌های خود اغراق کنند که این کالا معجزه می‌کند، می‌توانند فروش بیشتری انجام دهند. در صورتی که اصلاً این‌طور نیست. این کار فقط باعث می‌شود که مشتری توقع زیادی از محصول شما داشته باشد.

در فروش محصول خود نگویند که این محصول صد در صد جواب می‌دهد. قول‌هایی ندهید که بعداً نتوانید به آن عمل کنید. قرار نیست با خرید این محصول معجزه‌ای رخ دهد.

قطعی کردن فروش

به مشتری فشار نیاورید

برای اینکه فروشتان را نهایی کنید، باید این نکات را در نظر بگیرید.

- مشتری باید محصول شما را بشناسد و کالای شما را بخواند.

- نیاز مشتری باید شناسایی شده و به محصول احتیاج داشته باشد.

- مشتری باید بتواند از عهده پرداختان برآید.

- مشتری باید حس خوب شما را به محصول ببیند و به شما اطمینان داشته باشد.

بدون در نظر گرفتن این چهار نکته، اگر شما بخواهید که فروشتان را قطعی کنید، موفق نخواهید شد.

ترس از فروش

ترس برای تمام افرادی که کار فروش انجام می‌دهند، وجود دارد. هراس و تردید، همیشه بزرگ‌ترین مانع برای فروش هستند. ترس از شکست خوردن و یا ترس از نه شنیدن، همگی باعث عقب افتادن شما در فروش می‌شود. این ترس‌ها، مانع از آن می‌شود که کاری انجام دهید.

ترس از شکست تنها چیزی است که باعث می‌شود
شما به خودتان بگویید که من نمی‌توانم!

وقتی برای اولین بار می‌خواستم کار فروش انجام دهم، ترس از اینکه مشتری جواب نه به پیشنهاد من بدهد، باعث می‌شد که نتوانم با هیچ‌کس تماس بگیرم. همیشه بهانه‌هایی برای انجام ندادن کارهایم داشتم. ارتباط برقرار کردن با آدم‌ها در یک فروش برایم سخت بود. نمی‌دانستم از کجا باید شروع کنم. چگونه محصولم را ارائه دهم. همیشه قبل از اینکه با مشتریان تماس بگیرم، در ذهن خود آن‌ها را پیش‌داوری و قضاوت می‌کردم. دنبال بهانه‌ای می‌گشتم که به مشتری زنگ نزنم. نمی‌خواستم پیشنهادی که می‌دهم رد بشود یا نه بشنوم. می‌گفتم الان وقت مناسبی برای زنگ زدن نیست، چند ساعت دیگر زنگ می‌زنم. اصلاً بعد از تایم کاری زنگ می‌زنم. مشتری سرش خلوت تراست و بهتر می‌تواند جواب دهد. این بهانه‌ها همین‌طور ادامه پیدا می‌کرد

تا اینکه بعد از ساعت کاری می‌گفتم احتمالاً مشتری در مسیر برگشت به خانه، پشت فرمان ماشین است. در ترافیک است، حوصله جواب دادن ندارد تا شب به مشتری زنگ نمی‌زدم و این کار را به فردا موکول می‌کردم. همه این فکرها و پیش‌داوری‌ها باعث می‌شد که تماس نگیرم و هیچ فروشی انجام ندهم.

تفاوت یک فروشنده حرفه‌ای و معمولی در مقابله کردن با این ترس‌هاست. شاید تنها دقایقی شجاع بودن، شما را به موفقیت‌های بسیاری برساند. می‌خواهم به شما تکنیکی را آموزش دهم که هرگاه در این موقعیت‌ها قرار گرفتید، بتوانید حرفه‌ای عمل کنید.

برای از بین بردن این موانع، کافی است که به خود بارها و بارها تلقین کنید که می‌توانید موفق شوید. این کار باعث می‌شود شما در ذهن خود اعتماد به نفس پیدا کنید و برای روبرو شدن با مشتری آماده شوید. باید به مقداری جمله من می‌توانم را تکرار کنید و سپس خود را در شرایط فروش قرار دهید تا ترس شما از بین برود.

.....

اگر کاری را که از آن می‌ترسید انجام ندهید ترس،
زندگی شما را در اختیار می‌گیرد.

رد شدن به معنای رد شدن شخص شما نیست

به این نکته توجه داشته باشید که رد شدن پیشنهاد شما توسط مشتری، به معنای رد کردن شخص شما نیست. گاهی ما این رد شدن را به خودمان می‌گیریم و احساس می‌کنیم که احتمالاً محصول را خوب ارائه ندادیم. وقتی مشتری می‌گوید نه ممنون، من از محصول دیگری استفاده می‌کنم یا به این محصول پیشنهادی شما احتیاجی ندارم، فقط به پیشنهاد تجاری شما جواب منفی می‌دهد. شاید مشتری اصلاً شما یا محصولتان را به‌خوبی نمی‌شناسد و این رد کردن اشاره‌ای به توانمندی‌های شما ندارد. ممکن است از فواید آن آگاه نباشد و نداند که آیا محصول برای او مفید است یا نه.

ناکام ماندن در نهایت، یک باز خورد است

ترس از شکست باعث می‌شود که فروشنده برای رسیدن به موفقیت، تلاشی نکند. برای اینکه از دیگران نه نشنود و پیشنهادی که می‌دهد رد نشود، اصلاً تلاشی برای مشاوره دادن به مشتری نمی‌کند. خیلی وقت‌ها از اینکه برای یک مشتری وقت بگذارید، نیاز مشتری را پیدا کنید، محصولتان را ارائه دهید و در آخر مشتری با نخریدن وقت شمارا تلف کند، می‌هراسید. درست است که شما انرژی خود را صرف کردید و مشتری از شما خرید نکرده است ولی بدانید که

شما یک بازخورد مثبت گرفته‌اید. این بازخوردها می‌تواند در فروش شما بسیار تأثیرگذار باشند. به تلاش خود ادامه دهید!

