



کلید فروش موفق

کلید فروش موفق از سوی برابان تریسی مشاور برجسته مدیریت

۱. واقعیت‌های جدید درباره فروش

در فروش هدف، برقراری ارتباط با مشتری و متقاعد ساختن وی برای خرید به شیوه‌ای موثر است. برای این منظور باید شناخت کاملی از مشتری داشت. باید تعریفی از یک مشتری ایده‌آل داشت. باید از خود پرسید چرا مشتری باید محصول ما را برای خرید انتخاب کند؟!

واقعیت‌های تازه‌ای که راجع به فروش مطرح هستند:

۱. امروزه، تعداد فروشندگان بیشتر از تعداد خریداران است.
۲. امروزه، فروش از هر زمان دیگری پیچیده‌تر است.

۳. امروزه، فرایند فروش تمرکز بیشتری را نسبت به گذشته طلب می‌کند.

۴. جلب اعتماد مشتری، امروزه بیش از هر زمان دیگری در فروش مطرح است.

۵. برای موفقیت در فروش، باید اصول اولیه را به شدت مورد توجه قرار داد.

از جمله مسائل کلیدی که در فروش مطرح است یافتن مشتری، ایجاد حسن تفاهم و رابطه نزدیک با مشتری، تشخیص نیازها، معرفی محصولات یا خدمات مورد ارائه، پاسخگویی کامل و قانع‌کننده به سوالات مشتری، تکمیل و قطعی ساختن فرایند فروش (اطمینان از اینکه مشتری درست در همین لحظه از شما خرید می‌کند) و خرید مجدد مشتری از شما در آینده هستند.

۲. جست‌وجو و یافتن مشتری □ کلید فروش موفق

برای هر آنچه که در مورد فروش انجام می‌دهید از قانون ۸۰ به ۲۰ تبعیت کنید. وظیفه اصلی یک فروشنده خلق مشتری و سپس حفظ آن است. به عنوان یک فروشنده خوب باید هشتاد درصد زمان خود را صرف جذب مشتری کرده و تنها بیست درصد زمان خود را به حفظ آن‌ها اختصاص دهید.

فرایند فروش شامل سه فعالیت پایه‌ای و اصلی است: ابتدا جست‌وجو و یافتن مشتری، سپس ارائه محصول و متقاعد ساختن مشتری برای خرید از شما و در پایان هم پیگیری و قطعی ساختن فرایند فروش؛ یعنی خرید، درست در همان لحظه است. برای یک فروش موفق باید هشتاد درصد از وقت به دو مرحله اول و تنها بیست درصد به مرحله سوم اختصاص یابد. قوی‌ترین و پربارترین واژه در عرصه فروش «اکتشاف» است؛ یعنی مهم‌ترین کار جست‌وجوی مشتری و یافتن آن است.

۳. ارتباطات در فروش

کسی از شما خرید نخواهد کرد، مگر اینکه متقاعد شود که شما دوست او بوده و در راستای علائق او عمل می‌کنید.

- دانسته‌های شما برای مشتریان بی‌اهمیت است، مگر زمانی که بدانند چقدر می‌دانید.

- امروزه معمولا رابطه ایجاد شده بین مشتری و فروشنده پس از فروش هم حفظ می‌شود؛ بنابراین تصمیم به خرید به معنای تصمیم برای ایجاد یک ارتباط بلندمدت است.

- به دلیل پیچیدگی محصول/خدمت ارائه شده، رابطه مهم‌تر از آن چیزی است که در معرض فروش قرار دارد.

بنابراین از بدو ایجاد فرایند فروش، ایجاد رابطه با مشتری حرف اول را می‌زند. بر این اساس مدل جدید که برای فروش ارائه می‌شود کاملا برخلاف مدل قدیمی است که قبلا وجود داشت؛ بنابراین طبق مدل جدید ایجاد حس اعتماد در مشتری امروزه از هر چیز دیگری مهم‌تر است. در این زمینه یک قانون وجود دارد: «خوب گوش کردن باعث ایجاد اعتماد می‌شود». کلیدهای شنیدن به گونه‌ای موثر به قرار زیر هستند:

۱. به دقت به صحبت‌های طرف مقابل گوش کنید و بین صحبت‌هایش وقفه نیندازید.

۲. قبل از پاسخگویی اندکی تامل کنید.

۳. برای روشن‌تر شدن منظور طرف مقابل اقدام به پرسیدن سوال‌های مناسب کنید.

