



اجتناب از اشتباه در فروش حرفه‌ای

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید چه چیزی باعث متمایز شدن فروشندگان حرفه‌ای از دیگران می‌شود؟

بسیار اهمیت دارد که بدانید فروشندگان حرفه‌ای برای کسب موفقیت باید چه کارهایی انجام دهند و از چه کارهایی بپرهیزند. گاهی اوقات فروشندگان عاداتی دارند که آن‌ها را از موفق شدن دور می‌کند.

می‌خواهم شش رازی را با شما در میان بگذارم که فروشندگان حرفه‌ای باید در هنگام فروش از آن‌ها دوری کنند.

اگر شما نیز بتوانید از این شش اشتباه اجتناب ورزید، کم‌کم در حیطه شغلی‌تان به یک رهبر تبدیل می‌شوید و از ثروت و شهرتی که کسب می‌کنید، لذت خواهید برد.

۱. آن‌ها به مشتری اجازه می‌دهند که فرآیند فروش را در دست بگیرد

بهترین روش کنترل فرآیند فروش این است که سوال بپرسید.

اگر سوالات خوبی بپرسید، می‌توانید مشکلات شخصی یا سازمانی مشتری‌تان را شناسایی کنید و بسنجید که آیا محصول شما می‌تواند گرهی از مشکلات مشتری باز کند یا خیر. همچنین این بهترین روش برای کشف نیازها و ارزش‌های مشتری و شناساندن خودتان به عنوان یک متخصص است.

۲. آن‌ها قبل از جلسه فروش به تحقیق و بررسی نمی‌پردازند

اگر آنقدر خوش‌شانس بودید که توانستید جلسه فروشی با مدیر یکی از شرکت‌های هدف‌تان داشته باشید، بهتر است از قبل کمی تحقیق کنید. متأسفانه من به بدترین شکل ممکن این درس را آموختم.

مدتی بود که می‌خواستم مشتری سازمان خاصی را به دست آورم و در نهایت شانس با من یار بود و توانستم جلسه‌ای با آن‌ها بگذارم. با این حال آنقدر وقت نگذاشتم و در مورد آن شرکت تحقیق نکردم و در نتیجه بیشتر زمان جلسه به معرفی مسائل ساده و اساسی آن سازمان گذشت و من فرصت چندانی برای معرفی محصولاتم نداشتم. بدیهی است که نتوانستم چیزی به آن‌ها بفروشم اما درسی از این موضوع آموختم که تا آخر عمر فراموش نمی‌کنم.

قبل از آنکه با مشتری تماس بگیرید یا جلسه‌ای بگذارید، زمانی را صرف تحقیق و بررسی کنید. این‌گونه شانس بسیار بهتری در رسیدن به اهداف‌تان خواهید داشت.

۳. آن‌ها در طول فرآیند فروش خیلی صحبت می‌کنند

بسیاری از فروشندگان وقت زیادی را صرف صحبت کردن طولانی در مورد تخصصشان،

محصول، ویژگی‌های محصول، خدمات و مسائل دیگر می‌کنند.

این صحبت‌ها به متقاعد کردن مشتری به خرید از شما کمکی نمی‌کند و حتی ممکن است آن‌ها را به این فکر بیندازد که شما توجهی به خواسته‌هایشان نمی‌کنید. از مشتری در مورد تجربه‌ها و نیازهایش سوال کنید تا بتوانید بهترین راه‌حل یا استراتژی را به او پیشنهاد کنید.

۴. آن‌ها اطلاعات بی‌ربطی ارائه می‌کنند

زمانی که در دنیای تجارت بودم، در جلسات بی‌شماری شرکت می‌کردم و بارها دیده بودم که فروشندگان از چیزهایی صحبت می‌کنند که کاملاً به افراد حاضر در جمع بی‌ارتباط است.

برای مشتریان اهمیتی ندارد که شما چه پشتوانه مالی دارید یا چه کسانی مشتری شما هستند؛ آن‌ها فقط به این موضوع فکر می‌کنند که محصول یا خدمت شما به دردشان می‌خورد یا خیر.

بیشتر زمان جلسه را به بیان مزایای محصولاتان در رابطه با مشکل یا خواسته مشتری بپردازید تا آن‌ها متقاعد شوند که محصولاتان مشکل آن‌ها را حل و زندگی‌شان را ساده‌تر می‌کند.

۵. آن‌ها آمادگی توضیح در مورد محصولاتشان را ندارند

همان اوایل که تازه وارد دنیای فروش شده بودم، روزی با مشتری‌ای تماس گرفتم تا پیامی در صندوق پست صوتی‌اش بگذارم؛ اما ناگهان خودش تماس مرا پاسخ داد.

من که اصلاً آمادگی نداشتم، به‌جای اینکه سوالات درست و حسابی بپرسم و کنترل مکالمه را در دست بگیرم، تمام وقتم را صرف پاسخ دادن به سوالات او کردم. این موضوع باعث شد مشتری کنترل فرآیند فروش را تمام و کمال در دست بگیرد و چه

در جلسه فروش شرکت کنید، بسیار مهم است که آمادگی کافی داشته باشید یا حتی بیش از حد آماده باشید. آمادگی یعنی داشتن تمام اطلاعات مرتبط، از جمله قیمت، سابقه و نمونه در ذهن یا روی کاغذ و فهرستی از سوالاتی که باید بپرسید.

پیشنهاد می‌کنم چک‌لیستی شامل تمام اطلاعات مورد نیاز داشته باشید و قبل از هر تماس یا جلسه آن را بررسی کنید. مهم نیست که تا به حال چندین بار تماس تلفنی یا جلسات فروش داشته‌اید؛ همیشه باید قبل از تماس یا جلسه همه چیز را آماده کنید. شما فقط یک بار شانس این را دارید که تاثیر خوبی روی مشتری بگذارید. آن را از دست ندهید.

۶. آن‌ها نمی‌توانند معامله را ببندند

اگر دارید محصول یا خدماتی را به فروش می‌رسانید، باید از مشتری بخواهید که آن را بخرد.

به ویژه وقتی که مدتی را صرف بررسی کرده‌اید و می‌دانید که محصول شما می‌تواند نیاز یا مشکل مشتری را حل و به او کمک کند. مادامی که به روشی مودبانه، با اعتماد به نفس و خیرخواهانه از مشتری بخواهید محصولتان را بخرد، نتیجه خوبی نیز خواهید گرفت.