ترس از شکست خوردن و ترس از رد شدن، دلیل اصلی برای تلاش نکردن است. اگر بر این دو ترس غلبه کنید، می‌توانید در فروش خود به حداکثر نتایج مثبت برسید.

نه بشنوید

به این نکته توجه کنید که شکستی در کار نیست. تمام انسان‌هایی که امروزه به‌عنوان افراد موفق می‌شناسید، روزی که در مسیر موفقیت حرکت کرده‌اند، صدها و هزاران نه شنیده‌اند. هر نه برای شما یک پیروزی است. چراکه شما بانه شنیدن، تبدیل به یک فروشنده بسیار توانا و مجرب خواهید شد.

این نکته را بدانید که قبول نکردن پیشنهاد شما از سوی مشتری، فقط یک بازخورد و یک نظر است. بعضی از مشتریان از شما می‌خرند و بعضی‌ها نمی‌خرند، خب که چی؟

بر ترس‌هایتان غلبه کنید

تنها راه مقابله با این مدل ترس‌ها، این است که از هر چیزی که می‌ترسید، دقیقاً همان کار را انجام دهید. باید خودتان را در شرایطی که می‌ترسید قرار دهید تا بر ترس‌هایتان فارغ آیید.

اگر از زنگ زدن به مشتریان می‌ترسید، شروع کنید به تعداد بیشتری از آدم‌ها زنگ بزنید. مطمئناً بعد از چند تماس، دیگر از اینکه با افراد تماس بگیرید و محصولاتان را ارائه دهید، ترسی ندارید، می‌توانید به مشتری‌های زیادی زنگ بزنید و فروش بسیار بالایی داشته باشید. به این فکر نکنید که آن‌ها از شما خرید می‌کنند یا به پیشنهاد شما نظر مثبتی دارند یا نه. شما با این کار برای همیشه ترس‌هایتان را کنار می‌گذارید.

این‌گونه به‌جایی می‌رسید که دیگر ترسی ندارید
و به شجاعتی می‌رسید که خواهان آن هستید.

چگونه فروستان را قطعی کنید

قطعی کردن فروش، اغلب سخت‌ترین بخش ارائه محصول به‌منظور فروش به مشتری است.

این بخش از فروش است که فروشندگان، آن را دوست ندارند؛ زیرا فکر می‌کنند که با قطعی کردن فروش، به مشتری خود فشار می‌آورند و مشتری را از دست می‌دهند. مشتری هم از اینکه مجبور می‌شود تصمیمی برای خرید بگیرد، خوشحال نیست. شما به‌عنوان فروشنده، باید برنامه‌ای برای قطعی کردن فروش خود داشته باشید تا فروش را تمام کنید.

شما رابطه‌ای مؤثر برقرار کرده‌اید، نیازهای مشتری را پیدا کرده‌اید، به خواسته‌ها و دغدغه‌های مشتری گوش داده‌اید و محصول را ارائه کرده‌اید. حالا زمان آن است که فروش را انجام دهید و از مشتری بخواهید که سفارش خرید بدهد.

نهایی کردن فروش، یکی از مهارت‌هایی است که باید یاد بگیریم تا بتوانیم فروش خوبی داشته باشیم. همیشه خیلی از مشاوره‌هایی که می‌دادم، به فروش نمی‌رسید. بارها و بارها خودم را تحلیل می‌کردم که ببینم چرا همیشه در آخر کار، مشتری از من خرید نمی‌کند. همیشه محصولی که می‌فروختم کیفیت بالایی داشت و اطلاعات مناسبی هم درباره محصول به مشتری می‌دادم. ولی در آخر مشتری می‌گفت اجازه دهید فکرها را بکنم، ممنون از اینکه این

محصول را به من پیشنهاد داده‌اید. یا اینکه می‌گفت فعلاً نیازی بهش ندارم. بااینکه می‌دانستم مشتری من به این محصول نیاز دارد و مشککش حل می‌شود ولی من مهارت قطعی کردن فروش را بلد نبودم. به همین خاطر در بیشتر تماس‌هایم هیچ فروشی انجام نمی‌شد و به خودم می‌گفتم همه که نباید از من خرید کنند؛ دران زمان، به سراغ مشتری بعدی می‌رفتم تا بالاخره کسی از من خرید کند.

پنج شرط مهم برای نهایی کردن فروش

۱- پرانرژی و بانگیزه به سراغ مشتری بروید و دید مثبت داشته باشید. هر فردی می‌تواند یکی از بهترین مشتریان شما باشد. این میل باطنی شما برای ارائه محصول و مشاوره دادن، باعث می‌شود که فروش را قطعی کنید و در کار خود موفق شوید.

۲- خواسته مشتری باید مشخص باشد. با پرسیدن سؤال از مشتری بدانید که مشتری دقیقاً از شما چه می‌خواهد. بعد از فهمیدن این موضوع به سراغ ارائه محصول بروید. محصول شما باید نیاز مشتری را برطرف کند. مشتری باید این اطمینان را به محصول شما پیدا کند و مطمئن شود که مشککش حل خواهد شد.

۳- مشتری دقیقاً باید بداند که محصول شما چه تأثیری برای او دارد و دقیقاً به چه دردش می‌خورد. خیلی وقت‌ها ما از ویژگی محصول و فواید آن می‌گوییم، در صورتی که

مشتری بارها و بارها از فروشندگان دیگر این موارد را شنیده و احتمالاً تجربه استفاده از آن را داشته است. وقتی شما فقط از ویژگی‌ها و فواید آن برای مشتری می‌گویید، در ذهن مشتری این‌گونه برداشت می‌شود که همه در مورد محصولشان این‌گونه تعریف می‌کنند و این هم مثل بقیه مشکل من را حل نخواهد کرد. شما باید از اتفاقاتی که پس از استفاده از این محصول برایش رخ می‌دهد و نتیجه‌ای که می‌گیرد، صحبت کنید تا میل به خرید کردن را در مشتری بالا ببرید.

