



۷ ویژگی فروشندگان برتر

مطالب این مقاله از آموزش‌های حرفه‌ای برایان تریسی گرفته شده است و برای اولین بار تقدیم خوانندگان مجله موفقیت می‌شود.

کیفیت تفکر تعیین‌کننده کیفیت زندگی است. ۸۰ درصد موفقیت در فروش به نگرش و ۲۰ درصد به استعداد بستگی دارد. عزت‌نفس پایین 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. به جای 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:

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

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.

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.

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.

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.

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.

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

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

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.

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

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

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.

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

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.

خریداران مناسبی پیدا کنید

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

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.

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 آن‌را 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 شخصا برای خودشان تصمیم بگیرند.

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

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 گفت‌وگوی 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 همه چیز 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 تکنیک 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 تکنیک استفاده کنید. چند گزینه برای روش پرداخت یا ارسال ارائه دهید.