



۱۰ قانون موفقیت قطعی در فروش

طبق نظرسنجی اخیر انستیتوی گالوپ در زمینه صداقت و رفتار اخلاقی در میان کسبه حرفه‌ای دنیای غرب، آشکار شد که فروشندگان بیمه و بنگاه‌های فروش خودرو در قعر فهرست اعتماد قرار دارند. شرط می‌بندم که از شنیدن آن شوکه نشده‌اید؛ اما آیا می‌دانستید که این تنها فروشندگان خودرو نیستند که در این زمینه شهرت بدی دارند؟ بیل پروکس از گروه پروکس برآورد می‌کند که چیزی بیش از ۸۵ درصد از مشتریان دیدی منفی نسبت به همه فروشندگان دارند؛ اما شما می‌توانید با کسب مهارت‌هایی خلاف آن را به مردم ثابت کنید و وادارشان کنید در مورد فرآیند فروش طور دیگری فکر کنند. در واقع فروش می‌تواند یکی از باارزش‌ترین وظایفی باشد که شما به عنوان صاحب‌کار انجام می‌دهید. البته به شرط آنکه این ۱۰ ترفند را به کار ببندید:

قانون شماره ۱: زبان در کام گیرید و گوش دهید

این موضوع در دقایق اولیه از هر نوع فرآیند فروش مهم است. به یاد داشته باشید که:

در مورد خودتان صحبت نکنید. در مورد محصولات خود صحبت نکنید. در مورد خدمات خود صحبت نکنید و مهم‌تر از همه، شروع به سخنرانی برای فروش محصول نکنید! بدیهی است که شما می‌خواهید خود را معرفی کنید. می‌خواهید به مشتری بالقوه‌تان اسم خود را بگویید، هدف‌تان از ملاقات (تماس تلفنی) با آن‌ها را بیان کنید، اما کاری که نمی‌خواهید بکنید حرافی در مورد محصول و خدمات‌تان است. هر چه باشد شما هنوز نمی‌دانید چیزی که ارائه می‌دهید برای مشتری کاربردی دارد یا خیر، پس چیزی برای صحبت ندارید.

قانون شماره ۲: با سوالات بفروشید نه با جواب‌ها

به یاد داشته باشید تا زمانی که افراد متوجه نشوند چقدر برایتان مهم‌اند شما برایشان اهمیتی ندارید. تلاش برای «فروش» محصول یا خدمت‌تان را کنار بگذارید و بر این تمرکز کنید که دلیل خرید مشتری‌تان چیست. برای این‌کار باید کاملاً مجذوب مشتری خود شوید: باید سوالاتی (به تعداد خیلی زیاد) صادقانه و بدون هیچ قصد و هدف مخفی بپرسید. سال‌ها پیش در یک جشنواره موسیقی من وظیفه فروش سی‌دی داشتم. زیاد طول نکشید تا بفهمم وظیفه من فروش سی‌دی‌ها نبوده بلکه گذاشتن گوشی روی گوش هرکسی است که به غرفه من می‌آمد.

به سرعت متوجه شدم هر بار که مردم احساس می‌کردند من تلاش می‌کنم به آن‌ها یک سی‌دی بفروشم به سرعت دیوارهای دفاعی‌شان بالا آمده و هر کاری که در توان داشتند می‌کردند که تا حد ممکن از من دور شوند.

در نتیجه کارم این شد که به هرکسی که گوشی را به گوش خود گذاشت موسیقی جدیدی معرفی کنم. وقتی آن را شنیدند یا خوششان می‌آمد یا نه. هیچ «فروختنی»

انجام نداده بودم ولی آن هفته از تمام سی‌دی‌فروشان جشنواره پول بیشتری درآوردم. آن موقع چیزی از فروش نمی‌دانستم اما به قدر کافی از ذات انسان آگاه بودم که بدانم مقاومت در برابر فروش یک تضاد است: عمل فروش باعث ایجاد مقاومت می‌شود! که ما را به قانون بعدی هدایت می‌کند.