۴- بین شما و مشتری باید ارتباط مؤثری برقرار شود. مشتری نیاز دارد که به شما اعتماد کند تا بتواند از شما خرید کند. با پرسیدن سؤال و گوش کردن به جواب مشتری، می‌توانید این حس اطمینان و اعتماد را قوی‌تر کنید. مثل یک مشاور عمل کنید. از مشتری بپرسید چه نیازی دارد و دوست دارد این مشکلش چگونه حل شود. آیا اگر شما راه‌حلی برای این موضوع داشته باشید، او حاضر است که انجامش دهد؟

۵- مشتری باید توان پرداخت پول را برای خرید داشته باشد. ممکن است مشتری میل به پرداخت پول نداشته باشد. این موضوع با نداشتن توان پرداخت متفاوت است. باید این را در نظر داشته باشید.

اگر تمام این پنج شرط برای مشتری امکان‌پذیر باشد، شما می‌توانید در راستای نهایی کردن قدم بردارید و فروش

را قطعی کنید. وگرنه قطعی کردن فروش بی‌فایده است و مشتری از شما خرید نخواهد کرد.

بعد از نهایی کردن فروش سکوت کنید

یکی از مهم‌ترین تکنیک‌های نهایی کردن فروش، سکوت بعد از درخواست خرید و اعلام قیمت است. زمانی که شما فروش خود را نهایی کردید، باید حرفه‌ای عمل کنید. تنها فشاری که می‌توانید به مشتری بیاورید، فشار سکوتی است که بعد از تقاضای خرید ایجاد می‌کنید. به این نکته توجه کنید که نباید هیچ حرفی زده شود. باید سکوت کنید تا مشتری از شما خرید کند. نباید دوباره سراغ محصول بروید و توضیحات اضافی بدهید. هرکسی که صحبت کند، بازنده بازی است.

فشار سکوت مؤثرترین ابزاری است که می‌توانید بعد از درخواست خرید انجام دهید. فقط سکوت کنید و منتظر بمانید تا مشتری خرید خود را انجام دهد.

فروش خود را به سرعت نهایی نکنید

احتمالاً این تجربه برای شما هم اتفاق افتاده است که برای خرید به یک فروشگاه لباس رفته‌اید و مدل‌های مختلف را نگاه می‌کنید. زمانی که به یک لباس نزدیک می‌شوید، ناگهان فروشنده به شما می‌گوید سلیقه خوبی دارید، این پرفروش‌ترین کار ما است و همه آن را انتخاب می‌کنند. چه حسی در آن لحظه دارید؟ می‌خواهید زود از آنجا دور شوید. واقعیت این است که تا مشتری اطلاعات لازم از محصول را نداشته باشد و نداند که این محصول برایش سودمند است یا نه شما نمی‌توانید آن را ترغیب به خرید کنید.

چرا قطعی کردن فروش دشوار است

مهم‌ترین ترس هر فروشنده، پذیرفته نشدن پیشنهادش است. ما معمولاً دوست نداریم که کسی به ما نه بگوید. این ترس در ما از کودکی نهادینه شده است. چون همیشه دنبال تأیید از دیگران بوده‌ایم. در کودکی دنبال تأیید از پدر و مادرمان بوده‌ایم و همچنان دوست داریم کارهایی را انجام دهیم که دیگران ما را تأیید کنند. معمولاً به کسی چیزی نمی‌گوییم و درخواستی نداریم تا زمانی که مطمئن شویم جواب مثبتی به ما خواهند داد. اینکه دیگران ما را رد کنند و جواب نه بدهند، ما را می‌ترساند و دچار استرس می‌کند به همین خاطر از قطعی کردن فروش اجتناب می‌کنیم.

نهایی کردن فروش

فرض کنید که شما کلیه محصولات را توضیح داده‌اید، مشتری هم از فواید محصول باخبر است و می‌داند که این محصول چقدر برایش مفید است. با کمی مکث می‌گویید که نمی‌داند این کالا را بخرد یا نه؟ در این زمان به خریدار بگویید که به نظر می‌رسد سؤالی ذهن شما را درگیر کرده است. آیا از قیمت کالا ناراضی هستید؟ بگذارید تا به شما دلیل اصلی خرید نکردن را توضیح دهد. معمولاً مشتریان پاسخ درستی نمی‌دهند چون می‌دانند که شما می‌خواهید مشکلات آن‌ها را حل کنید و دیگر بهانه‌ای ندارند که از شما خرید نکنند. سعی کنید ریشه‌یابی کنید و دلیل تردید مشتری را برای خرید متوجه شوید. شما باید به اندازه‌ای سؤال کنید که مشتری بگوید، نه دیگر مشکلی نیست این آخرین دلیل بود.

وقتی مشکل اصلی خرید نکردن را متوجه شدید از مشتری بپرسید که اگر این مشکل برطرف شود، آیا مایل به خرید کردن هست؟ منتظر بمانید تا پاسخ دهد. اگر گفت بله این محصول مشکل من را حل می‌کند و من می‌توانم تصمیم خود را بگیرم، شما از مشتری بپرسید که دوست دارد چگونه مشککش حل شود. بار دیگر سکوت کنید تا شرایط نهایی کردن فروش را اعلام کند. برای نهایی کردن فروش، شما باید به سؤالش پاسخ مناسب دهید.

درباره قیمت چه کار کنیم

یکی از مشکلات فروش، سر قیمت محصولات است. تمامی کسانی که می‌خواهند خرید کنند، خریدی می‌خواهند انجام دهند که بالاترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت را داشته باشد. در اینجا چند نکته راجع به قیمت را بررسی می‌کنیم.

