



کلیدهای ایجاد ارتباط موثر در فروش

تمایز میان محصولات روزبه‌روز کمتر می‌شود، روابط می‌تواند به عنوان یک منبع اصلی برای ایجاد مزیت رقابتی مطرح شود. مردم حتی حاضرند یک جنس نامرغوب را از یک فروشنده دارای روابط عالی خریداری کنند. ارتباطات خوب بر وفاداری مشتریان و تکرار خرید می‌افزاید و این به معنای سود بیشتر است.

مشتریان در فکر خرید جدیدترین محصولات نیستند، بلکه در پی یک مشاور قابل اعتمادند.

اعتماد

اعتماد، عامل کلیدی، در برقراری روابط است و مانند چسب، مشتری و فروشنده را به هم متصل می‌کند. فروش مدرن بر پایه توانایی ایجاد اعتماد بنا شده است.

برای اینکه یک فروشنده موفق شوید، باید از فروش صرف محصولات و خدمات، نه تنها به سمت فروش راه‌حل‌ها، بلکه به سوی ایجاد اعتماد و قابل‌اعتماد ماندن،

تغییر موضع دهید. مقاومت، ناشی از عدم اعتماد است. زمانی که مشتری احتیاجات واقعی خود را با شما در میان نمی‌گذارد، کار زیادی نمی‌توانید انجام دهید. راه غلبه بر این وضعیت این است که اعتماد و اطمینان لازم را به وجود آورید تا مشتری به طور طبیعی، آنچه را که شما باید بدانید، بازگو کند.

چگونه اعتماد ایجاد کنیم؟

اگر بخواهید پیام موثری از اعتماد را به مشتریان و افرادی که در اطراف شما هستند بفرستید، اصول زیر را دنبال کنید.

دیگران را محور قرار دهید

دیگران را در محور قرار دادن، در واقع به معنای انعطاف‌پذیر بودن است. اشتیاق برای تطبیق دادن دیدگاهمان با عقاید دیگران یکی از مهارت‌های متقاعدسازی است. زمانی که مردم احساس کنند که شما علاوه بر علائق خودتان، به علائق آنها نیز می‌اندیشید، کم‌کم به شما اعتماد خواهند کرد. یک حس علاقه پرشوری را برای کمک به دیگران، برای دستیابی به اهدافشان ایجاد کنید و به طور خستگی‌ناپذیری در مورد دنیای مشتریان کنجکاوی کنید. مسلماً آنچه را که پیشکش کنید چندین برابر پس خواهید گرفت.

برای اینکه به جمع ۱۰ درصد فروشندگان برتر پیوندید، نه فقط موفقیت در تجارت خودتان، موفقیت تجارت مشتریان را نیز ملاک قرار دهید. زمانی که برای موفقیت مشتری می‌کوشید، آنها نیز به نوبه خود برای موفقیت شما تلاش خواهند کرد.

بهترین کار را برای مشتری انجام دهید

در هر موقعیتی بدون غرض بهترین کار را برای مشتری انجام دهید؛ بدین معنا که

چنانچه راه حل شما، برای مشتری مناسب نیست، موضوع را به وی بگویید و توصیه کنید که باید چه کاری انجام دهد. ممکن است در اینجا برخی معاملات را از دست بدهید اما مشتری صداقت شما را هرگز از یاد نخواهد برد.

گوش کنید

هر چه بیشتر گوش کنید، بیشتر مجذوب اظهارات مردم شده و آن‌ها شما را بیشتر دوست داشته، به شما اعتماد کرده و خواستار انجام معامله با شما خواهند بود. یک فروشنده ماهر، وقتی که مشتری صحبت می‌کند با توجه کامل گوش می‌کند؛ زیرا زمانی که گوش می‌کنید متوجه می‌شوید که چه موضوعاتی برای مشتری اهمیت دارد. هرگاه با یک مشتری صحبت می‌کنید در بالای سرش یک ابر سفیدی را تصور کنید که نوشته شده: «کاری کن که احساس کنم مهم هستم». ایجاد این احساس در مشتری به اندازه برآوردن نیازهایش کاملاً حیاتی است.

این تصور را ایجاد کنید که شما برای روابط، بیش از فروش ارزش قائلید. ماموریت شخصی شما این است که هر کار ممکن را برای مشتریان انجام دهید تا آن‌ها مطمئن شوند که تمام امکانات و منابع سازمان شما برای کمک به حصول اهداف وی از طریق محصولات و خدمات‌تان به کار گرفته می‌شود و این به معنای مشارکت در حل مشکل است.

