



### ۳ تغییر موثر برای نتیجه بهتر تیم فروش

طبق آمار HubSpot، اگر شما ده نماینده فروش در شرکتتان داشته باشید دست کم شش نفر از آنها به اهدافشان نمی‌رسند. بسیاری از نمایندگان فروش می‌گویند آنها برای رسیدن به موفقیت فاقد ابزارها و آموزش‌های لازم فروش هستند. در واقع آنها می‌خواهند بهتر عمل کنند؛ اما در یک عادت فروش گرفتار شده‌اند که موجب شده اعتماد به نفس کمتری داشته باشند و در کار فروششان تاثیر منفی بگذارد.

برای بالا بردن توانایی یک تیم فروش ضعیف بدون متوسل شدن به اخراج، در ذهنتان را به روی روش‌های جدید سازماندهی و توسعه تیمتان باز کنید.

#### ۱. بر نقاط قوت تیم خود تمرکز کنید

یک دروازه‌بان در جلو بازی نمی‌کند و یک بازیکن خط حمله، بازیکن دفاعی پشت خط نیست. برخی فروشندگان شکارچی هستند؛ در حالی که بقیه پرورنده هستند. در عین حال که بعضی‌ها از فرایند تماس با افراد ناشناس لذت می‌برند، بقیه در پرورش روابط

بلندمدت عملکرد بهتری دارند. موفقیت‌های موردعلاقه نمایندگان خود را بشناسید و بخش فروش خود را مجدداً سازماندهی کنید تا از بیشترین ویژگی‌های هر شخص بهره‌مند شوید. شما با کار کردن بر اساس توانایی‌های افرادتان کارآمدتر خواهید بود و به افرادی که در حفظ و نگهداری مشتریان عالی هستند و در تبدیل چندان خوب نیستند فشار کمتری خواهید آورد.

شما می‌توانید نقاط قوت تیم خود را به چندین روش ارزیابی کنید. یکی از روش‌ها این است که با هر یک از اعضا صحبت کنید، راجع به علایقشان از آن‌ها سوال کنید، چه چیزهایی دوست دارند و چه چیزهایی دوست ندارند و چرا.

راه دیگر گرفتن آزمون‌های شخصیتی از آن‌ها است. این آزمون‌ها می‌توانند در شناسایی ویژگی‌های شخصیتی همسو با وظایف مختلف فروش به‌خوبی به شما کمک کنند.

البته این پروفایل‌ها یک فرد را تعریف نمی‌کنند؛ اما کمک می‌کنند تا شما خواسته‌ها و تمایلات اعضای یک تیم را در سطحی عمیق‌تر درک کنید.

## ۲. همدلی را رواج دهید

زمانی که مردم علت موفقیت من در فروش را سوال می‌کنند، یک پاسخ به آن‌ها می‌دهم که اکثریت افراد آن را نادیده می‌گیرند: همدلی.

شاید بسیار ساده به نظر برسد؛ اما در عین حال، همدلی با مشتریان بالقوه می‌تواند یک مسیر طولانی رو به جلو باشد و نه تنها به منظور انجام یک خرید؛ بلکه برای ارتباطات مادام‌العمر.

وقتی با یک مشتری بالقوه همدلی می‌کنید، او احساس می‌کند درک شده، دیده شده و به او اهمیت داده شده است. با این شیوه آن‌ها هرگز احساس نمی‌کنند «به آن‌ها فروخته شده است». این ارتباط معنادار، نادر و بادوام است. برای ترغیب اعضای تیم فروش‌تان به منظور بهره‌گیری از همدلی در کارشان، به آن‌ها آموزش دهید تا به یک

روز از زندگی هر مشتری بالقوه فکر کنند؛ از جمله اینکه چند وظیفه حیاتی روی میز خود دارند و چه بخش‌هایی از کار بیشترین استرس را دارا هستند. به آن‌ها یادآوری کنید تا سوال کنند و خوب گوش دهند، نه اینکه دیکته کرده یا وسط حرفشان بپرند. در حین آموزش همدلی با مشتریان به نمایندگان فروش می‌توانید آن را با برخی عناصر تعاملی ترکیب کنید.

### ۳. به نمایندگان فروش اختیار دهید تا به مشتریان اعتبارات مالی بدهند

یکی از متداول‌ترین اعتراضاتی که در فروش با آن مواجه خواهید شد این است که محصول یا خدمت شما خیلی گران است یا مشتری قادر به پرداخت هزینه آن نیست.

دارایی بزرگی که فروش را برای فروشندگان راحت‌تر می‌کند توانایی در ارائه اعتبار است. این چگونه در یک موقعیت دنیای واقعی رخ می‌دهد؟ زمانی که AINA Wireless تصمیم گرفت فروش میکروفن‌های اسپیکردار بلوتوث خود را به مشتریان افزایش دهد، با Marlin Capital Solutions وام‌دهنده کسب‌وکارهای کوچک برای کمک به تامین بودجه خرید مشتریان مشارکت کرد. این اتحاد استراتژیک به Marlin اجازه داد تا مشتریان را برای تامین مالی به سرعت تایید کند، به این معنی که مشتریان بالقوه AINA Wireless به راحتی توانستند خریدهایی انجام دهند در صورتی که تا پیش از آن توان پرداخت آن را نداشتند.

شما همچنین می‌توانید از این مفهوم برای بهره‌گیری از خلاقیت در آسان‌تر کردن خرید برای مشتریان کوچک‌تر استفاده کنید. برخی از خدمت‌رسانان، یک مدل ترکیبی از جبران را به مشتریان ارائه می‌دهند که شامل سهام و پول نقد است. در موارد دیگر، می‌توانید افزودنی‌های رایگانی همچون نصب یا خدمات پس از فروش را ارائه دهید. اگر شما همدلی را اساس کار خود قرار دهید، مشتریان یا فروشندگانتان به شما اعتماد کافی پیدا خواهند کرد و می‌توانید برای حل مشکلات و بستن فروش با یکدیگر همکاری کنید.