تمایل داشتن و توانمندی در خرید

تمایل داشتن برای پرداخت قیمت، باینکه توانمندی پرداخت را داشته باشید متفاوت است. هیچ مشتری تمایل ندارد قیمتی را که شما پیشنهاد می‌دهید، پرداخت کند. ولی توانمندی در پرداخت، موضوع متفاوتی است. معمولاً مشتریان اگر به یک کالا نیاز داشته باشند، هر جور شده پولان را پرداخت می‌کنند.

شما به‌عنوان فروشنده باید میل خرید کردن را در مشتری زنده کنید. وقتی مشتری از شما درباره قیمت می‌پرسد، هنوز نمی‌داند که محصول شما تا چه حد می‌تواند در رفع نیاز، به او کمک کند. بهترین شیوه این است که قبل از گفتن قیمت، از فواید محصول و ارزش کالا با مشتری صحبت کنید تا بپذیرد این پولی که قرار است پرداخت کند، به سودش است یا نه. زمانی که مشتری از کیفیت کالا مطمئن شد، قیمت محصول، دیگر مطرح نیست.

پرسیدن زود هنگام قیمت

حتماً شما هم با این گونه از مشتریان برخورد داشته‌اید که قبل از دریافت اطلاعات از محصول، قیمت کالا را می‌پرسند. در اکثر مواقع حتی قبل از اینکه بدانند شما چه کالایی را به فروش می‌رسانید، شروع به سؤال پرسیدن از قیمت می‌کند. کسی که از فواید محصول نمی‌داند، زمانی که شما قیمت را بیان می‌کنید مطمئن باشید که بهانه بالا بودن قیمت را می‌آورد و از شما خرید نمی‌کند.

از دست دادن فروش

وقتی مشتری از شما درخواست می‌کند که قیمت را بگویید تا ببیند که آن کالا را می‌خواهد یا نه به سرعت دنبال بهانه می‌گردد. اگر به سؤال مشتری پاسخ بدهید فروش را از دست داده‌اید.

چگونه در یک کار قیمت ندهیم

سعی کنید که از گفتن قیمت زود هنگام دوری کنید. در این بخش می‌توانید به مشتری بگویید که اگر محصول من مورد پسند شما نبود هیچ پولی برایشان پرداخت نکنید. از مشتری بپرسید اگر کالا مناسب شما نباشد شما آن را می‌خرید؟ قطعاً نه! هیچ پولی هم برایشان پرداخت نمی‌کنید. اگر ندانید که این محصول به چه درد شما می‌خورد و

آن را بخرید، ضرر می‌کنید. پس اجازه دهید یک به شما بگوییم که این محصول تا چه اندازه می‌تواند برای شما مفید باشد.

سر قیمت با مشتری بحث نکنید

اگر مشتری به شما می‌گوید قیمت کالا بالاست، قطعاً اطلاعات لازم نسبت به محصول را ندارد. هیچ‌وقت به مشتری نگویید که اشتباه می‌کند و قیمت محصول بالا نیست. برعکس، حرفش را بپذیرید و بگویید قبول داریم قیمت بالاست ولی محصول ما این مزیت‌ها را نسبت به کالاهای دیگر دارد. کیفیت و کارایی محصول نسبت به قیمتش بیشر است. شما با خریدان قطعاً سود خواهید کرد.

از اینکه قیمت محصولاتان بالاست نترسید

اگر کسی به شما می‌گوید که قیمت محصولات خیلی بالاست با اعتماد به نفس بگویید درست است. ما نسبت به رقیب‌ها، قیمت بالاتری داریم. باین حال ما از هر زمان دیگری بیشتر فروش می‌کنیم. این‌گونه اغلب مشتریان به شما جواب مثبت می‌دهند.

قطعی کردن نهایی با پشتیبانی

به مشتری این اطمینان را دهید که شما فقط برای یکبار فروش، به او محصولی را نمی‌دهید. مشتری باید این حس را از شما بگیرد که بعد از خرید کردن، از حمایت و پشتیبانی پس از فروش برخوردار می‌شود. به مشتری بگویید که بعد از استفاده، نتیجه و میزان رضایت را از محصول جویا خواهید شد؛ و هر سؤالی از محصول و چگونگی طریقه مصرف داشته باشد، می‌تواند از شما بپرسد.

مقایسه قیمت داشته باشید

خیلی از اوقات مشتری به شما می‌گوید که قیمت محصول بالاست. شما باید این سؤال را بپرسید، نسبت به چی بالاست؟ شاید خودش هم نمی‌داند که محصول شمارا، با چه محصولی مقایسه می‌کند. شما به‌عنوان فروشنده حرفه‌ای، باید کالاهای رقیب را بشناسید و این اطلاعات را به مشتری بدهید که مثلاً فلان کالا هم گران‌تر است و هم کیفیت پایین‌تری دارد.

می‌توانید قیمت محصول را با یک کالای مصرفی روزانه مقایسه کنید. مثلاً بگویید هم‌اندازه یک‌شب شام خوردن در رستوران، می‌توانید از محصولی تا چند ماه استفاده کنید.

حجم استفاده از محصول در مقابل قیمت

می‌توانید از حجم استفاده محصول نسبت به قیمت آن، حساسیت مشتری را به قیمت کاهش دهید. وقتی مشتری به شما می‌گوید که کالای شما گران است، می‌توانید بگویید که بله گران است ولی نسبت به مقدار بیشتری که به کالاهای دیگر دارد، به صرفه است. شما در طی چند ماه می‌توانید از این محصول استفاده کنید.

همیشه یکراهی برای معامله کردن وجود دارد

با چند پرسش از مشتری می‌توانید ارزش کالا را نسبت به قیمت، پررنگ کنید.

- از مشتری بپرسید که آیا تا به حال کالای باکیفیت، اما ارزان خریده است؟
- آیا غیر از این است که هرچقدر پول بدهید به همان اندازه کالا دریافت می‌کنید؟
- اگر خواهان کالای مرغوب هستید باید به همان اندازه هم پول پرداخت کنید.

