



## ۷ اشتباه رایج فروشندگان

در هر حرفه‌ای، خوب و بدهای زیادی وجود دارد. فروش نیز از این قاعده مستثنا نیست. یک روز با فردی تماس داشتم که می‌گفت با پول نقد برای خرید یک اتومبیل جدید به نمایندگی اتومبیلی رفتم. فروشنده بسیار ضعیف بود و نتوانست چیزی به من بفروشد؛ هنوز هم چیزی نخریده‌ام، اما این تجربه بد را برای ۲۵ تا ۵۰ نفر تعریف کردم.

متأسفانه این مسئله بیشتر از یک تجربه صرف است. هزاران نمونه از این فروشندگان ضعیف وجود دارد. اما شما این‌طور نیستید، **هستید؟**

هر صاحب تجارت یا فروشنده‌ای پیش از خواندن این مقاله قسم می‌خورد که «این مسئله در کسب‌وکار من روی نمی‌دهد» اما در اشتباه هستند. فروشندگان مغرور، فکر می‌کنند همه چیز را می‌دانند، فکر می‌کنند مشتری در درک تاکتیک‌های آنان احمق و نادان است. با همه افراد به یک نحو برخورد می‌کنند و در نهایت فروش را از دست می‌دهند.

در اینجا ۷ اشتباه رایج که به وسیله فروشندگان مرجوعی (کسانی که اطلاع دقیقی ندارند یا اصلاً چیزی نمی‌دانند) روی می‌دهد، آمده است.

## ۱. پیش‌داوری درباره مشتری بالقوه

گاهی از طریق نگاه، نوع پوشش یا صحبت کردن فرد ذهنیت خود را درباره نوع شخصیت او و اینکه آیا پول دارد یا می‌خرد، شکل می‌دهید.

## ۲. بررسی ضعیف مشتری بالقوه

شکست در مطرح کردن پرسش‌های درست درباره نیازها و خواسته‌های مشتری بالقوه پیش از اینکه فرایند فروش شروع شود.

## ۳. گوش نکردن

تمرکز بر دیدگاه فروش به جای تلاش برای فهمیدن نحوه درخواست مشتری بالقوه برای خرید (نیازها).

## ۴. فخر فروشی

عمل کردن یا صحبت از بالا با مشتری بالقوه (حقیر شمردن وی) باعث حس نابرابری در فرایند خرید یا فروش در مشتری می‌شود. فاقد احترام است.

## ۵. فشار برای خرید فعلی

اگر خیلی روی این روش‌ها تاکید کنید، باعث ترس مشتری بالقوه می‌شود.

احتمالاً شما هم تجربه کردید که برای خرید به لباس فروشی می‌روید. لباسی را پرو می‌کنید که چندان برایتان مناسب نیست ولی فروشنده با چرب‌زبانی‌های که فکر

می‌کند ناشی از یک فروشنده خوب و با سر و زبان بودنش است شروع به تعریف می‌کند. مطمئن باشید مشتریان به خوبی فقدان صداقت در حرف‌های ما را می‌فهمند و می‌فهمند که فقط به فروش خودمان فکر می‌کنیم و درصدد کمک به آنان نیستیم.

## ۶. نیازهای بررسی نشده

اگر به مشتری بالقوه خوب گوش بدهید، نیازها و خواسته‌های خود را به طور دقیق عنوان می‌کند. چیزهایی را بفروشید که این نیازها را پشتیبانی کند و مشتری احتمالی آن را بخرد. محصول را بر اساس نیازها و خواسته‌های خود بفروشید، بر اساس تمایلات مشتری بفروشید.

## ۷. فقدان صداقت

صداقت کلید کار است. اگر بتوانید آن را نمایش دهید، می‌توانید آن را اجرا کنید. این ضرب‌المثل قدیمی در فروش است. صداقت در ایجاد اعتماد و ایجاد رابطه دوستی با مشتری بالقوه‌ای که قصد دارید مشتریتان شود، کلید کار است؛ البته اگر در انتقال این حس موفق عمل کنید.

**«مردم از شکست نمی‌ترسند، بلکه فقط نمی‌دانند چطور موفق شوند.» جفری گیتومر**