



## ۷ روند برتر فروش در سال ۲۰۲۰

هر سال، شاهد تغییراتی در روندهای صنعت فروش هستیم. نوآوری‌ها، تکنولوژی‌های جدید و تغییر دورنمای کسب‌وکارها روندهای برتر فروش را تعیین می‌کنند.

اگر می‌خواهید همیشه یک گام جلوتر از رقبا باشید، باید تغییر را با آغوش باز بپذیرید. مهارت تیم فروش‌تان در پیروی از روندهای برتر و تعیین ارزش هر روش، وجه تمایز شما و رقبا است. اگر جزو نخستین شرکت‌هایی باشید که با روندهای جدید سازگار می‌شوند، می‌توانید مشتریان بیشتری جذب کنید، قیف فروش‌تان را همیشه پر از علاقمندان نگه دارید و مهم‌تر از همه این‌که به درصد فروش موردنظرتان برسید و حتی از آن فراتر روید.

در زیر ۷ روند برتر فروش در سال ۲۰۲۰ آورده شده است:

## ۱. رویکرد شخصی‌تر

افراد زیادی در طول سال‌ها تلاش کرده‌اند تا فرایند فروش را کارآمدتر و موثرتر کنند. هوش مصنوعی و نرم‌افزارها سردمدار این مسیر بوده‌اند. با این‌که استفاده از این اپلیکیشن‌ها کارآمدی را افزایش می‌دهد؛ اما هزینه‌ای هم دارد: «کاهش شخصی‌سازی». از آنجاکه سازمان‌های زیادی برای جذب مشتریان مشترک رقابت می‌کنند، کاهش شخصی‌سازی به ضررتان تمام می‌شود.

یکی از راه‌های متمایز کردن خودتان از رقبا، تمرکز بر شخصی‌سازی است. بر ایجاد روابط قوی و واقعی با مشتریان تمرکز کنید. رویکرد کاملاً سیستماتیک را کنار بگذارید و گفتگوی واقعی با مشتریان داشته باشید. با آن‌ها صادق باشید تا بیشتر در خاطرشان بمانید و احساس کنند چیزی فراتر از یک شماره و عدد برای‌تان هستند. موضوع مهم، خلق تجربه فراموش‌نشده‌ای برای مشتریان است. تا آنجاکه می‌توانید تجربه‌ای جذاب برایشان خلق کنید و پاداش کارتان را دریافت کنید.

## ۲. خودکارسازی بیشتر

برخلاف روند شماره ۱، انتظار می‌رود که شرکت‌ها بیش از پیش در هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری کنند. تکنولوژی کمک می‌کند بینش دقیقی درباره رفتار مشتریان کسب کنید و بر اساس آن کارهای خسته‌کننده را خودکار کنید. هوش مصنوعی باعث می‌شود استراتژی فروش‌تان را آگاهانه‌تر تدوین کنید. با استفاده از این اطلاعات آگاهانه و دقیق می‌توانید رویکرد اختصاصی‌تری در تعامل با مشتریان داشته باشید. تعامل اختصاصی و تصمیم‌گیری بر اساس هوش مصنوعی، راهکار موفقیت است.

## ۳. فروش در رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی هر روز بیش از پیش به بخشی جدانشدنی از استراتژی فروش شرکت‌ها تبدیل می‌شوند. استفاده از این رسانه‌ها در ۲۰۲۰ از همیشه رایج‌تر است.

قطعا خواهید دید که فروشندگان با استفاده از ابزار و پلتفرم‌های اجتماعی، تماس و ارتباط بهتری با مشتریان برقرار می‌کنند و فروش‌شان را افزایش می‌دهند. رسانه‌های اجتماعی نقطه تماس جدید فروشندگان با مشتریان هستند.

## ۴. استفاده از LinkedIn.com در فروش

لینکدین مدام ویژگی‌های جدیدی ارائه می‌دهد که به صنعت فروش کمک می‌کند. این پلتفرم اجتماعی پیدا کردن مشتریان و برقراری ارتباط با آنها را برای فروشندگان راحت‌تر کرده است و متخصصان فروش زیادی از آن بهره می‌برند. احتمالا لینکدین ویژگی‌های جدیدی ارائه خواهد کرد که به متخصصان هم در برقراری ارتباط و معامله با یکدیگر کمک کند.

## ۵. تبدیل متخصصان فروش به تولیدکنندگان محتوا

شغل شما به‌عنوان فروشنده خیلی فراتر از فروش است. شرکت‌ها و فروشندگان بزرگ می‌دانند که تبدیل شدن به منبعی معتبر و قابل‌اعتماد از محتوا چقدر مهم است. تولید محتوا بخش مهمی از استراتژی فروش است. با تولید محتوا می‌توانید اعتماد مشتریان را جلب کرده و آنها را به محصولات شرکت‌تان علاقمندتر کنید. تولید محتوا برای پلتفرم‌های مختلف، عامل کلیدی موفقیت است. باید حضور مقتدری داشته باشید، شهرت برندتان را افزایش دهید و علاقمندان بیشتری را به قیف فروش بکشانید. پس محتوای فوق‌العاده‌ای تولید کنید و بر مشتریان هدف تمرکز کنید.

## ۶. هدف‌گیری مشتریان جدید با مشخصات جمعیت‌شناختی متفاوت

افرادی که محصول‌تان را به آنها می‌فروشید، در حال تغییر هستند. حالا دیگر بومرها (متولدین قبل از دهه ۶۰) و نسل ایکس (متولدین دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی)

مشتریان هدف شما نیستند. حالا متولدین دهه‌های ۸۰ و ۹۰ به بلوغ رسیده‌اند و می‌توانند در زندگی شخصی و حرفه‌ای‌شان تصمیمات کلیدی اتخاذ کنند. روش‌های فروش به این نسل بسیار مهم هستند. از شرکت‌هایی الگو بگیرید که روندها و رویکردهای فروش‌شان را بر ایجاد روابط بهتر با این نسل متمرکز کرده‌اند.

## ۷. همکاری بیشتر بخش فروش و بازاریابی

امروزه فروش و بازاریابی کاملاً درهم‌تنیده هستند و وجوه مشترک فراوانی دارند. اگر شرکت‌ها دنبال کسب بیشترین موفقیت هستند، باید این دو حوزه را با هم هماهنگ کنند. از این به بعد شاهد همکاری بیشتر تیم‌های فروش و بازاریابی خواهیم بود و شاید بعضی سازمان‌ها این دو بخش را با هم ادغام کنند.