چیزی را که شما می‌گویید باور نمی‌کند

این را بدانید که جدیت شما در گفته‌هایتان، چیزی را ثابت نمی‌کند. اگر بگویید که قیمت شما مناسب است ولی دلیلی برایش نداشته باشید، مشتری حرف‌هایتان را باور

نمی‌کند. اگر از کالایان تعریف کنید، مشتری می‌گوید که او تبلیغ کار خود را می‌کند تا بفروشد. زمانی که از فواید محصول می‌گویید، به این فکر می‌کند که دارید اغراق می‌کنید. به جای گفتن اینکه این کالا قیمت مناسبی دارد، بگویید این کالا در بازار رقابتی قیمت‌گذاری شده است و آنالیز قیمت کنید تا مشتری حرف شمارا بپذیرد.

به‌جای تعریف از کالا، بازخوردهایی را که از مشتریان قبل گرفته‌اید بگویید تا حرف شمارا باور کنند.

قطعی کردن به روش پس گرفتن

وقتی مشتری تمام اطلاعات را از محصول دارد و توضیحات شما درباره فواید محصول، به‌طور کامل شرح داده‌شده ولی هنوز تصمیم به خرید کردن نگرفته است. به او بگویید که یک دقیقه صبر کند تا ببینید که داخل انبار از این کالا موجود است. اگر مشتری با شما موافق بود، بی‌آنکه متوجه شود با خرید کردن موافقت کرده است.

گاه اشخاص نمی‌دانند که خواهان یک کالا هستند یا نه. زمانی که شما به آن‌ها می‌گویید این کالا یکی از بهترین محصولات شرکت و جزء پرفروش‌ترین‌ها است؛ ولی ممکن است در حال حاضر موجود نباشد و برای خرید آن باید منتظر بمانید تا شارژ شود. وقتی مشتری ببیند که شاید نتواند آن

محصول را به دست آورد، به این نتیجه می‌رسد که باید خرید کند.

توجه داشته باشید که ویژگی‌های محصول، علاقه مشتری را نسبت به کالا بالا می‌برد ولی ویژگی که باعث خرید کردن مشتری می‌شود، اشاره به فوایدی است که برای مشتری معنی داشته باشد.

قطعی کردن فروش از دست رفته

زمانی که شما تمام اطلاعات کالا را در اختیار مشتری گذاشته‌اید و او بدون اینکه اعتراض خود را بیان کند، می‌خواهد خیلی سریع آنجا را ترک کند تا از فشار خرید کردن دور شود. در این لحظه، از مشتری تشکر کنید و بگویید ممنون از اینکه وقت گذاشتید. شاید بعداً بتوانیم بیشتر باهم صحبت کنیم. به مشتری اجازه دهید که از فشار خرید بیرون بیاید تا خیالش راحت شود که شما قرار نیست چیزی به او بفروشید. فقط قبل از رفتن، این سؤال را بپرسید که چه چیزی باعث شد که از شما خرید نکند؟

می‌بینید که مشتری شروع به اعتراض کردن می‌کند. مثلاً می‌گوید قانع نشده است که آیا این محصول قیمت مناسبی دارد یا برایش مفید است؟ آنگاه شما باید جواب مناسبی برای آخرین اعتراض او داشته باشید. بار دیگر به او پیشنهاد فروش بدهید؛ با این تفاوت که حالا دیگر مقاومتی

برای خرید کردن وجود ندارد. فروشندگان حرفه‌ای، به جای فکر کردن و تمرکز به درآمد ماهانه خود یا اینکه چقدر در طول یک سال و یک ماه به دست می‌آورند، به فروش ساعتی خود می‌اندیشند. شما برای اینکه یک فروشنده حرفه‌ای باشید، باید حساب کنید که در یک ماه چند ساعت کار می‌کنید و چقدر درآمد از فروش دارید. این درآمد را بر ساعت کاری خود تقسیم کنید تا ببینید ساعتی چقدر فروش انجام می‌دهید.

شما در روز، ۴ ساعت کار می‌کنید که در ماه می‌شود ۱۲۰ ساعت، از این ۱۲۰ ساعت یک میلیون تومان حاصل می‌شود که ساعت کارکرد شما برابر ۸۰۰۰ تومان است.

باید این نرخ ساعتی خود را افزایش دهید تا درآمد قابل توجه داشته باشید. با انجام سه فعالیت می‌توانید فروش ساعتی خود را تا ۹۰ درصد افزایش دهید. شما بدون توجه به اینکه چه محصولی را عرضه می‌کنید، با این سه فعالیت می‌توانید درآمد ساعتی خود را به حالت مطلوب برسانید. تماس با مشتری، ارائه محصول و قطعی کردن فروش. شما وقتی این سه کار را انجام دهید، می‌توانید بگویید که در مسیر فروش موفق قرار گرفته‌اید و فعالیت درست را انجام می‌دهید.

درآمد خود را دو برابر کنید

زمانی که یک فروشنده در طول روز برای مشتری صرف می‌کند، ۹۰ دقیقه است. برای اینکه ببینید در طول روز چقدر فعالیت می‌کنید، این زمان‌ها را در نظر بگیرید. زمانی که شما در مسیر محل کار خود به خانه یا در حال تدارک کالا برای مشتری هستید، این‌ها جزء کارهای اصلی شما نیستند. با انجام این کارها هیچ پولی به دست نمی‌آورید؛ فقط زمانی که شما با مشتری خود تماس می‌گیرید، محصولاتان را ارائه می‌دهید و فروش را قطعی می‌کنید، کاری انجام می‌دهید که پول درمی‌آورد.

برای دو برابر کردن درآمد خود باید از کارهایی که به شما پولی نمی‌دهد دست بکشید و شروع به مشتری‌یابی، ارائه محصول و قطعی کردن فروش کنید.

