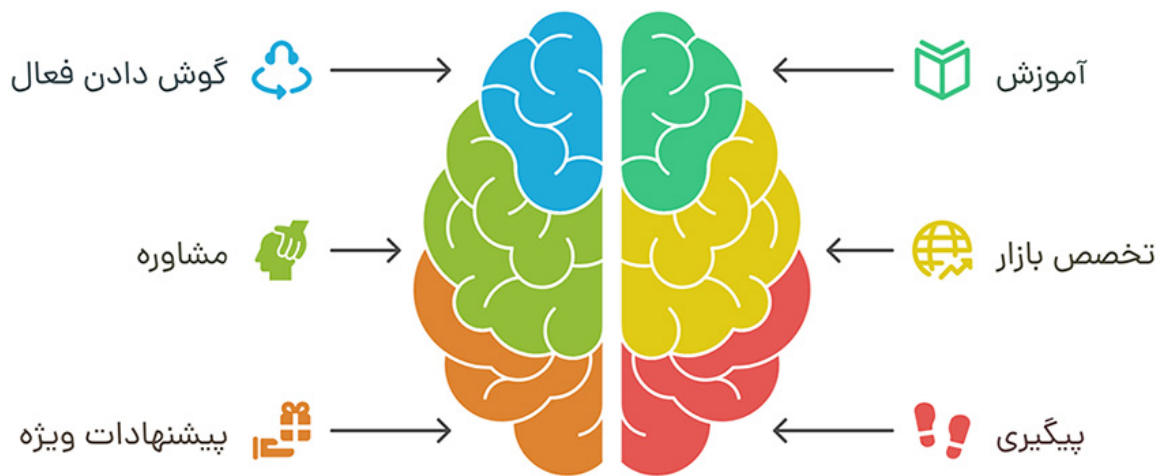




۶ تغییر بزرگ در دنیای فروش

این مقاله درباره ۶ تغییر بزرگ در دنیای فروش است و توضیح می‌دهد که چه تغییراتی ایجاد شده که باعث می‌شود ما هم به عنوان فروشنده باید تغییر کنیم تا بتوانیم فروش‌های زیادی داشته باشیم.

با زیاد شدن و رایج شدن فناوری‌های مختلف مثل استفاده بیشتر از موبایل و رسانه‌های اجتماعی؛ خریداران عوض شدند، حوصله بسیار کمتری دارند، زمان تمرکز کوتاه‌تری دارند و شاید به راحتی بتوانند هر اطلاعات دلخواه را خودشان از اینترنت پیدا کنند. با توجه به این شرایط ببینیم یک فروشنده خوب چطور باید باشد و قبلاً معیارها چه چیزی بود و الان باید چه تغییراتی در خودتان ایجاد کنید.



۱. کمتر صحبت کنیم و بیشتر بشنویم

اولین تغییر بزرگ در فروشندگانه‌ها این است که به جای صحبت کردن بیشتر شنونده باشند، شاید سال‌های قبل فروشنده خوب کسی بود که می‌توانست توضیحات خیلی زیاد، مفصل و کاملی درباره محصولات بدهد؛ ولی الان اغلب به این موضوع هیچ نیازی نیست، چون خود خریدار می‌تواند در سایت‌های مختلف تحقیقاتی کند، پس به جای اینکه زیاد صحبت کنیم باید تمرین کنیم و یاد بگیریم که زیاد بشنویم، بتوانیم زمان‌های طولانی‌تری را بدون ایجاد وقفه در صحبت‌های خریدار به حرف‌هایش گوش کنیم و تحلیل کنیم. تمام خریدارها دنبال فروشندگانه‌هایی هستند که گوش شنوا دارند و با دقت و توجه به حرف‌هایشان گوش می‌دهند.

بنابراین این اولین تغییر است، کمتر صحبت کنیم و بیشتر بشنویم.

۲. آموزش دهیم!

