روانشناسی فروش موفق

شاید بزرگ‌ترین کشف روانشناسان قرن بیستم کشف «خودانگاره» بود. به نظر می‌رسد ارتباط مستقیمی بین خودانگاره فروشنده (فکر، احساس و باور او نسبت به خود) و فروش وجود دارد.

فروش موثر هر شخص به همان اندازه‌ای است که خود را فروشنده خوبی می‌داند. فروشندگان برتر نه تنها فروش را دوست دارند؛ بلکه خود را در این حرفه عالی می‌دانند و به واسطه این خودانگاره، بسیار بیشتر از افرادی می‌فروشند که درباره خود و توانایی‌هایشان تردید دارند.

وجوه مختلف خودانگاره

مردم درباره درآمدشان هم خودانگاره دارند. اگر درآمدشان ۱۰ درصد کمتر یا بیشتر از خودانگاره باشد، جبرانش می‌کنند. اگر ۱۰ درصد بیشتر از آنچه در توان خود می‌دانند، درآمد داشته باشند به «افراط» روی می‌آورند، پولشان را صرف کارهای بیهوده می‌کنند،

آن را هدر می‌دهند یا حتی درگیر رفتارهای مضر می‌شوند.

اگر درآمدشان ۱۰ درصد کمتر از خودانگاره باشد، به «تکاپو» می‌افتند، سخت‌تر و طولانی‌تر کار می‌کنند، با افراد بیشتری صحبت می‌کنند، در کسب درآمد جدی‌تر می‌شوند و هرکاری انجام می‌دهند تا درآمدشان را به سطح آن خودانگاره برسانند.

بهبود عملکرد

هر نوع بهبود در عملکرد بیرونی با بهبود خودانگاره - یعنی فکر و احساسی که در درون نسبت به خود داریم - اتفاق می‌افتد. مدیر فروش می‌تواند اثر فوق‌العاده‌ای بر بهبود عملکرد تیم داشته باشد.

مدیر فروش باید به بهبود خودانگاره فروشنده کمک کند تا خود را کارمند بهتری بداند. انسان‌ها به‌شدت از اولیای امور مثل والدین، روسا و سایر افراد مهم تاثیر می‌پذیرند؛ بنابراین شما مهم‌ترین عامل اثرگذار بیرونی بر خودانگاره فروشنده هستید.

خودانگاره سه قسمت دارد: خود ایده‌آل، تصویر از خود و عزت‌نفس. هر تلاشی برای بهبود خودانگاره فروشنده در هر یک از این حوزه‌ها، عملکرد، فروش و نتایج فروش را بهبود می‌بخشد.

خودِ ایده‌آل

این تصویر کامل یا رویایی از بهترین شخصی است که فروشنده می‌تواند باشد. خود ایده‌آل از اهداف، آرزوها و تحسین‌شده‌ترین و مطلوب‌ترین مشخصات و قابلیت‌های فروشنده تشکیل می‌شود.

هرچه شخص دقیق‌تر بداند که می‌تواند به چه انسان بزرگی تبدیل شود، سریع‌تر برای رسیدن به آن جایگاه اقدام می‌کند. خودِ ایده‌آل اثر فوق‌العاده‌ای بر احساسات و رفتار دارد.

برای ارتقای خود ایده‌آل فروشنده، او را تشویق کنید که بهترین افراد آن صنعت را الگو یا معیار خود قرار دهد. افراد برتر شرکت، بخش یا حتی افراد صنایع دیگر را به او نشان دهید و بگویید «شما هم می‌توانید چنین باشید. اگر سخت کار کنید، مطالب درست را بیاموزید، تمرین کنید و در کارها ثابت‌قدم باشید، می‌توانید به یکی از بهترین افراد این کسب‌وکار تبدیل شوید».

الگو باشید

فروشنده برای تعریف خود ایده‌آلش به‌شدت از شما الگو می‌گیرد. اگر می‌خواهید فروشندگان بهتری داشته باشید، باید مدیر فروش بهتری باشید.

