



خلاصه کتاب استراتژی‌های پیشرفته فروش خلاصه مطالب

- تفکری که نسبت به خود دارید، تعیین‌کننده تفکر خریداران نسبت به شما است.
- خود را رئیس کادر فروش بدانید.
- با افزایش قدرت فردی، نگرشی که نسبت به خود دارید را بهبود بخشید.
- باور داشته باشید به دلیل کار سخت و صادقانه شایسته هر موفقیتی هستید.
- سپاسگزار و قدردان باشید.
- رابطه با خریدار قلب فروش است.
- شناخت دکمه‌های حساس خریدار و فشار دادن آن‌ها، به ایجاد انگیزه خرید کمک می‌کند.
- ظاهر شما بر اشتیاق خریدار برای خرید اثر می‌گذارد.
- لباس هوشمندانه یکی از بایدهای فروش است.

• در سال‌های اخیر اهمیت نهایی کردن فروش در مقایسه با اهمیت اعتمادسازی و ایجاد ارتباط کاهش یافته است، اما ناتوانی در نهایی کردن فروش بعد از انجام سایر کارها، به اندازه یک فروش جدید هزینه دارد.

استراتژی‌های پیشرفته فروش

برایان تریسی دستورات عملی کاملاً ساختارمند و ساده برای فروشندگان تدارک دیده است. سبک نوشتاری او ساده است و عمداً به کارهای اثربخش و بی‌اثر در فروش اشاره می‌کند. تریسی یافتن نواقص استراتژی‌های فروش را ساده می‌کند، اما باعث نمی‌شود خود را مقصر بدانید. درحالی‌که اعتراف می‌کند بدون تغییر بعضی نواقص هم می‌توان موفق شد، اما نشان می‌دهد هر فروشنده‌ای با تصحیح آن‌ها موفق‌تر می‌شود. او اقداماتی عالی، خاص و محکم برای بهبود توان فروش ارائه می‌دهد.

مدیر سبز خواندن این کتاب را به فروشندگان نوپا و همچنین به متخصصینی پیشنهاد می‌دهد که می‌خواهند دانششان را به‌روز کنند. فروشندگان تازه‌کار می‌توانند استراتژی‌های فروش برای خود تعیین کنند، درحالی‌که کهنه‌کارها یک یا دو مطلب جدید می‌آموزند که آن‌ها را به اوج می‌رساند. مدیران فروش می‌توانند این کتاب فوق‌العاده را برای کارمندانشان تهیه کنند.

روانشناسی فروش

کیفیت تفکر، تعیین‌کننده کیفیت زندگی است. ۸۰ درصد موفقیت در فروش به نگرش و ۲۰ درصد به استعداد بستگی دارد. عزت‌نفس پائین دلیل اصلی شکست در فروش است. برای افزایش عزت‌نفس و غلبه بر ترس از طرد شدن، چند گام مثبت برای بهبود تصویر ذهنی‌تان از خود بردارید.

خود را کارمندی مستقل یا رئیس شرکت فروش حرفه‌ای‌تان ببینید. فکر کنید تنها شخص مسئول در تعیین سرنوشت اقتصادی‌تان هستید. ابتدای هر ماه چکی به

مبلغی که می‌خواهید در آن ماه کسب کنید، برای خود بنویسید. آن را به تاریخ آخر ماه صادر کنید. بقیه ماه به چگونگی کسب آن درآمد فکر کنید.

خود را مشاور بدانید نه فروشنده. به‌جای اینکه با هدف فروش به خریداران نزدیک شوید، با مشتریان ملاقات کرده و به حل مشکلاتشان کمک کنید. قبل از پیشنهاد محصول به خریدار شرایط او را کاملا درک کنید.

فروش با قانون طلایی (با دیگران طوری رفتار کنید که دوست دارید با شما رفتار کنند) را تمرین کنید. فقط کلمه رفتار را با فروش جایگزین کنید. اگر واقعا به خریداران اهمیت دهید، قبل از جلسه با آنها آماده می‌شوید و پیشنهادهای خوبی ارائه می‌دهید.