مدیریت زمان داشته باشید

تلف کردن وقت، فرصت پیشرفت را از ما می‌گیرد. آدم‌های موفق، به بهترین شکل از وقت خود استفاده می‌کنند؛ اما افرادی که در کارشان موفق نیستند، بیشتر وقت خود را با تلفن زدن‌های غیرضروری، صحبت‌های روزمره باهم کارها و وقت‌گذرانی در شبکه‌های اجتماعی تلف می‌کنند. تمام این کارهای غیرضروری و کم‌اهمیت را به بعد موکول کنید. این،

رمز موفقیت افراد موفق است. این سه کار را انجام دهید!

۱- اولویت‌بندی کارهای روزانه

۲- انجام کارهای مهم

۳- به بعد موکول کردن کارهایی که وقت شمارا تلف می‌کنند.

بهترین روش برای جلوگیری از تلف کردن وقت، برنامه‌ریزی برای انجام کارهای روزانه و اولویت‌بندی کارها است. روز خود را زود آغاز کنید و سریع به سراغ فروش بروید. هر چه تماس تلفنی بیشتری برقرار کنید، اثربخشی بیشتری خواهید داشت.

تماس نیمه‌کاره

یکی از کارهایی که به شدت وقت شمارا تلف می‌کند، تماس نیمه‌کاره با مشتری است. شما تماس می‌گیرید، به خوبی محصول خود را ارائه نمی‌دهید و مجبور می‌شوید یک‌بار دیگر با مشتری تماس بگیرید.

نداشتن مهارت قطعی کردن فروش، باعث می‌شود که ندانید چگونه محصول را معرفی کنید، به اعتراضات مشتری خوب گوش دهید و درنهایت، فروش خود را قطعی کنید. شما در حال ارائه محصول هستید و مشتری به شما می‌گوید که اجازه دهید در این باره بیشتر فکر کند. شما مجبور می‌شوید دوباره با مشتری تماس بگیرید.

اجازه ندهید که وقتتان تلف شود. معمولاً شما برای دفعه بعد که به مشتری خود زنگ می‌زنید، ممکن است در دسترس نباشد، در جلسه‌ای شرکت کرده باشد و جواب تلفن شما را ندهد یا دیگر علاقه‌ای به خرید نداشته باشد.

تصمیم بگیرید که دو بار به یک مشتری زنگ نزنید. سعی کنید در همان تماس یک، جواب مشتری را بگیرید. کمی شجاعت می‌خواهد؛ وقتی مشتری به شما می‌گوید اجازه دهید که فکرهايش را بکند و اگر خواست، خودش بعداً تماس می‌گیرد. با قاطعیت بگویید که این محصول باکیفیت و عالی است و مشکل شما را حل می‌کند. چرا نمی‌خواهید از این محصول استفاده کنید؟

مهارت‌های فروش خود را بالا ببرید. یکی از عوامل مهم، تلف کردن وقت، نداشتن مهارت کافی برای ارائه محصول و قطعی کردن فروش است. اگر مهارت لازم را نداشته باشید، مدام از این مشتری به سراغ آن مشتری می‌روید و فروش چندانی هم نخواهید کرد.

دچار کمال‌گرایی نشوید

وقتی با یک مشتری جدید تماس می‌گیرید، نباید این ذهنیت را داشته باشید که ارائه محصول و فروشتان تمام و کمال باشد. کمال‌گرایی نکنید. این کار باعث می‌شود که از ترس اینکه نتوانید فروش خوبی داشته باشید، با خود بگویید که هر موقع مهارت‌های لازم را داشتیم، فروش

می‌کنم. کمال‌گرایی، ذهنیتی است که شمارا وادار می‌کند یا یک کاری را انجام ندهید یا درست و کامل انجام بدهید. این ذهنیت، فروش را می‌کشد. باعث می‌شود که هیچ کاری انجام ندهید.

خودتان باشید! این‌گونه مشتری با شما ارتباط
بیشتری برقرار می‌کند.

پرانرژی باشید

انرژی و شخصیت شما مهم‌ترین عواملی هستند که خریدار را ترغیب به خرید می‌کند. به این نکته توجه داشته باشید که مردم ابتدا شخصیت شمارا می‌خرند بعد کالای شمارا پس همیشه با انرژی مثبت به سراغ مشتریان خود بروید تا بیشترین درآمد را نصیب خود کنید.

ذهنیت قوی در فروش

تصور کنید یک متخصص در امر فروش، با مهارت‌های فروش بالا هستید. شما بیشترین فروش در طول روز را دارید؛ و همه از شما خرید می‌کنند. مشتریان زیادی دارید که مدام به شما زنگ می‌زنند و از شما محصول می‌خواهند. شما وقت ندارید که به همه این مشتری‌ها پاسخ دهید و درآمد بسیار خوبی از فروش در هر ساعت دارید.

حالا چگونه کالای خود را به مشتری معرفی می‌کنید و چطور فروش انجام می‌دهید؟ آیا بازهم بی انرژی و خسته محصولتان را ارائه می‌دهید؟ آیا ترس از نه شنیدن دارید؟ قطعاً برخوردتان حرفه‌ای می‌شود. از همین الآن ذهنیت قوی، درفروش داشته باشید و مثل یک حرفه‌ای عمل کنید.

به درآمد کم راضی نباشید

یکی از عواملی که شمارا درفروش به موفقیت می‌رساند، بلندپروازی درفروش است. باید میل به درآمد بالا در شما وجود داشته باشد. این اشتیاق باعث می‌شود، هنگامی که صبح از خواب بیدار می‌شوید، به دنبال موفقیت درفروش باشید. رسیدن به فروش بالا بستگی به این دارد که با چند نفر از خریداران بالقوه صحبت می‌کنید.

توجه داشته باشید که یک فروشنده حرفه‌ای، به این فکر می‌کند که با درآمد حاصل از فروش، چگونه می‌تواند به آرزوها و رؤیاهایش دست پیدا بکند. اگر فقط به دنبال رفع تکلیف و یا درآوردن مقداری پول برای رفع نیازهای روزمره‌تان هستید، هرگز فروش خوبی نخواهید داشت.