قابلیت افراد و تیم فروش، بازتابی از قابلیت‌ها، شخصیت و توانایی‌های شما است. وقتی فروشندگان شما را دوست دارند، به شما احترام می‌گذارند و تحسین‌تان می‌کنند، سخت تلاش می‌کنند تا هرچه بیشتر شبیه شما شوند. مدام از خود بپرسید «اگر همه افراد شرکت دقیقا شبیه من بودند، شرکتم چگونه می‌شد؟»

تصویر از خود

تصویر از خود، تعیین‌کننده عملکرد لحظه‌به‌لحظه و روزبه‌روز شما است. آن را «آیینه درون» هم می‌نامند؛ یعنی قبل از تعیین رفتار خود در هر رویداد یا شرایطی به آن نگاه می‌کنید. تصویر از خود، کار و روش کارتان را مشخص می‌کند.

سه عامل در تشکیل تصویر از خود نقش دارند. نخستین عامل نظر شما درباره خودتان در مقایسه با خود ایده‌آل است. هرچه بیشتر احساس کنید برترین عملکرد را دارید و بهترین فروشنده ممکن هستید، تصویری که از خود دارید مثبت‌تر می‌شود، شایسته‌تر می‌شوید و عملکرد فروشتان بهبود می‌یابد.

افکار شما

دومین جزء تصویر از خود، فکر کردن به نگاه، نظر و سخنان دیگران درباره خودتان است. ما به‌شدت تحت تاثیر نظرات دیگران درباره خودمان هستیم. وقتی مدام از فروشندگان تقدیر و تشکر کنید، خود را بهتر و شایسته‌تر می‌بینند و در حضور خریدار هم چنین رفتاری دارند.

سومین عامل موثر در تصویر از خود، فکر کردن به تفکرات دیگران درباره خودتان است. وقتی شخصی احساس کند نزد همه به‌خصوص مدیرش محبوب و محترم است، حتی خارج از محل کار نیز چنین عملکردی دارد.

شروع جدید

خبر خوب این است که هرگاه افراد شغل جدیدی را آغاز می‌کنند، فرصت دارند خودانگاره جدیدی از عملکردشان خلق کنند. این «تصویر از خود» بر اساس رفتار همکاران و به‌خصوص رئیس در نخستین دقیقه کار شکل می‌گیرد. وقتی به فروشنده جدید خوش‌آمد می‌گویید، از او تقدیر می‌کنید و به او اطمینان دارید، می‌بینید چقدر خوب و سریع به ابَرستاره فروش تبدیل می‌شود و شما را شگفت‌زده می‌کند.

عزت‌نفس

سومین بخش خودانگاره، عزت‌نفس است. عزت‌نفس مهم‌ترین بخش شخصیت و دریچه کنترل عملکرد فروش است. عزت‌نفس بر اساس حس افراد نسبت به خودشان تعریف می‌شود.

بین میزان عزت‌نفس «میزانی که فرد خود را دوست دارد» و فروش، ارتباط مستقیمی وجود دارد. هر رفتار و گفتاری که باعث شود افراد خود را بیشتر دوست داشته باشند و محترم بدانند باعث ارتقای حس ارزشمندی، اشتیاق و عزم آن‌ها در برخورد با خریدار می‌شود.

یکی از وظایف مهم مدیر فروش، ایجاد حس اهمیت و ارزشمندی در افراد است. هر رفتار یا گفتاری که به افراد احساس اهمیت و ارزشمندی بیشتر بدهد، باعث بهبود عزت‌نفس، تصویر از خود و انگیزش آن‌ها برای عملکرد بهتر می‌شود.

به افراد حس برنده بودن بدهید

شاید موثرترین عامل در افزایش عزت‌نفس و ایجاد حس «برنده بودن» در دیگران، تجربه‌های موفق یا همان ایجاد فروش است. همه اقدامات برای آموزش، تربیت، مدیریت و انگیزش افراد برای فروش و درآمد بیشتر، عزت‌نفسشان را افزایش می‌دهد. هرچه عزت‌نفس بالاتری داشته باشند، بیشتر می‌فروشند.