قدرت فردیتان را بهبود بخشید

اگر مردم دوستتان داشته باشند و از بودن در کنارشان لذت ببرند، خرید می‌کنند. آنها مستقیما به شخصیتتان پاسخ می‌دهند. نگرشی که نسبت به خود دارید تعیین‌کننده نگرش خریداران نسبت به شما است.

می‌توانید قدرت فردی خود را در هفت گام بهبود بخشید:

۱. مسئولیت کارتان را بپذیرید. به‌جای بهانه آوردن هنگام خراب شدن کارها، تقصیر را بپذیرید. آن وقت می‌توانید به روش‌های اجتناب از تکرار مجدد آن اشتباه فکر کنید.

۲. تعبیر مثبتی از مسائل داشته باشید. در مواجهه با مشکلات خوش‌بین باشید، زیرا باعث می‌شود مشکلاتی که باعث تضعیف روحیه و ناامیدی بدبین‌ها می‌شود را از میدان به در کنید.

۳. به عالی بودن متعهد باشید. باور کنید شایسته بهترین‌ها هستید. بسیاری افراد نمی‌توانند بر مانع «استحقاق نداشتن» غلبه کنند. بدانید در سایه کار سخت و صادقانه و عزم و اراده شایسته هر موفقیتی هستید.

۴. مقاومت. باید بیش از دیگران مشتاق ماندن و کار کردن باشید. اگر به خود و توانایی‌تان برای موفقیت باور داشته باشید، مقاومتتان افزایش می‌یابد. وقتی خسته و ناامید هستید، نظم شخصی لازم برای ادامه راه را داشته باشید.

۵. صداقت. خریداران صداقت را مهم‌ترین ویژگی فروشنده می‌دانند. یکرنگی باعث اعتماد به نفس می‌شود. اگر با خود و اطرافیان روراست باشید، احساس بهتری نسبت به خودتان پیدا می‌کنید. در رفتار و گفتارتان کاملاً صادق باشید.

۶. سپاسگزار باشید. برای داشتن سلامتی، خانواده، خانه، ماشین و کار سپاسگزار باشید. هرگز مشکلات یا نگرانی‌های شخصی را با خریداران در میان نگذارید. بگویید: «وضع کسب‌وکار عالی است» و «بهتر از این نمی‌شود». اگر به مردم بگویید از زندگی‌تان راضی هستید، در واقعیت هم شادتر می‌شوید.

۷. اهداف شفاف و خاصی تعیین کنید. این کار هدف عمیقی به شما می‌دهد که وجه تمایز فروشندگان برتر است. برای هر ماه، فصل و سال اهداف فروش و درآمد مکتوب داشته باشید. همچنین، اهدافی برای سلامتی، خانه و خانواده‌تان بنویسید. اهداف باعث می‌شوند زمان و منابعتان را هوشمندانه‌تر اختصاص دهید.

رابطه با خریدار: قلب فروش

ایجاد و حفظ روابط باکیفیت با خریداران جوهره فروش حرفه‌ای در عصر جدید است. قابل اعتماد و معتبر باشید.

همه فروشندگان برتر هفت ویژگی دارند:

۱. هرگز انتقاد، شکایت و محکوم نمی‌کنند. مردم افراد شاد و راحت را دوست دارند. از زندگی شخصی‌تان شکایت یا از رقبا انتقاد نکنید. تنها نگرانی‌تان در دنیا حل مشکل خریدار است.

۲. پذیرش. یاد بگیرید دیگران را بدون قضاوت یا انتقاد بپذیرید. لبخند بزنید. گرم و

دوستانه باشید. هر چه پذیرش بیشتری نسبت به دیگران داشته باشید، آن‌ها هم بیشتر پذیرای شما هستند.

۳. تأیید. وقتی موفقیت‌های دیگران را ببینید، احساس خوبی پیدا می‌کنند. همیشه دنبال فرصتی برای تقدیر از دیگران باشید. خواهید دید همه‌جا از شما استقبال می‌کنند.

۴. تشکر. فقط بگویید «متشکرم». وقتی از کسی تشکر می‌کنید، عزت‌نفس او افزایش می‌یابد. عادت کنید از هر کسی برای هر کاری تشکر کنید.

