



هفت رمز پنهان برای فروش موفق

طی سالها، ما برای شناسایی مسیرهای بی‌شماری که برای فروش وجود دارد، تلاش بسیار کرده‌ایم: گوش دادن به صدها نوار صوتی و تماشای فیلم‌های ویدیویی فروش. امروز هم، هنوز هنگامی که از ما درمورد افزایش مهارت‌های فروش سوال می‌شود، حقیقتاً پاسخ ما به‌طور حیرت‌آوری، بی‌اندازه ساده است. ما دریافته‌ایم که هفت رمز پنهان برای فروش موفق وجود دارد و ما از آنها برای رشد بعضی از موفق‌ترین شرکت‌های تجاری در آمریکا استفاده می‌کنیم. ما همچنین از این رموز تحت عنوان مشاور تجاری برای رشد شرکت‌های نخبه جهانی سود می‌بریم.

این وعده را به شما می‌دهیم که با استفاده از این رموز، به زودی شاهد افزایش فروش خود و همچنین شاهد مشتریانی خرسندتر و تجارتی سودآورتر خواهید بود. با این امید، ما هفت رمز فروش موفق را بیان می‌کنیم.

۱. گزینش هدف (هدف گذاری)

همه افراد موفق، اهداف بزرگی را برای خود ترسیم و سپس این اهداف بزرگ را به اهداف کوچکتر تقسیم می‌کنند. اهداف به شما اجازه می‌دهند تا بر فعالیت خود تمرکز کنید و تمرکز بیشتر، موفقیت بیشتری را برای شما فراهم می‌کند.

هنگامی که اهداف فروش خود را مشخص کردید، نیاز است که آن‌ها را به اهداف روزانه تقسیم کنید و سپس برنامه‌ها و اهداف روزانه خود را یادداشت کنید. همچنان که به فروش خود ادامه می‌دهید آن را با اهداف روزانه خود مقایسه کنید، تا به یک تعادل جدید برسید، از آنچه حاصل می‌شود می‌توانید اهداف روز بعد خود را تهیه کنید. آیا واقعا دنبال کردن اهداف فروش روزانه از این طریق موثر خواهد بود؟ این عمل را برای بیست‌ویک روز ادامه دهید، به زودی از نتایج آن شگفت‌زده خواهید شد.

۲. یک برنامه فروش را دنبال کنید

همه پزشکان بزرگ، وکلای بزرگ، تکنسین‌های بزرگ و کسانی که فروش بزرگی دارند، در یک چیز مشترکند، آن‌ها همگی برنامه‌ای را که شامل سوال کردن و گوش دادن به مشتریان است، دنبال می‌کنند. این مقاله اگرچه فضای لازم برای وارد شدن به جزئیات بیشتر را ندارد، اما اجازه دهید آن را به سادگی بیان کنیم.

هر برنامه فروش که به خوبی طراحی شده باشد دارای هشت مرحله است که با ایجاد رابطه دوستانه یا حسن تفاهم آغاز و با بستن فروش پایان می‌پذیرد. هنگامی که شما به دقت دوره‌های آموزشی فروش را بررسی می‌کنید، باید از اینکه این دوره حول محور هشت مرحله‌ای دور می‌زند مطمئن شوید. اگر غیر از این باشد شما قطعاً باید به فکر دوره‌های دیگری باشید.

۳. به مشتریان اجازه انتخاب بدهید

مردم دوست دارند خرید کنند، اما نمی‌خواهند کالایی به آن‌ها تحمیل شود. نمایش‌های تلویزیونی، فروشگاه‌های مواد غذایی، و فروشگاه‌های البسه، همگی به اهمیت اصل (آزادی انتخاب) پی برده‌اند.

با آزادی‌گزینش، شما به مشتریان اجازه می‌دهید تا در کنترل شما باشند و به آن‌ها آزادی لازم برای مقایسه خدمات خود را می‌دهید، قبل از آنکه آن را با پیشنهاد رقیبانتان مقایسه کنند. برای مثال شما ممکن است بگویید: ما می‌توانیم برای واترپمپ‌های استاندارد خود یک سال گارانتی قرار دهیم و یا بگویید: ما می‌توانیم برای پمپ‌های ممتاز خود یک عمر گارانتی قرار دهیم. کدامیک از این دو روراستی و صداقت را نشان می‌دهد؟ با آزادی انتخاب مشتریان را از خود خشنود می‌کنید، فروش شما بالا خواهد رفت و سود بیشتری نصیب شما خواهد شد.

