



## ۵ روش بیش فروشی برای افزایش فروش

بیش فروشی یا Upselling یک کار ظریف است. شما می‌خواهید مشتریان را تشویق کنید تا بیشترین بهره را از محصولات یا خدمات خود ببرند (و درآمد خود را افزایش دهید)، اما نمی‌خواهید شبیه یک فروشنده سمج به نظر برسید.

کار فروش به‌خودی خود یک تجربه منفی را ایجاد نمی‌کند. بالاخره، مردم وقتی به ماشین نیاز داشته باشند به نمایندگی‌های خودرو می‌روند و خرید می‌کنند. ولی تکنیک‌های بیش فروشی اگر درست استفاده نشود، تاثیر منفی می‌گذارد. یک فروشنده خوب خودرو نیازهای مشتریان خود را پیدا می‌کند و فقط بر اساس آنچه بیشترین ارزش را ایجاد می‌کند، بیش فروشی می‌کند.

بیش فروشی هنگامی که به درستی انجام شود، می‌تواند منجر به افزایش سود و رضایت بیشتر مشتریان شود.

در این مقاله، به شما چند تاکتیک بیش فروشی و بهترین شیوه‌هایی را ارائه می‌دهیم که می‌توانید به راحتی در استراتژی بازاریابی خود پیاده‌سازی کنید.

## بیش فروشی چیست؟

بیش فروشی یک تکنیک فروش است که در آن یک خرده‌فروش یا بازاریاب، با تبلیغ ارتقای محصول، ویژگی‌های اضافی، یا یک نسخه گران‌تر، مشتری را تشویق می‌کند تا پول بیشتری خرج کند. هدف از این کار افزایش مبلغ میانگین هر سفارش است.

می‌دانم به چه فکر می‌کنید. وقتی اینطور توضیحش بدهیم، شبیه آن فروشندگانی هستیم که سبب اتومبیل به نظر می‌رسد. اما در واقع، بیش فروشی کمک می‌کند تا یک موقعیت برد-برد هم برای شما و هم برای مشتری‌تان فراهم شود که در انتها هر دو طرف راضی باشند.

بیش فروشی یعنی پیشنهاد دادن چیزی بهتر: جایگزین کردن کالا یا خدمتی که مشتری از قبل انتخاب کرده است با یک مورد گران‌تر که ارزشش به مراتب بیشتر از آن است. ارائه می‌دهد.

## بیش فروشی در مقابل فروش مکمل

هم بیش فروشی (UpSelling) و هم فروش مکمل (Cross-Selling) استراتژی‌هایی هستند که با ارائه ارزش افزوده، درآمد را به حداکثر می‌رسانند و رضایت مشتری را افزایش می‌دهند. هر دوی این راهکارها زیرمجموعه «فروش پیشنهادی» قرار می‌گیرند، اما تفاوت‌های جزئی با هم دارند.

بیش فروشی شامل متقاعد کردن مشتری برای خرید یک نسخه گران‌تر یا ویژگی‌های اضافی برای محصولی است که در نظر دارد. در مقابل، فروش مکمل شامل ارائه محصولات یا خدمات مکمل یا مرتبط است تا مشتری تشویق شود دامنه خرید خود را گسترش دهد.

اغلب، بیش فروشی در حین فرآیند فروش اولیه، زمانی که مشتری در حال تصمیم

گیری است و قبل از نهایی کردن خرید اتفاق می‌افتد. از طرف دیگر، فروش مکمل در طول و بعد از انجام خرید صورت می‌گیرد. اگر تا به حال از آمازون خرید کرده باشید، با بخش «محصولات پیشنهادی» در ایمیل‌های پس از فروش آنها آشنا هستید.

## ۵ روش بیش‌فروشی

### ۱. ارتقا محصول به نسخه‌های بهتر

این مورد به ارائه نسخه‌های ممتاز از یک محصول یا خدمت با سطوح مختلف کیفیت یا امکانات اشاره می‌کند. اگر دوباره از صنعت خودرو مثال بزنیم، اکثر مدل‌ها فقط یک نسخه ندارند. آنها دارای گریدهای مختلفی هستند که هر کدام دارای ویژگی‌ها و ارتقا ویژه خود نسبت به نسخه‌های قبلی هستند.

### ۲. گارانتی طولانی‌تر

آیا تا به حال یک وسیله الکترونیکی گران‌قیمت خریده‌اید و از شما پرسیده باشند که آیا می‌خواهید گارانتی را از ۱ سال به ۲ سال تمدید کنید؟ این هم نوعی بیش‌فروشی بوده است!

### ۳. سفارشی‌سازی

سفارشی‌سازی شامل این می‌شود که به مشتری اجازه دهید مواد اولیه، ظاهر یا طراحی محصول را تغییر دهد. یک مثال خوب از این مورد زمانی است که برندها به شما امکان می‌دهند حکاکی سفارشی‌شده را به محصولات چرمی خود مثلا کیف اضافه کنید.

## ۴. تعداد

می‌توانید با متقاعد کردن مشتری برای خرید کالا به تعداد بیشتر، بیش‌فروشی کنید. این نوع بیش‌فروشی زمانی موثرتر است که خرید تعداد بیشتر منجر به ارزش بهتر برای مشتری شود. مشتری برای کل خرید بیشتر پرداخت می‌کند، اما مبلغ هر واحد کمتر تمام می‌شود.

## ۵. اشتراک

اشتراک‌ها برای محصولات یا خدماتی که به‌طور منظم خریداری می‌شوند به‌خوبی عمل می‌کنند. برخی از نمونه‌ها پودر پروتئین، شامپو و محصولات مراقبت از پوست هستند. می‌توانید یک مشتری بلندمدت را جذب کنید و تجربه او را با بیش‌فروشی از طریق اشتراک بهبود دهید؛ اشتراکی که برای آنها راحت‌تر و مقرون‌به‌صرفه‌تر است، زیرا اشتراک‌ها معمولاً با تخفیف و صرفه‌جویی در هزینه همراه هستند.

## با بیش‌فروشی به یک فروشنده حرفه‌ای تبدیل شوید

بیش‌فروشی می‌تواند برای افزایش درآمد و ارائه ارزش بیشتر به مشتریان شما استفاده شود - اما شما نمی‌خواهید با استراتژی خود زیاده‌روی کنید و فروشنده‌ای سمج و مزاحم به‌نظر برسید.

لازم نیست همه تکنیک‌های ذکر شده را برای هر کمپین بیش‌فروشی که انجام می‌دهید به کار ببرید. اگر می‌خواهید کار را ساده‌تر کنید، این نکات کلیدی را هم به‌خاطر بسپارید:

پیشنهادات بیش‌فروشی کاملاً مرتبط با خرید اصلی باشد.

با پیشنهادات ساده و شفاف، «بله» گفتن را برای مشتری آسان کنید.

در بیش‌فروشی زیاده‌روی نکنید.

تمرکز را اول بر سودرسانی به خریدار قرار بدهید و بعد سود رساندن به خودتان.



اگر این اصول کلیدی را دنبال کنید، می‌توانید با موفقیت بیش‌فروشی کنید و در عین حال خریدار حس خوبی را از خرید تجربه کند.