



خلاصه کتاب ۲۱.۵ قانون تغییرناپذیر فروش خلاصه مطالب

- اگر همیشه از ۲۱.۵ قانون فروش پیروی کنید، می‌توانید قواعد معمولی فروش را نادیده بگیرید.
- فروشندگان موفق رفتار، تفکر، تاکتیک‌ها، استراتژی‌ها و اقدامات خود را با این قوانین هماهنگ می‌کنند.
- با هیچ‌کس تماس نگیرید. خود را با نوشتن مقالات و سخنرانی‌ها نشان دهید تا خریداران احتمالی با شما تماس بگیرند.
- برای جذب خریداران جدید از اینترنت، فیس‌بوک، لینکدین، توییتر و وبلاگ استفاده کنید.
- اگر بامزه باشید، خریداران دسته‌دسته به سویتان می‌آیند. هرگز جک نگویید، اما اگر شرایط مناسب است، داستان‌های بامزه تعریف کنید.
- مثبت و خوش‌بین باشید.

- اگر خودتان را باور داشته باشید، خریداران فعلی و احتمالی هم باورتان می‌کنند.
- هرگز چیزی را تحمیل نکنید، اما قاطع و باثبات باشید.
- برای جلب وفاداری خریداران، همیشه بیشترین ارزش را ارائه کنید.
- مهم‌ترین قانون فروش این است: همواره کارهای درست را انجام دهید.

آنچه در این چکیده می‌آموزید

جفری گیتومر نویسنده ۱۲ کتاب از جمله کتاب پرفروش «کتاب کوچک قرمز فروش» است. ۴ میلیون نفر ستون «فعالیت‌های فروش» او را خوانده‌اند، بیش از ۲۵۰.۰۰۰ نفر مجله هفتگی ایمیلی او به نام «کافئین فروش» را دریافت کرده‌اند و سالانه بیش از ۱۰۰ سخنرانی دارد. گیتومر یک دستوراالعمل سیار آموزش فروش با لبخندی فوق‌العاده است. او نصایحی درباره فروش دارد که شاید مخصوص او نباشند، اما ارزشمند هستند.

متأسفانه، جدیدترین کتاب او چند نکته ناخوشایند دارد، از جمله نقل‌قول‌های پیش‌پاافتاده‌ای درباره فروش که با حروف بزرگ و برعکس نوشته شده و با یک حرف بزرگ جی با یک تاج (به نشانه گیتومر) به نویسنده نسبت داده شده است. او ادعا می‌کند «مطمئنم با من موافق هستید، این کتاب فوق‌العاده است». خوب! هم موافق هستیم و هم مخالف: این کتاب یک دستوراالعمل فروش با چاشنی خودبزرگ‌بینی است، اما شاید نشان‌دهنده قدرتی باشد که در فروش لازم است. ارتش پیروان وفادار گیتومر عاشق ذره‌ذره اطلاعات او هستند. مدیرسبز معتقد است او بهترین‌ها را به فروشندگان ارائه می‌دهد.

از قوانین پیروی کنید

اگر می‌خواهید در فروش موفق شوید، نباید ۲۱.۵ قانون اصلی فروش (حقایق آشکار حرفه‌تان) را نقض کنید. فروشندگان موفق نگرش، تفکر، تاکتیک‌ها، استراتژی‌ها و اقدامات‌شان را با این قوانین هماهنگ می‌کنند. برای موفقیت در فروش باید در این

قوانین تغییرناپذیر استاد شوید:

۱. خریداران مشتاق را جذب کنید. از «نسبت ۹۵/۹۵» درست استفاده کنید: وقتی مشتری احتمالی تماس می‌گیرد، شانس فروش به او ۹۵ درصد است. وقتی شما تماس بگیرید، خطر بی‌پاسخ ماندن‌تان ۹۵ درصد است و ۱۰۰ درصد حرف‌تان را قطع می‌کنند. تماس تلفنی را فراموش کنید. مشتریان احتمالی جدید را در توییت و لینکدین پیدا کنید. به گروه‌ها و شبکه‌های مدیران پیوندید. برای نشان دادن مهارت‌تان مقاله بنویسید و سخنرانی کنید. از مشتریان فعلی بخواهید خریداران دیگری معرفی کنند.

