۱۴ استراتژی برای افزایش فروش محصولات

برایان تریسی - مجله خلاقیت

یافتن افرادی که محصول شما را خریداری کنند، بخش مهمی از کل فرآیند فروش است. آیا محصولی خوب دارید اما مشتریان مناسب ندارید که آن را خریداری کنند؟

آیا از روش دسترسی به مشتریان خود اطمینان ندارید یا پیام فروش‌تان گیج‌کننده است؟

از این ۱۴ نکته فروش برای دستیابی به مشتری مناسبی که محصول‌تان را خریداری خواهد کرد، استفاده کنید.

۱. مردم خریدار منفعت هستند

مردم محصول را خریداری نمی‌کنند بلکه نتایجی را که آن محصول ارائه می‌دهد، می‌خرند. فرآیند شناسایی مشتری ایده‌آل خود را با تهیه لیستی از تمامی فوایدی که مشتریان از استفاده از محصول یا خدمت شما می‌برند، آغاز کنید.

مسابقه «تقسیم نوشابه»

مسابقه «تقسیم نوشابه» فقط با اضافه کردن اسامی شخص به بطری‌های نوشابه کوکاکولا باعث افزایش ٤ درصدی در فروش شد. آن‌ها نیاز مردم برای شخصی‌سازی را جذب کردند، هیچ چیزی مانند نوشیدن یک نوشابه با نام خودتان روی آن نیست.

۲. مشتری خود را به روشنی تعریف کنید

چه کسی احتمال دارد که محصول شما را بلافاصله خریداری کند؟ از آن مشتری یک شمایل بسازید.

سوالات خاص بپرسید:

۱. چند ساله هستند؟
۲. آیا مونث هستند یا مذکر؟
۳. آیا فرزند دارند؟
٤. درآمدشان چقدر است؟
۵. آیا تحصیلات دارند؟

۳. مشکل را به روشنی شناسایی کنید

مشتری‌تان چه مشکلی دارد که شما می‌توانید آن را حل کنید؟ اگر مشتری‌تان را به درستی شناسایی کرده باشید، این افراد برای حل مشکل‌شان به شما پول می‌پردازند.

گاهی مشکلات روشن و واضح هستند
گاهی مشکلات آشکار یا روشن نیستند
گاهی مشکلی برای مشتری وجود ندارد
اگر مشکلی وجود نداشته باشد، مشتری محصول شما را خریداری نخواهد کرد.

٤. امتیاز رقابتی خود را ایجاد کنید

شما امتیاز رقابتی خود را تعریف می‌کنید، دلیل خرید محصولات و خدمات‌تان را از نقطه نظر فواید، نتایج یا پیامدهایی که مشتری با خرید محصول یا خدمات‌تان از آن لذت می‌برد و با خرید از رقیب‌تان آن مزایا را به دست نمی‌آورد.

روی فوایدی تمرکز کنید که محصول‌تان را بهتر از دیگران می‌سازند.

۵. از بازاریابی رسانه‌های اجتماعی و همچنین بازاریابی محتوایی به نفع خود استفاده کنید

نسبت به گذشته، راه‌های زیادی برای رساندن محصولتان به مشتری وجود دارند. بهترین بخش آن کدام است؟
شما می‌توانید از رسانه‌های اجتماعی به نفع خود استفاده کنید. با ایجاد ارتباط با مشتریان از طریق این کانال‌ها می‌توانید بیش از پیش به افراد دسترسی داشته باشید.

برخی مزایای محتوایی شامل موارد زیر است:
دسترسی بیشتر به راهنمایان شایسته
کانال‌های بیشتر برای فروش محصولات‌تان
هزینه‌های پایین‌تر برای کسب مشتری

٦. گاهی مجبور به برقراری تماس سرد هستید

پتانسیل مشتریان تماس سرد ممکن است ناامید کننده و مشکل باشد. چه این کار را حضوری یا از طریق تلفن انجام دهید. آماده‌سازی مشتری احتمالی وظیفه شما است. به خصوص وقتی که محصول شما جدید است. شاید مجبور باشید که با تماس با مشتری، در آنان علاقه ایجاد کنید.