۴. تمرین فروش کنید

همه ورزشکاران بزرگ و فروشندگان، دریافته‌اند که چه اصلی به ظرفیت عضلانی برمی‌گردد و خود را عادت داده‌اند به اینکه مجبور نباشند درباره چیزی که بعداً باید انجام دهند فکر کنند. جایی که شما یک ورزشکار یا فروشنده حرفه‌ای هستید، عکس‌العمل شما غریزی است و به صورت اتوماتیک عمل می‌کند.

ما به شما پیشنهاد می‌دهیم، تکنیک‌های فروش را به جای مشتریان با سایر همکارانتان تمرین کنید. در این حال شما می‌توانید توانایی‌های خود را مورد ارزیابی قرار دهید. شما زمانی از دوره‌های فروش درک خوبی خواهید داشت که آن را به یک برنامه تبدیل و سپس با همکارانتان یا مدیر تیم فروش تمرین کنید، گویی آن‌ها مشتریان شما هستند. هر روز درمورد آن گفتگو کنید و نتایج حاصله را در مقابل مشتریان به کار ببندید. تمرین، تمرین و تمرین، این یکی از رموز موفقیت فروش است.

۵. هرگز به فروشندگان خود به عنوان ابزار فروش نگاه نکنید

فروشندگان شما کاتب یا دستگاہ پول شمار نیستند. نه دچار سوءتعبیر نشوید، نمی‌خواهیم بگوییم که پول مهم نیست. بدیهی است مجبورید تا برای فروش خود اهدافی داشته باشید و مجبورید به اعداد و ارقام توجه کنید، اما هدف ما از بیان این‌ها چیست؟

اینکه واقعا فروشندگان بزرگ با قلبشان فروش می‌کنند نه با قلمشان. هنگامی که شما حقیقتا نسبت به کسی حسن نیت دارید، آن را تماما به نمایش می‌گذارید و هنگامی که مشتریان درک می‌کنند که شما به آن‌ها بیشتر از پولشان دلبستگی دارید، شما فرصت فروش بیشتری خواهید داشت.

۶. به همه مشتریان توجه کنید

مطالعات جنرال الکتریک نشان داد تبلیغ از طریق چهره به چهره (محواره ای)، سه تا پنج برابر موثرتر از شکل‌های دیگر تبلیغ است. مشتریان ممکن است با انگیزه‌های متفاوت به شما مراجعه کنند، اما هیچ عاملی مهم‌تر از اعتقاد آن‌ها به شما نیست.

یکی از ساده‌ترین و در عین حال آسان‌ترین روش‌های ایجاد انگیزه در مشتریانی که مراجعه می‌کنند، صحبت کردن با آن‌هاست تا مطمئن شوید که آیا از خدمات شما راضی هستند یا نه؟ و سپس از آن‌ها تشکر کنید. در محیط رقابتی امروز اگر شما از این مقوله غافل شوید، سود زیادی را از دست خواهید داد. شما شریانی حیاتی تجارت خود را بسته و مشتریان خود را از دست می‌دهید.

۷. با ابرستاره‌ها احاطه شوید

توقع مشتریان همواره بسیار زیاد است و رقابت بین مشتریان هرگز شدید نیست.

روزی خواهد آمد که دیگر کالاها برای مشتریان ایجاد انگیزه نمی‌کنند، در آن زمان کارکنان شما نباید کوتاه یا بلند باشند. باید مطمئن باشید دارای تکنسین‌هایی هستید که می‌توانند در محیط رقابتی و زمان محدود، کالا و خدمات را با کیفیت بالا تولید کنند. شما مجبور هستید تا مدیران و ارزیاب‌هایی را که می‌توانند این رموز فروش موفق را به کار گیرند به استخدام خود درآورید.

مطالب خود را با این جمله تمام می‌کنیم، اگر شما اهداف فروش خود را مشخص کنید، اگر اطراف شما با ابرستاره‌ها احاطه شود و اگر شما رموز فروش موفق ما را به کار بگیرید، مطمئن هستیم نه تنها فروش و سود خود را رشد می‌دهید، بلکه از همه مهم‌تر شما عامل مهم هر تجارت بزرگ را توسعه خواهید داد: مشتریانی خشنود.