٤ ایده برای افزایش فروش

تهیه مطلب: سحر ونستانی - تیم تحریریه مدیرسبز

۱. اعتماد و تفاهم

اولین مرحله در رشد کسب‌وکار با اجازه دادن به مردم برای شناخت شما آغاز می‌شود. درصد زیادی از خریدهای مشتریان اولیه قبل از اینکه حتی شما آن‌ها را ملاقات کنید پی‌ریزی می‌شوند. آن‌ها شما را بر اساس برند شما قضاوت خواهند کرد. برند شما نشانگر کسی و چیزی است که در چشم سایرین هستید. اینکه چطور، کی و چه نظراتی را در مورد شما، سازمان و راهکارهای شما به دست می‌آورند تاثیر زیادی روی موفقیتتان برای جذب آنان خواهد داشت.

۲. چرخه فروش رسمی

مرحله فروش رسمی در زنجیره توسعه کسب‌وکار، زمانی شروع می‌شود که مردم نیاز خاصی را پیدا کرده و شرکت شما را به‌عنوان یک تهیه‌کننده بالقوه راه‌حل نیاز خود

شناسایی نمایند. موضوع زمانی است که یک آگاهی، تبدیل به انتخاب می‌شود. اگر جزئیات این مرحله را شناسایی کنید و کارهای خود را به‌طور مطلوب ادامه دهید به فروش بیشتری نزدیک خواهید شد.

۳. افزایش مشتریان خوب

شما به‌عنوان یک فروشنده، سرمایه‌گذاری بزرگی در توسعه کسب‌وکار جدید می‌کنید. پس چرا بیشتر مشتریان را هدف قرار ندهید؟ زمانی که می‌دانید دنبال چه هستید، به دست آوردن مشتریان خوب آسان‌تر است. فروشنده‌های دارای دیدگاه فناوری مدار و برنامه‌های مشتری مدار در جذب مشتری متبحر هستند. شرکت‌های خدماتی کوچک، مشتریان خود را مانند کف دست می‌شناسند. موارد مفید را در پروفایل مشتریان و الگوی خرید آنان بررسی می‌کنند.

در مورد آنچه که نمی‌دانید نگران نباشید و روی چیزهایی که از مشتریان خود می‌دانید تمرکز کنید و عناصری را که به شما در دستیابی به مشتریان مطلوب کمک می‌کنند پررنگ نمایید. توجه کنید که همه مشتریان، یکسان خلق نشده‌اند و این به عهده شماست که دنبال مشتریانی باشید که می‌خواهید.

٤. توسعه کسب‌وکار، هدف نهایی است

اگر فروش یک معامله فردی باشد، فروش کلی سازمان باید دربرگیرنده چشم‌اندازی وسیع‌تر باشد تا بتوان به‌عنوان توسعه کسب‌وکار به آن اشاره کرد. اصول توسعه کسب‌وکار باید شناخته شود که در هر بخش و توسط هر فرد در سازمان انجام می‌شود.

نحوه کار به‌صورت یک چرخه است. زمانی که سازمان شما خدمات یا محصولات جدیدی ایجاد می‌کند، هدف، جذب و حفظ مشتریان ویژه هست. ارائه خدمات به مشتریان در کنار صداقت، دقت و امانت، نقطه محکمی را در این چرخه توسعه

تجاری به وجود می‌آورد. از طریق ایجاد این اطمینان که مشتریان دلیلی برای ترک شما نخواهند داشت، همواره با شما بوده و توصیه‌های ارزشمندی از طرف مشتریان شما برای دیگران به وجود خواهد آمد.

درنهایت، هر طرح استراتژیک دربرگیرنده هسته و اهدافی برای به دست آوردن و حفظ مشتریان است. هر چیز انجام‌یافته در سازمان شما دارای یک رابطه واضح و عملی با توسعه کسب‌وکار خوب است.