۲. پاسخ مثبت دهید! فروش کار سختی است. باید از عهده رقبا، اعتراض خریداران و سایر فشارهای روزانه برآیید. اگر نگرش درستی نداشته باشید، سرخورده می‌شوید. خوش‌بین و مثبت باشید. همیشه به پاسخ مثبت فکر کنید و هرگز پاسخ منفی ندهید. اگر نگرش «پاسخ مثبت» را پیش بگیرید، مشتریان دائمی و احتمالی از بودن در کنارشان و معامله با شما لذت می‌برند. برای مثبت باقی ماندن، هر روز حداقل به یک نفر مهربانی کنید. هر حرف و کاری را با لبخند انجام دهید.

۳. قبل از موفقیت آن را باور کنید. هر چه بیشتر خودتان را باور داشته باشید، فروش بیشتری دارید. وقتی خودباوری را کنترل کنید، میزان فروش هم کنترل می‌شود. خریداران و مشتریان احتمالی نیز اعتماد به‌نفس‌تان را احساس کرده و شما را باور می‌کنند. باور به خویش‌تن «چاشنی اسرارآمیز» موفقیت است. همچنین باید باور عمیقی به شرکت و محصولات و خدمات آن داشته باشید.

۴. شوخ‌طبع باشید. مشتریان احتمالی و خریداران عاشق ارتباط با افرادی هستند که آن‌ها را بخندانند. مردم به حرف‌های بامزه‌تان توجه می‌کنند. همیشه می‌خواهند مطالب جالب بیشتری از شما بشنوند. هرچه بامزه‌تر باشید، فروش بیشتری دارید. اگر بامزه نیستید، روش آن را یاد بگیرید. هرگز جُک نگویید، اما در زمان مناسب داستان‌های بامزه تعریف کنید. داستان‌هایی از تجربه‌های شخصی خود یا مواردی که در پیرامونتان دیده‌اید، بگویید. روش کم‌دین‌ها برای خنداندن مردم را یاد بگیرید و

روش داستان‌گویی‌تان را بر اساس آن طراحی کنید.

۵. برند اختصاصی‌تان را بسازید. دیگر زمان رزومه و معرف گذشته است. با وجود اینترنت، گوگل، وبلاگ‌ها و رسانه‌های اجتماعی، برند حرفه‌ای‌تان بیش از هر چیز اهمیت دارد. اجزای یک برند اختصاصی قوی عبارتند از دوست‌داشتنی بودن، باورپذیر بودن، در دسترس بودن، سازگار بودن و قابلیت جذب اعتماد داشتن. برای معرفی برند خود به خریداران فعلی و احتمالی «مجله الکترونیکی» هفتگی منتشر کنید. یک دامین به نام خودتان بخرید. اگر آن دامین قبلاً خریده شده، با اضافه کردن صفت «عالی» اسم سایت جدیدتان را تغییر دهید. وبسایت زیبایی تهیه کنید که تبلیغی برای خود و برندتان باشد. زمینه و موضوعی مثبت و مرتبط مثل «روش برخورد من با خریداران» را انتخاب کنید.

۶. شهرت کسب کنید. شهرت شما برندتان را کامل می‌کند و بسیار مهم است. اجزای تشکیل‌دهنده شهرت عبارتند از: «شهرت شرکت و محصولات و خدمات آن» و «افرادی که با آن‌ها معامله می‌کنید و شهرت فردی‌تان». برای کسب شهرت ارزشمند، همیشه به تعهدات عمل کنید. دوستانه و در دسترس باشید. خدمات اختصاصی دقیقی ارائه دهید که رقبا توان انجام آن را نداشته باشند. به خریداران فعلی و احتمالی کمک کنید کسب‌وکارشان را بسازند. نکات مهم فروش را در یک مجله ایمیلی برایشان ارسال کنید. اگر می‌توانید مشتریان جدیدی به خریداران فعلی معرفی کنید تا آن‌ها نیز برای تامین سفارش مشتریان جدید دوباره به شما مراجعه کنند. عاشق این کارتان می‌شوند.

۷. قاطع و مقاوم باشید. خریداران احتمالی فروشندگان خیلی پیگیر را دوست ندارند. بنابراین، بدون ایجاد مزاحمت قاطع باشید. قاطع بودن نتیجه باور عمیقی است که به خود، شرکت، محصولات و خدمات و رفتار مثبت قدرتمندتان دارید. سعی کنید احساس «پیش‌بینی مثبت»، آمادگی کامل و انتقال ارزش را به خریداران منتقل کنید. در طول ارائه‌های فروش و پیگیری‌ها، قاطع باشید. در همه کارها ثابت‌قدم باشید.

