



۳ هدف فروش بدون سود برای مدرس‌ها

دو نوع فروش!

به‌عنوان یک مدرس دو نوع فروش داریم:

۱. فروش بدون سود

۲. فروش سودآور

می‌توان گفت که سود اصلی در فروش بدون سود محصولات است؛ یعنی بیشترین سود را زمانی از کسب‌وکار آموزش به دست می‌آورید که تمرکزتان بر روی فروش محصولات بدون سود باشد!

یکی از رایج‌ترین پیشنهادهایی که در سایت تمام مدرس‌های موفق دنیا وجود دارد این است که مدرس می‌گوید: «کتابی نوشته‌ام که جزو پرفروش‌ترین کتاب‌های آمازون است و می‌خواهم این کتاب را به شما رایگان بدهم که یک شرط دارد شما فقط هزینه پست آن را بدهید.»

ممکن است قیمت کتاب ۲۰ دلار باشد ولی هزینه پست آن کمتر از ۵ دلار باشد.

بنابراین شخص حاضر است کاری انجام دهد که از دید بسیاری از افرادی که خارج از صنعت آموزش هستند کار غیرمعقولی به نظر برسد؛ ولی کسانی که در صنعت آموزش هستند، می‌دانند فروش‌های بدون سود یا فروش‌های با ضرر اندک پایه یک کسب‌وکار آموزشی است؛ چون آن قدم، محصول رد نشدنی این شخص است.

محصول رد نشدنی یا فروش بدون سود

افراد فعلاً ما را نمی‌شناسند، باید کاری کنیم که دیگران به ما اعتماد کنند، بعد از اینکه افراد به ما اعتماد کردند به راحتی گران‌ترین محصولات را می‌خرند و هر ضرری که کرده‌ایم مطمئن باشید چند صد برابر آن بازمی‌گردد.

در نتیجه محصول رد نشدنی یا فروش بدون سود خلا اعتماد را برطرف می‌کند.

بنابراین یکی از ایده‌ها تمرکز جدی بر روی فروش محصولات، بسته‌ها یا پیشنهادهایی است که در آن هیچ سودی وجود ندارد.

هدف از فروش‌های بدون سود این است که:

۱. جذب خریدار جدید

یکی از ارزشمندترین اتفاقات در یک کسب‌وکار این است، شخصی که اصلاً ما را نمی‌شناسد با ۱۰۰۰ تومان، خریدار محصولات و خدمات ما شده است؛ این فرد آمادگی زیادی دارد تا پول‌های بیشتری بدهد و محصولات بیشتری از ما بخرد.

بنابراین مهم‌ترین هدف فروش بدون سود جذب یک خریدار جدید است، بدون اینکه پولی برای تبلیغات خرج کنیم.

نتیجه این سیستم فروش این است که بدون اینکه پولی خرج کنیم با پول فرد، خریدار جدید اضافه کرده‌ایم و اطلاعات تماس او را داریم تا بعدها بتوانیم اطلاعات ارزشمندتری به او بدهیم.

۲. جلب اعتماد خریدارها

افراد به دلیل اینکه ما را نمی‌شناسند به ما اعتماد نمی‌کنند؛ ولی کسی که به ما اعتمادی ندارد شاید خیلی راحت حاضر باشد ۲۰ هزار تومان پولش را بدهد و کتاب ما را خریداری کند. بعد از چند ماه خواهید دید که آن شخص میلیون‌ها تومان پول می‌دهد و در دوره‌های شما شرکت می‌کند.

۳. جذب مشتریان غیرفعال

اگر شما هیچ ابزار بازاریابی ندارید توصیه می‌کنم که این کار را به راحتی انجام دهید. در حسابداری، به فاکتورهای دستی یا هر اطلاعاتی که دارید مراجعه کنید و ببینید کدامیک از مشتریان شما ۶ ماه است که خریدی انجام نداده‌اند؛ به این افراد خاص که بخشی از مشتریان هستند یک پیشنهاد عالی بدهید. مثلاً بگویید کتابمان را با ۳۰۰۰ تومان خریداری کنید با این کار مشتریان غیرفعال را مجدداً فعال کنید و کاری کنید که علاقه‌مند شوند تا یادشان بیاید چه فعالیتی داشتیم و به سایت سر بزنند و کار را از ابتدا شروع کنند.

["message_box text_color="light]

متحیر کردن خریدار!

گاهی می‌توانیم خریداران را با پول خودشان متحیر کنیم. مثلاً یک محصول آموزشی به قیمت ۴۹۰۰۰ تومان می‌فروشیم. فرض کنید مواد اولیه آن ۳۰۰۰ تومان برای خودمان تمام شده است و ۶۰۰۰ تومان هم پول پست که ۴۰۰۰۰ تومان سود داریم؛ گاهی در یک کمپین این ۴۰۰۰۰ تومان را برای خود آن فرد خرج کنید. مثلاً یک Flash Memory به همراه آن محصول به فرد بدهید که محتوای ارزشمندی در آن است. در نهایت خیلی از این افراد گران‌ترین و اصلی‌ترین محصولات ما را خریداری می‌کنند و



سود هم خواهید کرد.

[message_box/]