۵. تحسین. تحسین صمیمانه خود نسبت به ویژگی‌ها، موفقیت‌ها یا دارایی‌های یک نفر را ابراز کنید. اگر کاری کنید مردم احساس خوبی نسبت به زندگی‌شان داشته باشند، آن‌ها نیز حس خوبی به شما پیدا می‌کنند.

۶. توافق. هرگز با خریدار احتمالی بحث نکنید. حتی اگر آن شخص کاملاً اشتباه می‌کند، آن را به زبان نیاورید. ایجاد ارتباط مهم‌تر از حق‌به‌جانب بودن است.

۷. توجه دقیق. گوش دادن به خریدار کاری فوق‌العاده است و مقاومت و تردید اولیه که مانع روابط فروش جدید است را از بین می‌برد.

انگیزه دادن برای خرید

قفسه سینه خریدار پر از دکمه است. دکمه‌های سبز نشانه احساسات مثبت مثل عشق، غرور و امنیت هستند و دکمه‌های قرمز احساسات منفی مانند ترس، عصبانیت و خشم را نشان می‌دهند. باید تا حد ممکن دکمه‌های سبز را فشار دهید و از دکمه‌های قرمز دوری کنید (مگر اینکه دکمه قرمز به هدف‌تان کمک کند). شاید لازم باشد برای نشان دادن ضررهای نخریدن محصول، دکمه قرمز خریدار را فشار دهید.

اشتیاق به دست آوردن و ترس از دست دادن دو دلیل اصلی خرید است. در هر ارائه فروش از این دو محرک استفاده کنید.

بر خریدار احتمالی اثر بگذارید

ظاهر شما بر تصمیم خرید اثر می‌گذارد. باید برای موفقیت لباس بپوشید. لباس هوشمندانه یکی از الزامات فروش است. نمی‌توانید با لباس ارزان‌قیمت محصول را به خریداران پردرآمد بفروشید. نکات دیگر:

برای آقایان

- فقط کراوات ابریشمی بزنید. پلی‌استر قابل قبول نیست. رنگ کراوات باید با رنگ کت و شلوار هماهنگ باشد. سایه یا طرح کراوات باید با پیراهن هماهنگ باشد.
- جوراب باید تیره‌تر از شلوار و تکرنگ باشد. کفش مشکی بپوشید. قهوه‌ای خوش‌رنگ هم مناسب است. انتخاب با خودتان است.
- موی صورت مانع موفقیت است. یک فرد موفق ریش‌دار با اصلاح آن موفق‌تر می‌شود. مردم حس می‌کنند افراد ریش‌دار چیزی را پنهان می‌کنند. سیبیل نشانه سردرگمی است، انگار نتوانستید برای ریش گذاشتن تصمیم بگیرید و این سردرگمی را با سیبیل جبران کرده‌اید.
- موی بلند اصلاً پذیرفتنی نیست. همین.

برای بانوان

- مردم به ظاهر آراسته و طرز لباس پوشیدنشان بسیار دقت می‌کنند.
- وقتی لباس می‌خرید، دو برابر همان پول را صرف خرید نصف آن لباس‌ها کنید و لباس‌های گران‌تری بخرید.

برای آقایان و بانوان

- کفش‌هایتان باید همیشه واکس‌خورده باشد.
- دندان‌های خراب، کثیف یا نامرتب سالانه باعث هزاران دلار ضرر در فروش

می‌شود.

- به بوی بدنتان حساس باشید. صبح‌ها قبل از خارج شدن از خانه کارهای بهداشتی لازم را انجام دهید.
- اگر سیگار می‌کشید، مسواک بزنید، دستتان را بشویید، از دهان‌شویه استفاده کنید و در فضای باز سیگار بکشید تا دود خارج شود. سعی کنید این عادت خود را تا حد ممکن مخفی نگه‌دارید.
- خریداران سرناپایتان را ورنه‌انداز می‌کنند و آن‌وقت تصمیم می‌گیرند شما را جدی بگیرند یا نه.