۸. برتری‌تان را نمایش دهید. فروشندگان برتر در همه فعالیت‌های شغلی برتر از دیگران هستند. فروشندگان برتر نیز مانند ویلت چمبرلین که در یک مسابقه بسکتبال حرفه‌ای به امتیاز باورنکردنی ۱۰۰ رسید یا الویس پریسلی که سلطان صحنه‌ها بود، سخت تلاش می‌کنند تا معیارهای عالی و ماندگاری در صنعتشان ایجاد کنند. فروشندگان کارها و فعالیت‌های خود را کنترل می‌کنند و بنابراین فرصت‌های نشان دادن برتری‌شان را نیز در کنترل دارند. خریداران نه همه بلکه فقط فروشندگان خاص را «عالی» می‌دانند. سعی کنید در نظر افرادی که با آن‌ها معامله می‌کنید، عالی باشید.

۹. نخست، ارزش ارائه دهید. به‌منظور ایجاد ارزش برای خریداران، ببینید ارزش را در چه می‌دانند: در افزایش فروش، کارمندان و خریداران وفادارتر، بهره‌وری بالا، روحیه بهتر، سود بیشتر و حذف مشکلات؟ آیا اینها مواردی هستند که مشتری دریافت می‌کند؟ اگر مطمئن نیستید، «ارزش» را دوباره تعریف کنید. سوابق فروش را بررسی کرده و موارد مهم از نظر خریداران را مشخص کنید. با ۱۰ خریدار برتر تماس بگیرید و بپرسید چه ارزشی به آن‌ها ارائه می‌کنید. از آن اطلاعات برای تعریف مجدد «ارزش» استفاده کنید.

۱۰. از زاویه دید آن‌ها ارتباط برقرار کنید. آیا نقطه تمرکز کسب‌وکار و پیام‌هایی که انتقال می‌دهید، بر اساس «ما» است یا «آن‌ها»؟ برای خریداران بسیار مهم است که شما بخشی از تیمشان باشید. با ظهور اینترنت، افزایش محصولات رقابتی و رقابت گسترده، خریداران حرف اول را می‌زنند. به جای «من» و «ما» بر «شما» و «آن‌ها» تمرکز کنید.

۱۱. قبل از سخن گفتن، سوال کنید. اگر ندانید خریداران چه می‌خواهند، نمی‌توانید ارزش درستی را انتقال دهید. موارد مهم از نظر آن‌ها را بشناسید. «سوالات منطقی» مثل «حقوق فعلی‌تان چقدر است؟» نپرسید. بهترین جواب چنین سوالی این است: «به شما مربوط نیست!» در عوض، سوالات احساسی بپرسید: مثلا «آرزو دارید به چه جایگاهی برسید؟» «چگونه از آن در کسب‌وکارتان استفاده می‌کنید؟» «چه کمکی به هدف‌تان می‌کند؟» هرگز نپرسید «کسب‌وکارتان را چند می‌فروشید؟» با این سوال خود

را «دلال قیمت» نشان می‌دهید. در عوض، همیشه «ارائه‌دهنده ارزش» باشید.

۱۲. خدمتی به یادماندنی ارائه دهید. موفقیت بلندمدت در فروش نیازمند ارائه خدمات عالی است. زاپوس، لکسوس و نوردسترام با این روش در بازار موفق شده‌اند. شما هم می‌توانید در بازار خودتان موفق شوید. از هر فرصتی برای ارائه خدمات فراموش‌نشدنی استفاده کنید. دو اصل خدمات فوق‌العاده عبارتند از «نگران خودتان نباشید، نگران آن‌ها باشید» و «نگوید چه کاری از عهده‌تان ساخته نیست، بگوید چه کاری از دستتان برمی‌آید».

۱۳. وفاداری را جبران کنید. خریداران وفادار نقطه اوج موفقیت تجاری هستند. اگر خریداران وفادار باشند، از کسب‌وکار با شما خوشنود هستند و نزد دوستان و آشنایان از شما تعریف می‌کنند. با دوستانه بودن و ارائه خدمات سریع این وفاداری را جبران کنید. مطمئن شوید خریداران از هر تعاملی با شما و شرکتتان راضی هستند. فقط آن‌ها را راضی نکنید، کاری کنید دیوانه‌وار دوستتان داشته باشند.