۴. به طرف مقابل خود بازخورد بدهید. این کار می‌تواند تکرار آنچه او گفته در قالب عبارتهای شما باشد. این کار سبب کاهش ترس مشتری و افزایش حس اعتماد او می‌شود.

۴. مثلث طلایی فروش

مثلث طلایی فروش کلید موفقیت شما در آینده است. سه نوع مختلف برای فروش وجود دارد:

۱. فروش مبتنی بر رابطه (خود را به عنوان یک دوست معرفی کنید).

۲. فروش مبتنی بر مشاوره (خود را در موقعیت یک حل‌کننده مسئله و یک مشاور قرار

(دهید.)

۳. فروش مبتنی بر آموزش (خود را در موقعیت یک معلم قرار دهید).
بنابراین مثلث فروش مثلثی است که رابطه، مشاوره و آموزش در سه راس آن قرار گرفته و مشتری در مرکز آن قرار دارد.
از دیگر روش‌های موفق فروش روش مبتنی بر قصه‌گویی است. در این روش هنگام معرفی محصول داستان‌هایی از موفقیت مشتریان قبلی بیان می‌شود. بشر ذاتا بیان قصه و داستان را دوست داشته و این روش می‌تواند تاثیر فراوانی داشته باشد. داستان تا سال‌های سال در ذهن باقی می‌ماند ولی بیان واقعیت به شکل ساده و قالب غیر داستانی در کمتر از ۵ دقیقه به فراموشی سپرده خواهد شد.

۵. قطعی ساختن و تکمیل فرایند فروش

فروشنندگان موفق پیشاپیش برای قطعی کردن و تکمیل فروش برنامه‌ریزی می‌کنند. منظور از تکمیل فروش همان خرید محصول توسط مشتری است. روش‌های مختلفی برای اتمام فرایند فروش وجود دارد که از آن جمله می‌تواند از نوع دعوت کردن، انتخاب بین دو گزینه اختیاری، تکمیل بخشی از مرحله فروش (مثل تکمیل یک فرم)، استفاده از آخرین بهانه مشتری به‌عنوان دلیلی برای خرید محصول یا خدمت مورد ارائه، اشاره کرد.

هر چه در مرحله ایجاد اعتماد نسبت به محصول یا خدمت مورد ارائه بهتر عمل شود، احتمال خرید از جانب مشتری بالاتر رفته و تکمیل فرایند فروش سریع‌تر و قطعی‌تر صورت می‌گیرد.

گذشته از همه انواع مطرح شده چنانچه یک فروشنده موفق باشید می‌توانید سوالی خلاقانه و زیرکانه به عنوان سوال پایانی برای مشتری چنان طرح کنید که مطمئن باشید او حتما به شما پاسخ مثبت خواهد داد و درست در همان لحظه محصول شما را خریداری می‌کند.

۶. هفت راز فروش موفق

گام اول: جدیت در هر آنچه که انجام می‌دهید. مصمم باشید که در مسیرتان همواره رو به بالا و در جهت تعالی حرکت کنید.

گام دوم: مهارت خود را برای فروش موفق مشخص کنید. از این مهارت برای رفع محدودیت‌های موجود بهره بگیرید. سایر مهارت‌های لازم را با تمرین و تکرار کسب کنید.

گام سوم: با افراد مناسب مشورت کنید. منظور اشخاص موثر، مثبت و موفق است، چرا که مصاحبت با این‌گونه افراد حس مثبتی در شما ایجاد کرده و با افزایش انرژی شما حرکت‌تان به سوی موفقیت را تسریع می‌کند.

گام چهارم: همواره در حفظ سلامتی خود کوشا باشید. در این مورد همواره به خاطر داشته باشید که پیشگیری بهتر از درمان است.

گام پنجم: همواره به خود به‌عنوان بهترین در زمینه کاریتان بنگرید. برای این منظور باید تصورات ذهنی خود را کنترل کنید. بر خلاف افراد متوسط و سطح پایین که همیشه در اندیشه آخرین شکست هستند، آنچه همواره در ذهن افراد موفق تداعی می‌شود تصویر آخرین موفقیت‌شان است.

گام ششم: با خود به شیوه‌ای مثبت گفت‌وگو کنید. به این منظور باید مکالمات درونی‌تان را تحت کنترل درآورید. برای رسیدن به چنین منشی همواره درباره اهداف خود بیندیشید.

گام هفتم: عملکرد مثبت؛ رفتن، حرکت، مشغولیت و نیز نوعی حس اضطرار را همواره در خود داشته باشید.

افراد موفق همواره در حال فعالیت هستند و حتی لحظه‌ای دست از تلاش برنمی‌دارند.