چرا نباید برای فروش بیشتر دروغ بگویید!؟

به‌عنوان فروشنده، موفقیت شما تا حد زیادی به سهمتان از فروش بستگی دارد. مدام باید سهمتان را در فروش افزایش دهید و به یک ابرقهرمان تبدیل شوید. اما اگر چند ماه متوالی سهمتان در فروش کم باشد، ناامید می‌شوید. شاید برای رسیدن به یک عدد خاص مجبور باشید چند معامله دیگر انجام دهید و ناگهان با خود فکر می‌کنید که «حتما می‌توانم این کار را انجام دهم!» در حالی‌که مطمئن نیستید واقعا می‌توانید این کار را انجام دهید یا خوب می‌دانید که این کار از عهده‌تان خارج است! فروش یک شغل به‌شدت اضطراب آور است و وقتی هدف دور از دسترس باشد، تلاش فروشنده برای پنهان کردن حقیقت از مشتریان افزایش می‌یابد. اما پیامدهای ناخوشایند این دروغ‌ها اصلا ارزشش را ندارد.

چرا فروشندگان دروغ می‌گویند؟

«فروشنده صادق» برای بسیاری یک افسانه است. اما چرا فروشنده‌ها دروغ می‌گویند؟

ما سه دلیل برای این کار مشخص می‌کنیم. شاید پس از خواندن این بخش، آن‌ها را بیشتر درک کنید.

۱. محصول را نمی‌شناسند

این یکی از دلایل مهمی است که فروشنده معمولی حقیقت را تحریف می‌کند. آن‌ها اصلا نمی‌دانند که محصول چه کاری انجام می‌دهد یا نمی‌دهد، بنابراین درباره قابلیت‌های آن بیش از حد اغراق می‌کنند. انتظار می‌رود فروشندگان همه چیز را درباره محصولی که می‌فروشند بدانند. پس اگر اعتراف کنند که با قابلیت‌های آن آشنا نیستند، واقعا برایشان خجالت‌آور است.

۲. می‌خواهند با مشتری رابطه برقرار کنند

بیشتر مردم تمایل ذاتی به پذیرفته شدن و مورد محبت قرار گرفتن دارند و فروشندگان نیز از این قاعده خارج نیستند؛ بنابراین، به مشتری دروغ می‌گویند تا دوستشان داشته باشد و از آن‌ها خرید کند.

۳. درآمد بیشتر می‌خواهند

دلیل اصلی دروغ گفتن فروشندگان این است که می‌خواهند پول بیشتری درآورند. اغلب فروشندگان درباره محصولات و خدمات دروغ می‌گویند تا فروش سریعی داشته باشند و سراغ مشتری بعدی بروند.

چرا فروشندگان نباید در طول فرایند فروش دروغ بگویند؟

حالا به ۹ دلیلی اشاره می‌کنیم که چرا دروغ گفتن در فروش اصلا ارزشش را ندارد:

۱. مشتری جدید در طولانی‌مدت راضی نخواهد ماند

اگر چیزی را وعده داده باشید که شرکت نتواند آن را ارائه دهد، مشتری جدید فورا این حقیقت را می‌بیند و احساسات گرم و دوستانه‌اش به پشیمانی تبدیل می‌شود. اگر ۱۰۰ درصد صادق نباشید، شاید بتوانید محصول یا خدمتی معیوب به او بفروشید، اما آن‌ها هم از شما شکایت می‌کنند و شما را کنار می‌گذارند یا نارضایتی

خود را در رسانه‌های اجتماعی بیان می‌کنند که اصلا به نفعتان نیست.

۲. به اعتبار شما و شرکتتان آسیب می‌زند

تماس تلفنی مشتری عصبانی بد است، اما یک توییت یا پست فیس‌بوک او درباره شما به‌مراتب بدتر است و اصلا برای برند سازمانی و شخصی شما خوب نیست. امروزه هدف اکثر فروشندگان این است که خود را تا جایگاه یک مشاور معتبر ارتقا دهند و اگر مشتری به شما اعتماد نداشته باشد، این کار واقعا سخت می‌شود.

۳. همه فرصت‌های فروش را از دست می‌دهید

یکی از مزایای تبدیل‌شدن به مشاور مورد اعتماد مشتریان این است که پیشنهادهای شما برای بیش‌فروشی را می‌پذیرند. بااین‌حال، اگر قبلا به آن‌ها دروغ گفته باشید، چرا اصلا باید به حرفتان درباره محصولات جانبی اعتماد کنند؟ شاید بار اول پول خوبی به جیب بزنید، اما این دروغ‌گویی در بلندمدت هزینه گزافی برایتان دارد.