۱۴. اعتماد جلب کنید. نخست به دیگران اعتماد کنید - اعتمادی که جلب می‌کنید نتیجه اعتمادی است که به دیگران کرده‌اید. هیچ‌کس از فروشنده غیرقابل‌اعتماد خرید نمی‌کند. برای جلب اعتماد، کاملاً قابل‌اعتماد باشید. همیشه کارهای درست انجام دهید. حساسیتتان را نشان دهید. به مردم نشان دهید برای اعتمادشان ارزش زیادی قائل هستید. همیشه در تعامل با دیگران ثابت‌قدم باشید.

۱۵. از صدای خریداران استفاده کنید. صدای خریدار از صدای ۱۰۰۰ فروشنده بلندتر است. تعریف و تقدیر یک خریدار به اندازه چندین ارائه فروش می‌ارزد. مشتریان بسیار راضی که از شما تقدیر می‌کنند، بی‌نهایت معتبرتر از فروشندگان هستند. تقدیرنامه شاهی خاص و لازم است که باعث می‌شود خریداران حتی قبل از اطمینان برای خرید، تقاضایشان را مطرح کنند.

۱۶. دلیل را کشف کنید. شما محصول فوق‌العاده‌ای دارید و ارائه فروش فوق‌العاده‌ای هم داشته‌اید، اما وقتی نوبت به تصمیم خریدار می‌رسد، اغلب این جمله را می‌شنوید «می‌خواهم درباره‌اش فکر کنم». به‌عنوان یک فروشنده حرفه‌ای باید

بفهمید چه اتفاقی افتاده است. از خود بپرسید چرا خریدار در لحظه آخر پشیمان شد؟ باید بدانید کجای کار هستید و برای عملکرد بهتر در تعامل بعدی باید چه کنید. با پرسیدن «چرا» خریدار را عصبانی نکنید. سعی کنید او را متهم نکنید. مثلاً بپرسید «در چه صورتی این محصول را می‌خرید؟» به این ترتیب، نه تنها بحث را مدیریت می‌کنید، بلکه موارد لازم را هم می‌فهمید. این تلاش را به خودتان بدهکارید.

۱۷. برای موفقیت مصمم باشید. چه چیزی به شما انگیزه می‌دهد؟ می‌خواهید به چه جایگاهی برسید؟ برای پاسخ دادن به این سوال، اهداف، فوریت‌ها، انگیزه‌ها و آرزوهایتان را بررسی کنید. اگر اهداف صادقانه و خالصانه نداشته باشید، به هیچ جا نمی‌رسید. «نیروی هدف» بسیار قوی‌تر است. «هدفم این است که آن را بفروشم» بسیار بهتر از «آن را می‌فروشم» است. جمله دوم آزمایشی است نه قطعی. قطعیت عامل همه تفاوت‌ها در فروش است.

۱۸. متفاوت جلوه کنید. اگر محصول یا خدمتتان مانند بقیه است، چرا خریدار احتمالی باید از شما خرید کند؟ برای فروش باید به سوال «چرا باید از شما خرید کنم؟» پاسخ دهید. «قیمت» پاسخ درستی نیست. «چون خاص هستیم» پاسخ بهتری است. خریدار قبل از محصول یا خدمت، شما را می‌خرد. اگر باور داشته باشد در مقایسه با رقبا ارزش بیشتری ارائه می‌کنید، قیمت اهمیت چندانی ندارد.

۱۹. پویا باشید. آیا سخنران فوق‌العاده‌ای هستید؟ آیا می‌توانید یک سخنرانی معمولی را به اجرایی تاثیرگذار تبدیل کنید؟ یادگیری سخنرانی عالی نیازمند سخت‌کوشی، تمرین و عشق است. برای ارائه سخنرانی قدرتمند باید موضوع را به خوبی بشناسید، سخنانتان را باور داشته باشید و اطلاعات مفید، به روز و ارزشمندی ارائه کنید.