دومین تغییر این است که توضیح دادن به آموزش تبدیل شده است. قبلاً ما فقط در مورد محصول، مشخصاتش، مزایای آن و اینکه چرا باید این محصول را خرید کنید

توضیحاتی می‌دادیم؛ ولی الان شرایط عوض شده و شما بیشتر از اینکه در مورد محصولات توضیحاتی بدهید باید به خریدار آموزش دهید که چگونه می‌تواند یک خرید درست را انجام دهد.

خوب مسلماً این آموزش چیزی بزرگ‌تر از محصول شما است، شاید نکاتی را بگویید که چطور خریدار بتواند بهترین خرید خود را انجام دهد، سرش کلاه نرود و با بهترین قیمت ممکن بتواند خرید خود را انجام بدهد و...

پس دومین نکته یا دومین تغییر مهم این است که ما به جای اینکه بیشتر توضیح دهیم و فقط در مورد محصولاتمان صحبت کنیم، سعی می‌کنیم آموزش دهیم و نه تنها در مورد محصول خودمان بلکه در مورد معیارهای درست یک خرید خوب این موارد را کامل و مفصل توضیح می‌دهیم.

۳. به جای فروشنده بودن بیشتر مشاور باشیم

سومین تغییر این است که فروش به مشاوره تبدیل شده است. یک فروشنده نهایت هدفش این است که بتواند معامله‌ای را به پایان برساند و بتواند کاری کند که خریدار پولش را بدهد و محصول را بگیرد؛ ولی این روش خیلی جواب نمی‌دهد، چون خریداران باهوش‌تر و زرنگ‌تر شده‌اند و همین‌طور فروشنده‌های عالی کمتر شده‌اند.

پس همه دنبال فروشنده‌هایی هستند که مشاور عالی باشند. کار مشاور کمک خالصانه به خریدار است حتی اگر این کمک منتهی به این شود که خریدی صورت نگیرد و خریدار با توضیحات و کمک‌های ما اصلاً به این نتیجه برسد که نیازی به محصول ما ندارد.

بنابراین سعی کنیم همیشه صادق و درست باشیم و بهترین مشاوره ممکن را به خریداران بدهیم. فرض کنیم که نزدیک‌ترین اعضای خانواده به ما مراجعه کرده‌اند و می‌خواهند محصول ما را خریداری کنند، بعد از اینکه سوالاتی می‌پرسیم و شرایط را درک می‌کنیم آیا واقعا این محصول را به این افراد می‌فروختیم، توصیه می‌کردیم یا

شاید رقیبان را توصیه می‌کردیم.

پس به جای اینکه فروشنده باشیم باید بیشتر مشاور باشیم و این سومین تغییر مهم است.

۴. تبدیل شدن تخصص محصول به تخصص بازار

چهارمین تغییر در دنیای فروش این است که تخصص محصول به تخصص بازار تبدیل شده است. اکنون به هیچ‌وجه کافی نیست که یک فروشنده در مورد محصول خود اطلاعات کافی و زیادی داشته باشد، بلکه الان یک فروشنده خوب باید درباره کل بازار، محصولات رقیبان، تمایز محصول خودشان از محصول رقیبان و حتی نقاط قوت محصول رقیب اطلاعات کافی داشته باشد. دلیل این است که اکنون اغلب خریداران به راحتی به اینترنت دسترسی دارند و شاید قبل از اینکه به شما مراجعه کنند در ده‌ها سایت جستجو انجام داده‌اند و با محصولات رقیبان هم آشنا هستند؛ پس خیلی مهم است که شما فرض نکنید که محصول شما یک محصولی در خلا است و دیگر هیچ رقیبی در آن اطراف نیست و به راحتی می‌توانید آن را بفروشید شما باید به اندازه محصول خودتان درباره محصول رقیبان و دیگران تحقیق کنید، اطلاعات داشته باشید و بعد بتوانید این اطلاعات را به خریدار عرضه کنید تا بتواند تصمیم درستی بگیرد.

پس تخصص محصول کافی نیست و باید از کل بازارتان تخصص کافی داشته باشید.