۴. دیگر هیچ‌کس مشتریان جدید به شما معرفی نمی‌کند

مشتریان معرفی‌شده توسط دیگران یکی از بهترین گزینه‌ها هستند. با وجود آن‌ها می‌توانید بخش زیادی از مسیر طولانی پیدا کردن و جذب مشتری را کنار بگذارید و مستقیم در دریای فروش و موفقیت شیرجه بزنید. در واقع، نرخ فروش به مشتریان معرفی‌شده ۵۰ درصد است. اما اگر مشتری قبلی مچ شما را به‌عنوان فردی دروغگو گرفته باشد، به‌هیچ‌وجه مشتری جدیدی به شما معرفی نمی‌کند و حتی دیگران را برای خرید از شما منصرف می‌کند.

۵. شاید درون شرکت دشمنانی برای خود بتراشید

فرض کنید شما محصولی را با وعده پشتیبانی خاص فروخته‌اید که از عهده شرکتتان خارج است. مشتری قرارداد را امضا می‌کند و شما کار را به تیم اجرایی واگذار می‌کنید. خوب وقتی سوالات مشتری درباره پشتیبانی شروع می‌شود چه می‌کنید؟ بخش دیگری را مسئول انجام کاری می‌کنید که از عهده‌شان خارج است و آن‌ها هم حسابی ناراحت و عصبانی می‌شوند. وقتی همکاران متوجه شوند که چه کسی مقصر ناراحتی آن‌ها است، شهرتی منفی در شرکت پیدا می‌کنید.

۶. به حرف‌وحدیث‌ها و کلیشه‌های نادرست درباره فروش دامن می‌زنید

دانیل پینک در تحقیقات خود برای نگارش کتاب «فروش کاری انسانی است»، یک نظرسنجی به نام «سرکار چه می‌کنید؟» انجام داد. یک سوال پرسش‌نامه این بود که «وقتی به فروش فکر می‌کنید، اولین کلمه‌ای که به ذهنتان خطور می‌کند چیست؟» و می‌خواست نظر مردم درباره شغل فروش را بداند.

بیشترین پاسخ‌ها عبارت بودند از: «اجبار»، «فساد»، «وای، وای»، «افتضاح»، «بی‌صداقتی» و «تقلب». اگر فروشنده‌ای هستید که به کارتان افتخار می‌کنید، حتما این مورد را در ذهن داشته باشید. هروقت برای فروش حقیقت را تحریف کنید، به این نظرات منفی عمومی دامن می‌زنید، اما شاید تعهدتان به صداقت بتواند نظرات منفی ریشه‌دار مردم درباره فروشندگان را تغییر دهد.

۷. مشتریان حتما متوجه دروغتان می‌شوند

مشتریان باهوش‌تر از چیزی هستند که فکر می‌کنید. اغلب می‌فهمند که به آن‌ها دروغ می‌گویید، اطلاعات مهم را اعلام نمی‌کنید، یا همان حرف‌هایی را به آن‌ها می‌زنید که دوست دارند از زبانتان بشنوند. به همین دلیل، احتمال فروشتان بسیار کم می‌شود؛ بنابراین، وقتی گهگاه به فردی دروغ بگویید، در بلندمدت و وقتی دروغ‌هایتان برایش آشکار شد، دیگر هرگز از شما خرید نمی‌کند.

۸. دروغ گفتن برای اهدافتان مضر است

شاید یک فروشنده دروغگو در سازمانتان با مشتری فعلی تماس گرفته باشد و در نتیجه او هم از شما خرید نکند، اما وقتی صداقت داشته باشید، احتمال عقد قرارداد یا فروش به‌شدت افزایش می‌یابد.

۹. عزت‌نفستان آسیب می‌بیند

معروف شدن به‌عنوان یک فروشنده صادق، عزت‌نفستان را افزایش می‌دهد و از این‌که برای فروش کسی را فریب نداده‌اید و دروغ نگفته‌اید به خودتان افتخار می‌کنید. معروف شدن به صداقت، روابط شغلی و شخصی شما را ارتقا می‌دهد. به‌علاوه، مشتریانی که به شما و محصولاتتان اعتماد کرده‌اند، حتی در شرایط سخت

به شرکتتان وفادار می‌مانند.

اگرچه اغلب مشتریان به‌خاطر تجربیات بد گذشته و مواجهه با فروشندگان دروغگو از همان اول رابطه محتاط هستند، اما می‌توانید با صداقت رابطه‌ای سودآور با آن‌ها ایجاد کنید. پس، هرگز به مشتریانتان دروغ نگویید.