۲۰. افراد را جذب کنید، مشارکت دهید و مرتبط کنید. در کنار روش‌های آنلاین از روش‌های سنتی مانند سمینارها، جشن‌ها، انجمن‌های تخصصی و شبکه‌سازی رودررو استفاده کنید. «رسانه‌های اجتماعی نسخه جدید تماس تلفنی هستند». در فیس‌بوک، توئیتر، لینکدین و یوتیوب فعال باشید. وبلاگ بنویسید. یک مجله

الکترونیکی هفتگی تهیه و توزیع کنید.

۲۱. بدون درخواست، درآمد کسب کنید. خریداران به این دلیل که از آن‌ها خواسته‌اید یا برایشان سخنرانی کرده‌اید، خرید نمی‌کنند. در عوض به خاطر گفتار و رفتارشان، به خاطر «تمایز مشخص» و به خاطر «ارزش مشخص محصولات یا خدمات» خرید می‌کنند. نهایی کردن فروش تاثیر چندانی در فروش ندارد، بلکه آغاز کار مهم است. به عبارت دیگر، وقتی بیشتر می‌فروشید که فروش را در دست بگیرید نه اینکه فقط از مشتری بخواهید خرید کند. برای در دست گرفتن فروش باید آماده، مطمئن به نفس، معتبر، دوستانه و علاقه‌مند باشید.

۲۱.۵. یا عاشقش باشید یا ترکش کنید. آیا به‌عنوان فروشنده عاشق شغل خود و گام‌هایی که هر روز باید برای موفقیت بردارید، هستید؟ اگر چنین نیست، فوراً دنبال یک کار دیگر بروید. اگر عاشق فروش نباشید، هرگز خوشحال نیستید، رنج می‌کشید و درآمد چندانی ندارید. نگاهی طولانی و عمیق به خود و سبک مطلوب زندگی‌تان بیندازید. اگر متوجه شدید فروش شغل مناسبی برای‌تان است، خود را وقف تبدیل شدن به بهترین فروشنده کنید. سپس همه کارهای لازم برای رسیدن به این هدف را انجام دهید.

کارهای درست را انجام دهید

یک قانون فروش قبل از سایر قوانین می‌آید و به خاطر اهمیت زیادش اصلاً شماره ندارد. آن قدر مهم است که به‌تنهایی مطرح می‌شود و سایر قوانین بدون آن بی‌معنی هستند.

این قانون مهم این است «کار درست را انجام دهید». برای موفقیت در فروش، همیشه باید کارهای درست را انجام دهید. برای استاد شدن در ۲۱.۵ قانون تغییرناپذیر فروش، بدون توجه به فشار «رقابت و زیان» کارهای درست را انجام دهید. بدون توجه به برنامه فروش، نیازهای مشتری را در اولویت قرار دهید. کارهایی

انجام دهید که به رشد کاری‌تان در درازمدت کمک کند. برای حفظ و حراست شهرتتان، اخلاق را سرلوحه تصمیمات کاری قرار دهید.

فقط کار نکنید، بلکه کار درست را انجام دهید. برای مثال، «تماس برای پیگیری» فقط کار است، اما گذاشتن یک پیغام ارزشمند یا ارائه اطلاعات مفید، کار درست است. اختصاص زمان برای ایجاد ارتباط، کار درست است. اضافه‌کاری برای یافتن مشتری جدید برای خریدار احتمالی و معرفی آن‌ها به یکدیگر، کار درست است. تماس هفتگی با خریداران، کار درست است. ارسال منظم اطلاعات مفید برای به سود رساندن خریداران کار درست است.

انجام کار درست نیازمند «نظم و ثبات فردی» است، زیرا اصلاً ساده نیست. از کارهای درست کوچک آغاز کنید و مثلاً یکی از خریداران را به‌صرف قهوه صبحگاهی دعوت کنید.

انجام کار درست را همین الان آغاز کنید. هر یک از قوانین بالا را عملی کنید و به انجام آن متعهد باشید. قوانین را مرور کنید، آن‌ها را با صدای بلند و در قالب جمله «... را انجام خواهیم داد» تکرار کنید. ۵ قانون را انتخاب کنید و در آن‌ها استاد شوید و سپس سراغ قوانین دیگر بروید.

درباره نویسنده

جفری گیتومر کتاب کوچک قرمز فروش و ۱۱ کتاب دیگر درباره فروش نگاشته است. او مربی، برگزارکننده وبینار و مشاور است و سخنرانی‌های متعددی پیرامون فروش در شرکت‌های بزرگ و همچنین برای عموم ارائه داده است.