۵. ارائه پیشنهادهای ویژه

پنجمین تغییر بزرگ این است که ما به جای اینکه بیشتر به افراد محصول توصیه کنیم که بخرند، باید پیشنهادهای خوب و ویژه بدهیم. سایت‌های زیادی مثل دیجی کالا پایه فروش‌شان فروش ویژه است. منظور از پیشنهاد ویژه صرفاً این نیست که تخفیف بدهیم؛ ولی می‌توانیم بگوییم که اگر این محصول را خریداری کنید یک هدیه

نیز به همراه آن دریافت می‌کنید؛ نصب رایگان یا هر چیزی که فکر می‌کنید برای خریدار ارزشمند است.

بنابراین امروزه مردم بیشتر پیشنهادهای را می‌خرند تا محصولاتمان را و هر شرکت و هر فروشنده‌ای که پیشنهادهای بهتر، جذاب‌تر و به‌صرفه‌تری می‌دهد، احتمالاً در فروش موفق‌تر خواهد شد.

پس از این به بعد فراموش کنید که فقط اطلاع‌رسانی کنیم و از وجود محصولمان مردم را آگاه کنیم و بخواهیم که آن را خریداری کنند، آبلکه باید به جای آن پیشنهادهای جذابی طراحی کنیم و سعی کنیم پیشنهاد را بفروشیم نه محصول را. حتی اگر فروشگاه دارید این موضوع امکان‌پذیر است. کسی اگر می‌خواهد از شما لپ‌تاپ بخرد و در حال تصمیم‌گیری است، به او بگویید اگر تا فردا ۵ بعدازظهر این لپ‌تاپ را خریداری کنید، یک ماوس و کیف رایگان نیز به شما هدیه می‌دهیم. این پیشنهاد است که در ذهن خریدار می‌ماند و با پیشنهادهای رقیبان شما مقایسه می‌کند که در نهایت از بهترین پیشنهاد استقبال کرده و خرید خواهد کرد.

۶. پیگیری!

ششمین و آخرین تغییر این است که اصرار به پیگیری تبدیل شده است. قبلاً به فروشنده‌ها گفته می‌شد که تا می‌توانید اصرار کنید که این موضوع بیشتر جنبه بازرجویی و طلبکارانه داشت و خریدارها ناراحت می‌شدند و خرید نمی‌کردند و این موضوع الان خیلی جدی‌تر شده و شما به جای اینکه اصرار کنید باید پیگیری کنید.

فرق پیگیری و اصرار این است که وقتی با خریدار تماس می‌گیریم، نمی‌گوییم که چرا خرید نکرده‌اید یا آیا می‌خواهید خرید کنید یا خیر؟ بلکه مرتباً اطلاعات ارزشمند بیشتر، نکات مکمل و ایده‌های جدید در مورد آن محصول به خریدار منتقل می‌کنیم و این خریدار کم‌کم در چند تماس احساس می‌کند که ما چه فرد مفیدی هستیم و چقدر به خریدار سود می‌رسانیم و هنوز خریدی اتفاق نیفتاده ما اطلاعات زیادی به

خریدار داده‌ایم.

این دیدگاه باعث می‌شود که فروش‌های شما خیلی بیشتر شود. پس اگر فروشنده هستید، اگر فقط می‌خواهید به خریدار زنگ بزنید و بگویید تصمیمتان را گرفتید آیا می‌خواهید خرید کنید یا خیر؟ من توصیه می‌کنم بهتر است که اصلاً تماس نگیرید و فقط زمانی تماس بگیرید که یک نکته جذاب و مفید دارید که خریدار از آن استقبال خواهد کرد.

پس در این مقاله در مورد ۶ تغییر بزرگ در دنیای فروش صحبت کردیم، امیدوارم اگر فروشنده هستید آن‌ها را جدی بگیرید و آن‌ها را رعایت کنید و مطمئن باشید که بعد از مدت کوتاهی فروشتان بیشتر خواهد شد. موفق باشید.