پس از فروش با مشتری تماس بگیرید

در دوره‌های آموزش فروش، وقتی از شرکت‌کنندگان می‌خواهیم کسانی که پس از فروش با مشتریان تماس می‌گیرند، دست‌هایشان را بالا ببرند. معمولاً در حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد این کار را انجام می‌دهند. وقتی سوال می‌کنیم که چرا پس از فروش، با تلفن آن را پیگیری نمی‌کنید، اغلب می‌گویند ممکن است ایرادی وجود داشته باشد و محصول یا خدمت شاید دقیقاً آن چیزی نباشد که مشتری توقعش را داشته است؛

اما آن یک فرصت از دست رفته محسوب می‌شود. هیچ چیز بیش از اینکه فروشنده پس از فروش با مشتری تماس بگیرد یا شخصا در محل حاضر شود، باعث استحکام روابط خریدار و فروشنده نمی‌شود. همیشه این کار را انجام دهید. به ویژه زمانی که اشکالی وجود داشته باشد.

روراست باشید

اگر می‌دانستید که قرار است گفتار و کردارتان در روزنامه‌های فردا به طور دقیق نگاشته شود، آیا همین روش را برمی‌گزیدید؟ کلامتان را همچون عهد و پیمان محکم کنید؛ مثلا اگر می‌گویید: «صبح پنجشنبه سفارش شما آماده خواهد بود.» طرف مقابلتان را از این امر مطمئن کنید تا آنها بتوانند برای آن روز برنامه‌ریزی کنند. قابل‌اعتماد بودن شما است که پایه‌های اعتماد و احترام را بنا می‌نهد.

مودب باشید

یکی از ویژگی‌های افراد مودب که موجب می‌شود به آنها اعتماد کنیم این است که رفتار خوشایند، شایسته و پسندیده آنها باعث محبوبیتشان می‌شود. آنها دوست‌داشتنی‌تر به نظر می‌رسند و ما مشتاق انجام معامله با آنها هستیم حتی اگر موفق به فروش نشدید یا مشتری با لحن نامناسبی با شما صحبت کرد، باز ادب و نزاکت خود را حفظ کنید. هرگز نگذارید مشتری احساس رنجش یا ناراحتی کند. خونسردی خود را حفظ کرده و سعی کنید به طور عاقلانه کشف کنید که عیب کار کجا بوده است. فقط به این علت که بازنده شده‌اید پل‌های پشت سرتان را خراب نکنید، در غیر این صورت موقعیت‌های دیگری را هم در آینده از دست خواهید داد.

قدرتان باشید

ارتباطات مستمر موجب می‌شود تا روابط، عادی و بی‌اهمیت فرض نشوند. برای

مشتریان پیام تشکر بفرستید: «ما به خرید شما ارج می‌نهیم و از شیوه شما در برخورد با ما بسیار سپاسگزاریم.» قدرت پیام تشکر فوق‌العاده است؛ زیرا یک قدم فراتر از تلفن کردن است و دریافت‌کننده پیام، متوجه می‌شود که برای تهیه پیام تشکر وقت و انرژی بیشتری نسبت به تلفن کردن، صرف کرده‌اید و از این‌رو محبت شما را فراموش نخواهد کرد.

مردم ابتدا شخصیت فرد را می‌خرند

توانایی ایجاد اعتماد برای برقراری ارتباط بسیار حیاتی است؛ اما برای این که این روش موثر واقع شود، مهارت دیگری نیز باید کسب شود و آن روشی است که با افراد در سطح فردی (شخصی) ارتباط برقرار کنیم.

در زمان ایجاد ارتباط با مردم، هرگز بر تفاوت‌های میان خودتان تاکید نکنید. در عوض روی شباهت‌ها، وجوه اشتراک، نقطه نظرات مشابه و عملکردهای همسان تاکید کنید.

تمثیلی کهن از قانون تشدید در موسیقی وجود دارد. اگر یکی از تارهای گیتار را بکشید و نزدیک گیتار دیگری نگه دارید، با اینکه آن دو هیچ تماسی با یکدیگر ندارند اما همان تار در گیتار بعدی نیز شروع به لرزش می‌کند. بر همین قیاس، انسان‌ها کسانی را که با آن‌ها در یک طول موج هستند، دیدگاه‌هایشان را درک کرده، توافق نظر و علایق مشترک داشته باشند، دوست دارند.

به یاد داشته باشید اگر «پس از اولین فروش» ارتباط ایجاد نکنیم، فروش‌های بعدی هم صورت نخواهد پذیرفت.

یکی از عواملی که رقبایمان هرگز قادر به تقلید آن نیستند، نحوه ارتباط شما با مشتریان است

اعتماد، شرط اولیه برای وفاداری است و در نهایت وفاداری است که موجب تکرار



معاملات می‌شود. سعی کنید در ایجاد اعتماد فوق‌العاده باشید.