قانون شماره ۳: تظاهر کنید با مشتری خود به اولین ملاقات دوستانه رفته‌اید

کنجکاو شوید. از آن‌ها در مورد خدمات محصولاتی که هم‌اکنون استفاده می‌کنند سوال کنید. راضی‌اند؟ آیا چیزی که اکنون از آن استفاده می‌کنند به حد کافی معتبر است؟ بیش از حد گران است؟ بیش از حد کند است؟ بفهمید واقعا چه چیزی می‌خواهند. به یاد داشته باشید که شما در حال تهیه یک نظرسنجی شخصی هستید پس سوالات بی‌ربط نپرسید. در عوض سوالاتی بپرسید که اطلاعاتی در مورد نیاز واقعی مشتری به شما می‌دهند. وقتی متوجه شوید مشتری‌تان چه چیزی نیاز دارد و دست از متقاعد کردنش برای انجام کاری که ممکن است دوست نداشته باشد بردارید، آن‌ها به شما به عنوان یک مشاور ارزشمند نگاه خواهند کرد و در نتیجه خواهان انجام معامله با شما خواهند شد.

قانون شماره ۴: همان‌گونه که با خانواده و دوستانتان صحبت می‌کنید با مشتری صحبت کنید

هیچ وقت به حالت «فروش» با سخنرانی‌های بدشکل و کسل‌کننده و شعارهای تبلیغاتی وارد نشوید. الگوهای گفتاری مصنوعی، تن صدای اغراق‌شده و صدای کند و کسل‌کننده برای «القای فروش» امروز هرگز در محیط‌های حرفه‌ای فروش قابل پذیرش نیستند. معمولی (و البته مناسب) صحبت کنید، همان‌گونه که با دوستان و عزیزانتان صحبت می‌کنید.

قانون شماره ۵: به چیزی که مشتری تان نمی‌گوید هم توجه کنید

مشتری تان شتابزده است؟ آیا به نظر مضطرب و ناراحت می‌آید؟ اگر این‌طور است از آن‌ها بپرسید: «آیا الآن وقت مناسبی برای صحبت کردن است؟ اگر نیست می‌توانیم روز دیگری دیدار کنیم.» بیشتر فروشندگان آنقدر نگران چیزی که می‌خواهند بگویند هستند که فراموش می‌کنند در این مکالمه انسان دیگری هم شرکت دارد.

قانون شماره ۶: اگر سوالی از شما پرسیده شد آن را به طور خلاصه پاسخ داده و ادامه دهید

به یاد داشته باشید که شما اهمیت ندارید بلکه این مهم است که شما برای آن‌ها (مشتری) انتخاب درستی هستید یا نه.

قانون شماره ۷: تنها بعد از اینکه نیازهای مشتری خود را ارزیابی کردید به چیزهایی که برای ارائه دارید اشاره می‌کنید

کسی را می‌شناختم که با یک آدمک (مانکن) صحبت کرد (شوخی نمی‌کنم)! آنچنان در حالت سخنرانی عادت‌وار و خودکار خود گیر کرده بود که متوجه نشد مشتری‌اش نفس هم نمی‌کشد. در چنین تله‌ای گیر نیفتید. قبل از اینکه به چیزی که می‌خواهید بگویید فکر کنید. به کسی که می‌خواهید آن‌ها را به او بگویید توجه کنید.

قانون شماره ۸: از برگزاری یک سمینار سه ساعته در مورد محصول خودداری کنید

از پرحرفی در مورد چیزهایی که به حرف‌های مشتری تان ربطی ندارد خودداری کنید.

چند مورد که به نظرتان برای موقعیت مشتری مناسب است انتخاب کنید و به او در موردش بگویید (و اگر امکان دارد مزایا را از زبان خودش بازگو کنید).

قانون شماره ۹: از مشتری بپرسید که آیا مانعی سر راه آنان برای برداشتن قدم منطقی بعدی وجود دارد

بعد از گذر از ۸ قدم اول شما باید درک مناسبی از نیاز مشتری در ارتباط با محصول یا خدماتتان داشته باشید. با علم بر این و با وجود برقرار کردن احساس اعتماد و صمیمیت شما آماده‌اید که شکاف میان نیاز مشتری و چیزی که خودتان ارائه می‌دهید بردارید.

قانون شماره ۱۰: مشتری خود را دعوت به انجام کار کنید

این قانون نیاز به هرگونه «تکنیک تمام‌کننده» را از بین می‌برد زیرا توپ را در زمین مشتری انداخته‌اید. یک تمام‌کننده فروش توپ را در زمین شما نگه می‌دارد و تمام تمرکز را روی شما، فروشنده، حفظ می‌کند؛ اما شما این توجه را نمی‌خواهید. نمی‌خواهید که مشتری به یاد بیاورد که با یک فروشنده سروکار دارد. شما یک فروشنده نیستید. شما یک انسان هستید که یک محصول یا خدمات خاصی ارائه می‌دهد. اگر بتوانید مشتری‌تان را متوجه این موضوع کنید به درستی در راه تبدیل شدن به یک فروشنده عالی قرار دارید.