از نقطه صفر شروع کنید

حتماً می‌دانید که ۲۰ درصد از فروشندگان هستند که بیشترین فروش را دارند. سعی کنید خودتان را به این ۲۰ درصد برسانید. شاید فکر کنید که این افراد مهارت و

ویژگی خاصی داشته که جزء این ۲۰ درصد قرار گرفته‌اند. در صورتی که این‌طور نیست! آن‌ها فقط کمی زودتر از شما شروع کردند و مهارت‌ها و تکنیک‌های فروش را یاد گرفته‌اند. همه حرفه‌ای‌ها، از آخر صف شروع کرده‌اند. همه کسانی که امروز عالی هستند، در نقطه شروع، ضعیف عمل کرده‌اند. شما هم می‌توانید مثل آن‌ها یاد بگیرید و حرفه‌ای شوید.

طبق قانون ۸۰ / ۲۰ عمل کنید

۸۰ درصد وقت خود را برای مشتری یابی بگذارید. باید حداقل ۱۰۰ مشتری بالقوه پیدا کنید و بعد از پیدا کردن مشتری، ۸۰ درصد زمان خود را صرف ۲۰ درصد از کسانی کنید که بیشترین خرید را از شما می‌کنند.

تماس گروهی بگیرید

یکی از کارهای به‌شدت تأثیرگذار، برای بالا رفتن حجم فروش، پیدا کردن ۱۰۰ مشتری و تماس گرفتن با آن‌ها است. برای بالا بردن راندمان کاری، این کار را با گروهی از همکارانتان انجام دهید. یک مسابقه ترتیب دهید. این کار باعث می‌شود، تماس‌هایتان را با شور و اشتیاق بیشتری بگیرید و ترس از رد شدن و نه شنیدن را به‌کلی دور بریزید.

بهترین زمان برای تصمیم‌گیری خرید، قبل و بعد از ساعات کاری است. کارتان را زودتر شروع کنید و دیرتر تمام کنید تا بیشترین حجم فروش را داشته باشید.

وقت طلاست

احتمالاً تا حالا شده است که بگویید وقت نمی‌کنید با مشتریان تماس بگیرید؛ و در طول روز مدام درگیر کارهای دیگر هستید. در آخر شب می‌بینید که هیچ فروشی نکرده‌اید؛ و ممکن است در طول هفته و ماه فروش پایینی داشته باشید. شروع به توجیه کردن خود نکنید که وقت نداشتید و مشغول کارهای روزمره بوده‌اید.

با یک تکنیک ساده برای همیشه وقت ندارم را از زندگی خود پاک کنید و فوری افزایش درآمد داشته باشید!

معمولاً افراد، روزی دو بار برای خوردن نوشیدنی و یا صرف قهوه و چای وقت می‌گذارند؛ که هر بار ۲۰ دقیقه یا بیشتر زمان می‌برد. در واقع روزی ۴۰ دقیقه می‌شود. اگر این ۴۰ دقیقه را در هفت روز هفته ضرب کنیم به ۲۸۰ دقیقه در هفته می‌رسیم که اگر در یک سال ضرب کنیم به سیزده هزار دقیقه در سال می‌رسیم که این معادل یک ماه کار کردن است.

فروش مجدد و پیدا کردن مشتریان جدید

اگر مشتری از شما خرید می‌کند، بدانید از اعتبار عالی برخوردار هستید. باید این اعتبار را حفظ کنید. بعد از این که مشتری از شما خرید کرد با او تماس بگیرید و از کیفیت محصول و میزان رضایت مشتری سوای بپرسید این کار اعتبار شما را بالا می‌برد و احتمال اینکه مشتری از شما خرید کند زیاد می‌شود.

فروش از زمانی ایجاد می‌شود که مشتری به شما بله می‌گوید. اگر مشتری جواب مثبت داد و برای اولین بار از شما خرید کرد، به‌عنوان فروشنده باید بیشترین تلاش خود

را برای حفظ کردن معامله انجام دهید. مشتریان معمولاً بعد از تصمیم خرید دچار کمبود انگیزه می‌شوند و ترس از خرید اشتباه را دارند. با خود فکر می‌کنند که احتمالاً محصولی را که خریده‌اند، استفاده‌ای ندارد.

سریع پاسخ دهید

به سرعت سؤالات و نگرانی‌های مشتری را پاسخ دهید. سریع پاسخ دادن، اعتماد مشتری را نسبت به شما بیشتر می‌کند و احتمال خرید بالا می‌رود.

از خرید آن‌ها تشکر کنید

معمولاً وقتی از اینترنت خرید می‌کنید، یک پیام تشکر به ایمیل یا تلفن شما ارسال می‌شود. شما هم می‌توانید یک پیام تشکر برای مشتریان خود بفرستید و شماره تلفن خود را به آن‌ها بدهید تا در صورت نیاز بتوانند سؤال‌هایی که دارند را از شما بپرسند.

۱۰۰۰ مشتری پیدا کنید

پیدا کردن ۱۰۰۰ مشتری ممکن است کار دشواری به نظر برسد. شاید چندین سال باید کار کنید تا بتوانید هزار مشتری برای خود پیدا کنید. ولی فروشندگان حرفه‌ای، خیلی زود مشتریان خود را پیدا می‌کنند؛ اما چگونه؟ برای

یافتن مشتریان بالقوه دیگر، از کسانی که خرید کرده‌اند درخواست کنید تا شما را به دو سه نفر معرفی کنند. با این کار، به ازای هر یک نفر، حداقل سه نفر دیگر با محصولات شما آشنا می‌شوند. می‌توانید این کار را بعد از خرید کردن مشتری انجام دهید حتی از کسانی که خرید نمی‌کنند هم بخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند.

به یاد داشته باشید تا از دیگران نخواهید،
این کار را برای شما انجام خواهند داد.

