



۴ روش برای ارائه فروش موثر

برایان تریسی مترجم: ژان بقوسیان

ارائه فروش «بازی درونی» فروش است که منجر به فروش واقعی می‌شود. هنگام ارائه فروش می‌توانید مشتری احتمالی مردد و بی‌میل را به مشتری متعهد تبدیل کنید.

ارائه فروش موثر در مقایسه با توضیح بی‌برنامه یا ناهماهنگ درباره محصول یا خدمت، می‌تواند فروشتان را چند برابر کند.

وقتی فهمیدید مشتری احتمالی به محصول نیاز دارد، می‌تواند از آن استفاده کند، می‌تواند از آن نفع ببرد و استطاعت مالی خرید را هم دارد، وقت آن است که او را به خرید ترغیب کنید.

۹۵ درصد ارائه‌های فروش قابل بهبود هستند. آنقدر بر ارائه‌های خود کار کنید تا هر بار بتوانید محصول خود را به شکلی موفق به مشتری مناسب بفروشید.



۱. از روندی منطقی پیروی کنید

ارائه فروش، روشی منطقی و منظم برای رسیدن از کل به جزء است. قبل از شروع کار، به فرایندی وارد می‌شوید که به وضوح مشخص می‌کند این فرد مشتری احتمالی محصول شما است، سپس رابطه‌ای مثبت بر اساس دوستی و اعتماد با او ایجاد می‌کنید و با دقت نیازهای او را تحلیل می‌کنید تا بدانید که چگونه می‌تواند از محصول یا خدمت شما بهره‌بردار.

بی‌نظمی، قاتل فروش است. اگر هنوز مشتری مطمئن نیست که نیاز یا مشکلی دارد که با محصولتان قابل حل است و شما درباره محصولتان صحبت کنید، باعث از بین رفتن علاقه‌اش می‌شوید و با جملات «فعلا علاقه‌ای به آن ندارم»، «آن را نزد من بگذارید تا نگاهی به آن بیندازم»، یا حتی بدتر از «اجازه دهید درباره‌اش فکر کنم» مواجه می‌شوید.

قبل از شروع ارائه فروش، اطمینان حاصل کنید که محیط برای ارائه شما و برای جلب توجه مشتری و گوش دادن او به حرف‌هایتان مناسب است. افراد در هر لحظه فقط می‌توانند بر یک موضوع تمرکز کنند. اگر حواس‌پرتی، مزاحمت یا هر گونه سروصدایی وجود داشته باشد، مشتری نمی‌تواند بر حرف‌های شما تمرکز کند و در نتیجه در انتهای ارائه نمی‌تواند خرید کند.

۲. فرمول ارائه فروش

ارائه فروش خود را از قبل به طور کامل برنامه‌ریزی کنید. روی کاغذ فکر کنید. قبل از هر ملاقات با مشتری، ارائه فروشتان را مرور کنید، حتی اگر در گذشته بارها آن را بیان کرده‌اید. آمادگی نشانه حرفه‌ای بودن است.

بهترین فرمول برای ارائه فروش این است: «نشان دهید، بگویید و بپرسید».

به مشتری نشان دهید محصولتان چیست و از آن مهمتر چه تغییر یا بهبودی در



زندگی یا کار او به وجود می‌آورد. همچنین چه منفعی برایش دارد. سپس سوالی بپرسید تا مطمئن شوید آنچه ارائه می‌کنید، مهم یا مرتبط است: «آیا از آن استفاده خواهید کرد؟ آیا بهبودی در روش‌های فعلی‌تان به وجود می‌آورد؟»

به مشتری نشان دهید چگونه می‌تواند با استفاده از محصول یا خدمت شما، بیشترین نفع را ببرد. تصاویر خلاقانه‌ای از لبخند مشتری و بهره‌بردن او از محصولات را در ذهنش ایجاد کنید: «خود را تصور کنید که هر روز از این محصول یا خدمت استفاده می‌کنید. چه تغییری در زندگی یا کارتان به وجود می‌آورد؟»

۳. قانون عدد سه

یکی دیگر از تکنیک‌های نیرومند در ارائه فروش، «قانون عدد ۳» است. با استفاده از این قانون سه مورد را به مشتری می‌گویید:

۱. ویژگی‌های محصول

۲. مزایای محصول

۳. نفعی که برای مشتری دارد

برای مثال، اگر تلویزیون با صفحه تخت می‌فروشید، بگویید: «به خاطر تخت بودن صفحه (ویژگی محصول)، می‌توانید آن را روی هر دیواری نصب کنید (مزیت محصول) و در نتیجه می‌توانید اتاق نشیمن خود را به سینمایی برای خانواده و دوستان تبدیل کنید (منفعت برای مشتری)».

۴. داستان تعریف کنید

شاید نیرومندترین ابزار در ارائه فروش موثر «فروش داستانی» باشد، یعنی ارائه فروش را با داستان‌ها و آوردن مثال از سایر مشتریانی تقویت کنید که از شما خرید کرده‌اند و از محصول یا خدمتتان راضی بوده‌اند.



داستان‌های موفقیت‌آمیز زیادی درباره مشتریان شاد و خوشحال تعریف کنید. این تکنیک بسیار قدرتمند است زیرا همه تصمیمات خرید در نیمکره راست مغز گرفته می‌شود و عکس‌ها، تصاویر و داستان‌های مختلف، محرک نیمکره راست هستند.

وقتی داستان یک مشتری خوشحال را تعریف می‌کنید، مشتریان احتمالی ناخودآگاه، خود را در داستان آن مشتری تصور می‌کنند و تجسم می‌کنند که خودشان هم در حال لذت بردن از محصول یا خدمت شما هستند.

تمرین‌های عملی فروش موثر

۱. فهرستی از همه «داستان‌های موفقیت» افرادی تهیه کنید که محصول یا خدمتتان را خریده‌اند و از آن لذت برده‌اند، چه داستان خودتان باشد و چه داستان افراد دیگر. اغلب از این داستان‌ها استفاده کنید.

۲. تصمیم بگیرید قبل از هر گفتگوی فروش، ارائه فروش خود را برنامه‌ریزی، آماده و مرور کنید.