خریداران مناسبی پیدا کنید

اگر در ابتدای فرایند فروش خریدار احتمالی را در یکی از چهار گروه زیر دسته‌بندی کنید، فروش پرباری خواهید داشت:

۱. خریدار موفق: این فرد کسی است که کسب‌وکارش خوب پیش می‌رود. فروش به این گروه بسیار ساده است، زیرا خودشان موفق هستند و می‌خواهند بهتر شوند. به آن‌ها نشان دهید چطور با خرید از شما شرایط فعلی‌شان بهبود می‌یابد.

۲. خریدار مشکل‌دار: این فرد محصولات و خدمات شما را حلال مشکل می‌داند. خریداران مشکل‌دار در ملاقات اول هیچ علاقه‌ای به محصولات و خدماتتان نشان نمی‌دهند. با این وجود، اگر در ابتدا علاقه‌ای نشان ندادند، احتمالاً آن را از شخص دیگری خریده‌اند. به آن‌ها بگویید محصول یا خدمتتان چه کمکی به افرادی با شرایط مشابه کرده است. اگر به نفعشان است، اجازه دهید شما برای خودشان تصمیم بگیرند.

۳. خریدار راحت‌طلب: این خریدار از شرایط موجود راضی است و نیازی به تغییر نمی‌بیند. از آنجاکه این افراد هیچ فوریتی برای حل مشکل ندارند، فرصت خوبی برای فروش محصول نیستند.

۴. خریدار منفی: این افراد نفرت‌انگیز هستند. فروشندگان را تحقیر می‌کنند و اغلب معتقدند خرید محصول یا خدمت شما هدر دادن پول است. هرگاه فهمیدید با خریدار نوع چهار روبه‌رو هستید، مودبانه گفتگوی فروش را تمام کنید.

نهایی کردن فروش: بازی آخر

اهمیت نهایی کردن فروش در مقایسه با اهمیت اعتمادسازی، تعیین نیازها و ارائه راه‌حل کاهش یافته است. هنوز هم نهایی کردن، آخرین مرحله فروش است. در این قسمت به چند تکنیک محبوب و موثر این کار اشاره می‌کنیم:

- **نهایی کردن با دعوت:** ساده، آسان و با وقار است. فروش را به این شکل نهایی کنید: «تاکنون همه‌چیز خوب پیش رفته است؟» اگر مطمئن شدید خریدار هیچ اعتراضی ندارد، او را به خرید دعوت کنید. «اگر چیزی که نشان دادم را دوست دارید، چرا امتحانش نمی‌کنید؟»
- **نهایی کردن با ارائه فرضیه:** با این روش ذهن خریدار را از تصمیم خرید به مالکیت محصول و لذت بردن از آن معطوف کنید. بپرسید: «آیا تا اینجا از محصول راضی بوده‌اید؟» اگر جواب مثبت داد، بگویید: «در گام بعدی باید تایید شما را بگیرم و آن را با شرکت هماهنگ کنم. برنامه‌ریزی اولیه را تا سه روز آینده انجام می‌دهیم و کل سیستم تا آخر ماه نصب و اجرایی می‌شود.»
- **نهایی کردن با ارائه جایگزین:** این روش برای خریدارانی جذاب است که گزینه‌های متعدد را دوست دارند. با پرسیدن: «کدام را ترجیح می‌دهید، الف یا ب؟» فروش را نهایی کنید. تصمیم خریدار هر چه باشد، فروش انجام می‌شود. سعی کنید دو گزینه ارائه کنید. حتی اگر یک محصول هم ارائه می‌کنید می‌توانید از این روش استفاده کنید. چند گزینه برای روش پرداخت یا ارسال ارائه دهید.

درباره نویسنده

برایان تریسی هر سال برای بیش از ۱۰۰ هزار نفر سمینارهای عمومی و خصوصی برگزار می‌کند. خودروسازی فورد، شرکت بیمه عمر Northwestern و IBM و Hewlett-Packard از مشتریان او هستند. او نویسنده کتاب «موفقیت حداکثری» و نویسنده/راوی بیش از ۳۰ برنامه آموزشی صوتی و تصویری است.