۷. وقتی که فروش را آغاز می‌کنید، از روش ۱۰۰ تماس استفاده کنید

این روشی است که وقتی فروش را به منظور غلبه بر ترس عدم پذیرش آغاز کردم، انجام دادم. به سرعت هر چه تمام‌تر به ۱۰۰ مشتری دسترسی پیدا کنید. توجهی به نتایج فروش خود نداشته باشید، تنها به تعداد افرادی که با آن‌ها تماس می‌گیرید، توجه کنید. وقتی محصول خود را می‌فروشید، ترس‌تان از بین می‌رود.

۸. بهترین قیمت را انتخاب کنید

برای تعیین قیمت مناسب در مورد قیمت محصول رقبا تحقیق کنید. اگر محصولی با قیمت بالا دارید، برای کیفیت توزیع بالا به مشتری آماده باشید. قیمت را می‌توان با «ارزش درک شده» محصول‌تان تعیین کرد. اگر می‌توانید کاری کنید که محصول‌تان برتر از رقبا به نظر بیاید، می‌توانید قیمت بالاتری بگذارید.

۹. تکنیک‌های درست مذاکره را بیاموزید

مذاکره‌کنندگان ماهر اغلب به یافتن راه‌حل یا ترتیبی که برای هر دو طرف رضایت‌بخش باشد، توجه دارند.

آن‌ها دنبال آن چیزی هستند که موقعیت «برنده –برنده» نامیده می‌شود و در آن هر دو طرف از نتیجه مذاکرات خشنود هستند. بهترین مذاکره‌کنندگان دارای این ۳ خصوصیت هستند:

۱. آن‌ها سوالات خوبی می‌پرسند تا دریابند شما دقیقا چه نیاز دارید
۲. آن‌ها صبورند
۳. به خوبی آمادگی پیدا کرده‌اند

۱۰. معرفی محصول، موثری ارائه دهید

در فروش، ارائه فروشی خلاق و وادارکننده به مشتریان اهمیت فراوانی دارد. یکی از راه‌ها معرفی به وسیله پاورپوینت است.

۱۱. روی حفظ مشتری در تمام طول زندگی تمرکز کنید

وقتی مشتری محصول شما را خریداری کرد، این نباید پایان ارتباط شما با آن‌ها باشد. بر حفظ ارتباط محکم با مشتریان خود تمرکز کنید. این می‌تواند باعث ایجاد اعتماد شود و ارزشی را به محصول‌تان اضافه کند.

۱۲. چیزی بسیار عالی را به رایگان در اختیار مشتری خود قرار دهید

اگر به مشتری ایده‌آل خود پیش‌زمینه‌ای برای امتحان کردن بدهید، این احتمال بسیار قوی است که آنان محصولتان را خریداری کنند. فیلمی کوتاه از کارکرد محصولتان بسازید و آن را با زمینه‌ای عالی به رایگان ارائه دهید و مشتری خود را برای آنچه که در راه است، هیجان‌زده کنید.

۱۳. اخبار داخلی هیجان‌انگیز خود را در اختیار مشتریان قرار دهید

اگر قصد دارید که به زودی محصول خود را به حراج بگذارید، به مشتریان خود اطلاع دهید. آن‌ها از شنیدن آن خوشحال می‌شوند و این کار باعث ایجاد اعتماد در آن‌ها می‌شود حتی ممکن است به دلیل این کار بیشتر خرید کنند.

۱۴. پیام فروش‌تان باید روشن و واضح باشد

یک یا دو مزیت محصول خود را انتخاب کنید و آن را در تیتر فروش خود بگذارید. به دقت برای مشتریان خود توضیح دهید که محصولتان قرار است چه کاری برای آنان انجام دهد. خاص باشید. اگر محصولتان مزایای متعددی دارد، پیام فروش خود را مخصوص مشتریان مختلفی که آن مزایا به آن‌ها مربوط می‌شود آماده کنید.