



مشاور مشتری باشید!

اگر نگرش شما این باشد که با کشف نیازها و خواسته‌های مشتری، به‌عنوان یک مشاور، او را برای یک خرید صحیح و با ارزش راهنمایی کنید به شما تبریک می‌گوییم؛ زیرا این‌گونه، مشتری خود را برای مدتی طولانی حفظ خواهید کرد. اگر مشتری احساس کند که شما قبل از اینکه به سود خود توجه داشته باشید، منافع او را در نظر می‌گیرید، به شما اعتماد می‌کند و اعتماد یکی از مهم‌ترین ارکان فرایند فروش است؛ بنابراین لازم است قبل از اینکه به ارائه توضیحات محصول خود بپردازید، با پرسش‌های خوب، هر چه بیشتر در مورد مشتری و نیازهایش اطلاعات کسب کنید و آن‌گاه در راستای کمک به او برای خرید مناسب، از هیچ تلاشی دریغ نکنید.

تمام کارهای فروشتان را مانند یک کار مشاوره بدانید. برای موفقیت در فروش، گاهی لازم است که شما، فقط کار فروش نکنید؛ بلکه لحظاتی کار فروش محصول را رها کنید و به‌عنوان مشاور مشتری، شناخت کافی از مشکلات او کسب کنید و به او کمک دهید که مشکلات بزرگ‌تر خود را حل کند.

بهترین فروشندگان، حلال حرفه‌ای مشکلات هستند. اگر اتومبیل می‌فروشید باید خود را در کار حل مشکلات حمل‌ونقل در نظر بگیرید، اگر دستگاه‌های کپی می‌فروشید باید خود را در کار حل مشکلات فتوکپی در نظر بگیرید، اگر موبایل می‌فروشید باید خود را حلال مشکلات ارتباطات بدانید. اما قبل از اینکه بتوانید مشکل را حل کنید، باید آن را بشناسید و درک کنید. شما باید مشتاقانه بدون هیچ‌گونه پیش‌داوری درباره حل مشکلات با مشتری وارد گفتگو شوید.

برای خیلی از فروشندگان، اصل مشاوره حتی می‌تواند بر پایه ساده‌تری قرار بگیرد. اگر فروشنده‌ای هستید که به شرکت‌های دیگر کالا یا خدمتی می‌فروشید باید خود را حلال مشکلات سودآوری شرکت‌ها در نظر بگیرید این همان مسئله اصلی است که شما در نهایت مورد توجه قرار خواهید داد: چگونه سودآوری مشتری را افزایش دهید.

هر کاری که انجام می‌دهید و هر پیشنهادی که ارائه می‌کنید در نهایت باید منجر به هدف افزایش سطح سودآوری مشتری شود. اهداف و رویکردهای خود را بر مبنای این استاندارد بگذارید. با این رویکرد، راه دراز رسیدن به موفقیت در فروش را طی خواهید کرد.

اگر علاقه‌ای به کمک به افراد برای حل مشکلاتشان ندارید باید محترمانه به شما پیشنهاد کنم که دنبال کاری غیر از فروش بروید. اگر نتوانید هر کاری را که انجام می‌دهید به چیزی تبدیل کنید که به فرد دیگری کمک می‌کند تا به یک هدف مهم دست یابد در این صورت شما یا کار خود را بر مبنای استفاده ابزاری از دیگران قرار خواهید داد یا در متقاعد کردن مشتریان در مورد ارزشی که به آن‌ها انتقال می‌دهید شکست خواهید خورد. هر دو راه به‌طور اجتناب‌ناپذیری به کلافه شدن یا «شکست» دائمی می‌انجامد. مطمئناً شما برای شکست خود برنامه‌ریزی نکرده‌اید.

می‌توانید یک نگاه کلی به معنی مشورت بیندازید

فرهنگ واژه‌ها، کلمه مشورت را اینگونه تعریف کرده است: «درخواست نصیحت،

اطلاعات یا راهنمایی از کسی یا چیزی». از نظر من این تعریفی جامع و دقیق در مورد رابطه بین یک مشتری واجد شرایط و یک فروشنده حرفه‌ای است. شما به‌عنوان یک فروشنده نزد مشتری آمده‌اید تا به مشتری درباره حل مشکلاتش مشورت دهید، تمام اطلاعات ضروری مربوط به حل آن مشکلات را در اختیار او قرار دهید و راهنمایی لازم را به او بدهید که این به همکاری حرفه‌ای بلندمدتی منجر خواهد شد.

مانند یک مشاور رفتار کنید... زیرا شما واقعا یک مشاور هستید!

[message_box text_color="light]

منبع: کتاب ۲۵ عادت‌ی که منجر به فروش بیشتر می‌شوند

نویسنده: استفان شیفمن

ناشر: انتشارات مبلغان

ترجمه: دکتر محمد احمدی

[message_box/]