



## برند خود را بفروشید نه محصولتان را!

چه در صنعت ساخت وسایل استیل باشید، چه لباس تولید کنید و چه در صنعت فناوری اطلاعات مشغول به کار باشید، فروش، بخشی جدانشدنی از موفقیت شرکت شما خواهد بود؛ با این حال، وظیفه تیم فروش چیزی ورای فروش محصولات شما است. نماینده‌های فروش شما رودررو با مشتریان فعلی و آینده‌تان قرار می‌گیرند و با آن‌ها تعامل دارند. آن‌ها مسئولیت دارند تا جریان کسب‌وکارشان را شاداب و سرزنده نگه دارند. باید به یاد داشته باشید که فروشندگان توانایی بالقوه بسیاری دارند که می‌توانید از آن‌ها، به شکل استراتژیک بهره ببرید.

هر سال که می‌گذرد، ارزش تیم فروشتان بیشتر می‌شود. بازار امروزی بسیار رقابتی است و ضرورتی در آن وجود دارد که هیچ‌گاه قبل از آن وجود نداشته است. هر کسب‌وکاری باید به شکل واضح و مشخص ارزش‌های خود را مشخص کند و به این شکل نسبت به بقیه متمایز شود. داشتن محصولی عالی، یک روش برای متمایز شدن است، اما روش‌های بسیار زیاد دیگری نیز وجود دارند.

در این مقاله به پنج چیزی اشاره می‌کنیم که تیم فروشتان باید علاوه بر محصول شرکتان، به فروش برسانند. اگر تا الان این موارد را به مشتریان ارائه نکرده‌اید، دست بجنبانید و برای این کار برنامه‌ریزی کنید.

## ۱. داستان کسب‌وکارتان

نمایندگان فروش شما، به عنوان اولین کسانی که با مشتریان ارتباط برقرار می‌کنند، در واقع سفیران برند و شرکت شما هستند. آن‌ها شهرت شما را می‌فروشند حتی مهم‌تر از آن، آن‌ها داستانی را برای مشتریان تعریف می‌کنند که شما چه کسی هستید، چگونه به این جایگاه رسیده‌اید و می‌خواهید چه کار کنید. هر برندی نیازمند یک داستان و روایت است. تمام فروشندگان شما باید داستانتان را بشناسند و بتوانند آن را با مشتریان بالقوه‌تان به اشتراک بگذارند. فروشندگان ما می‌دانند که شرکت‌مان در اصل یک شرکت خانوادگی بوده است و ما آنقدر جاه‌طلب بوده‌ایم که آن را گسترش داده‌ایم. آن‌ها از نگرش ما با خبرند و می‌توانند پیام ما را به همان شکلی که اگر من خودم فروشنده بودم، به مشتریان منتقل می‌کردم، به آن‌ها منتقل کنند.

## ۲. فرهنگ شرکت شما

هر چقدر هم که محصولاتان عالی باشد، اگر فرهنگ شرکتی قوی نداشته باشید، هیچ فایده‌ای نخواهد داشت؛ به عنوان مثال وقتی مشخص شد که فرهنگ مسمومی (نژادپرستی و تبعیض جنسیتی) در پس نرم‌افزار اوبر وجود دارد، بخشی از مخاطبان، دیگر از آن استفاده نکردند. اگرچه بعضی از شرکت‌ها فکر می‌کنند که می‌توانند فرهنگ بد خود را بپوشانند، حقیقت تلخ آن‌ها خیلی زود و به محض روبه‌رو شدن با فروشندگان، برای مشتریان رو می‌شود. پس فروشندگان، سفیران فرهنگ شما هستند. آن‌ها باید همه تلاش‌شان را بکنند تا ارزش‌ها و نگرش‌های شرکت شما را به مشتریان انتقال دهند. مشتریان دوست دارند بدانند که در پشت صحنه

کسب و کارتان، همه چیز به خوبی و در صلح و آرامش صورت می‌گیرد.

اگر قرار باشد از شما خرید کنند، به این معنا است که باید به طور مرتب با کارکنان شرکتان در ارتباط باشند. در واقع مشتریان به شکلی، تبدیل به بخشی از فرهنگ شما می‌شوند. ارائه کردن فرهنگ به مشتریان به معنای اثبات کردن این است که کسب و کارتان، هم در ظاهر و هم در باطن، کسب و کار خوب و شرافتمندی است.

### ۳. تیم کاریتان

نمایندگان فروش شما در خط مقدم کسب و کارتان قرار دارند؛ اما گروه کاریتان افراد بیشتری را در بر می‌گیرد. هر چه کسب و کارتان رونق بیشتری پیدا می‌کند، باید دیگر کارمندانان نیز به سفیران شما تبدیل شوند. مشتریان می‌خواهند بدانند که دارند با افراد قابل اعتماد، توانا و مهربانی کار می‌کنند که برای کارشان ارزش قائل هستند، در حیطه کاریشان تخصص کافی دارند و خود را متعهد می‌دانند تا همیشه کارشان را به خوبی انجام دهند.

اگر مشتریانان از فروشندگان شما سؤالاتی در مورد دیگر اعضای تیم بپرسند، هیچ تعجیبی ندارد. ممکن است این سؤالات را بشنوید:

چه کسانی محصولات را تولید می‌کنند؟ چگونه؟

چه کسی مسئولیت کسب و کار را به عهده دارد؟

اگر در هنگام استفاده از محصولات به مشکلی برخوردیم، چه کسی پاسخگو خواهد بود؟

### ۴. فرآیندها و خدماتتان

فروشندگان باید از فرآیند کارهای شرکت باخبر باشند. این به آن معنا است که کارمندانان باید نمایندگان فروش را در جریان خبرها و نحوه انجام شدن کارها قرار دهند و سؤالاتی را که ممکن است مشتری بپرسد، با فروشندگان هماهنگ کنند.

زمانی که نمایندگان فروش از این جزئیات با خیر شوند، می‌توانند عملکردی جادویی از خود نشان دهند.

## ۵. حقیقت

آخرین مورد، که اهمیتی برابر با بقیه موارد دارد، این است که اعضای تیم فروشتان افراد صادقی باشند. بسیاری از فروشندگان هستند که به هر اغراق یا داستان بی‌پایه و اساسی متوسل می‌شوند تا چیزی را بفروشند؛ اما آن‌ها پیامدهای این کار را در نظر نمی‌گیرند و نمی‌دانند که مشتری را برای همیشه از دست می‌دهند یا حتی ممکن است با مشکلات قضایی مواجه شوند.

به همین دلیل شما باید اطلاعات به‌روز و زیادی را به فروشندگانتان بدهید تا از بروز هرگونه مشکل جلوگیری کنید. به اعضای تیم فروشتان اهمیت زیادی بدهید و برای آموزش آن‌ها، بودجه‌ای را اختصاص دهید.