قانون تار عنکبوت

قانون تار عنکبوت می‌گوید هر فروشنده حداقل ۳۰۰ نفر را می‌شناسد؛ یعنی اسم و شماره تلفن آن‌ها را دارد، پس می‌تواند محصولات خود را به آن‌ها معرفی کند و فروش انجام دهد. فرض کنید شما با ۳۰۰ نفر تماس گرفته‌اید. اگر هر کدام از این افراد دو سه نفر را به شما معرفی کنند، در نتیجه شما حدوداً ۹۰۰ مشتری خواهید داشت که می‌توانید به همه این افراد مشاوره دهید.

نتایج معارفه را به منبع معرفی گزارش دهید

بی‌خیال فردی که مشتری را به شما معرفی کرده است، نشوید! حتماً بازخورد و نتیجه را به کسی که معرفی کرده است بدهید. انسان‌ها دوست دارند مورد توجه قرار بگیرند

و بدانند که نتیجه معرفی چه شد. با این کار شما حس خوب پیدا می‌کنند. این کار باعث می‌شود آن‌ها برای شما مشتریان بیشتری پیدا کنند.

برای منبع این معرفی خوب، یک هدیه بفرستید. از او تشکر کنید و بدانید که ارزشش را دارد. فروش به کسی که به او معرفی شده‌اید، ۱۵ برابر ساده‌تر از فروش به یک مشتری ناشناس است.

فروش دوباره به یک مشتری که از محصول شما راضی بوده است، ۱۰ برابر آسان‌تر از فروش، به یک مشتری جدید است.

نقطه‌ضعف‌هایتان را به یک مهارت تبدیل کنید

این چهار روش را برای تبدیل کردن نقاط ضعف به نقاط قوت خود همیشه در زندگی داشته باشید و به آن عمل کنید تا به موفقیت‌های بسیاری برسید. این چهارراه، برای تغییر مدیران حرفه‌ای است. ابتدا یک لیست از کارهای مهم و ضروری که در طول روز باید در زندگی انجام دهید را تهیه کنید. کارهایی را که دوست دارید انجام دهید ولی تا الآن آن‌ها را انجام نداده‌اید. کارهای مهم و غیرضروری را هم به آن اضافه کنید.

- از امروز تصمیم بگیرید تا یک کاری را بیشتر از بقیه در زندگی انجام دهید

از لیست کارهایی که نوشته‌اید یک کار را که به هدف شما نزدیک‌تر است انتخاب کنید. این هدف می‌تواند رسیدن به آزادی مالی، درآمد و سود بیشتر، فروش بالاتر یا هر چیز دیگری باشد. فقط کمی بیشتر آن را انجام دهید.

- از امروز تصمیم بگیرید تا یک کاری را کمتر از بقیه در زندگی انجام دهید

کارهای که باید کمتر انجام دهید، کارهایی هستند که ارزش چندانی در زندگی شما ندارند. معمولاً کارهایی در زندگی وجود دارد که لازم نیست حتماً شخص شما آن‌ها را انجام دهد. می‌توانید این کارها را به کس دیگری بسپارید تا برای شما انجامش دهد.

- یک کار کاملاً جدید در زندگی خود شروع کنید

کارهای مهمی در زندگی هستند که شاید انجام دادن آن‌ها در لحظه اکنون تفاوت چندانی در زندگی شما ایجاد نکند ولی بعدها شما را به جلو پرتاب می‌کند؛ مانند کتاب خواندن و یادگیری مهارت‌های جدید. باید از صفر شروع کنید تا بتوانید در آینده درآمد خود را دو برابر کنید.

- کدام کارها را دیگر انجام نمی‌دهید

کارهایی که نه در زندگی شما مهم است و نه ضرورتی به انجام آن دارید.

یک پاسخ صحیح به تمام این سؤال‌ها می‌تواند

زندگی تو را عوض کند.

ارزیابی و بازاریابی

یکی از نمایندگان فروش شرکت کوکاکولا، مایوس و ناامید، از خاورمیانه بازگشت. دوستی از وی پرسید: چرا در کشورهای عربی موفق نشدی؟

او جواب داد: هنگامیکه من به آنجا رسیدم، مطمئن بودم که می‌توانم موفق شوم و فروش خوبی داشته باشم، اما مشکلی که داشتم این بود که عربی نمی‌دانستم. برای همین، تصمیم گرفتم، پیام خود را از طریق پوستر به آنها انتقال دهم و سه پوستر زیر را طراحی کردم؛

پوستر اول مردی را نشان می‌داد که خسته و کوفته در بیابان بیهوش افتاده بود.

پوستر دوم مردی را نشان می‌داد که در حال نوشیدن کوکاکولا بود.

پوستر سوم، مردی بسیار سرحال و شاداب را نشان می‌داد. پوسترها را به ترتیب در هرجایی که در معرض دید بود، چسباندم. دوستش از او پرسید: آیا این روش، به کارآمد؟ او جواب داد: متأسفانه من نمی‌دانستم عرب‌ها از راست به

چپ می‌خوانند. بدین ترتیب ابتدا تصویر سوم، سپس دوم و در آخر، تصویر اول را دیدند.

ارزیابی مخاطب، اولین قدم در روند فروش و بازاریابی است. اولین اصولی که فیلیپ کاتلر، استاد بازاریابی به دانش‌آموخته‌ها می‌آموزد، شناخت محیط پیرامون فرهنگ و آداب رسوم بازار مبدأ است. همیشه مخاطب خود را بشناسید و در ارزیابی‌های خودتان، فرهنگ، رسوم و حتی زبان آنها را در نظر بگیرید.



هوش هیجانی در فروش

- ✓ پیدا کردن مشتری و بازاریابی
- ✓ برقراری ارتباط با مشتری
- ✓ پر زنت کردن و ارائه محصول
- ✓ چطوری با اعتراضات برخورد کنیم
- ✓ قطعی کردن فروش

www.shahabrahimzadeh.com/FC



