

۷ روش کلیدی فروش که همه‌ی حرفه‌ای‌های فروش ملزم به رعایت آن هستند



منبع: Entrepreneur / مترجم: علی فتیحی کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

"بهبود این هفت روش، کلید افزایش در فروش، درآمدهای تجاری و سودآوری می‌شود. این مطلب از کتاب "عاداتهای میلیون دلاری" بریان تریسی انتخاب شده است."

هفت روش کلیدی فروش وجود دارد که شما به عنوان یک متخصص فروش باید آن‌ها را توسعه دهید. آن روش‌ها شامل: مشتریان احتمالی (کاوش برای یافتن آنها)، ایجاد تفاهم، تشخیص نیازها، ارائه راه حل‌ها، پاسخگویی به ابهامات (نظرات مخالف)، بستن فروش و ایجاد فروش مجدد و بازگشت مجدد مشتری هستند. این روش‌ها براساس نظم پیش می‌روند. اغلب تفکر درباره هرکدام از این هفت جزء فرآیند فروش و اینکه هرکدام از آنها چطور می‌توانند بهبود یابند، کلید افزایش در فروش، درآمدهای تجاری و سودآوری شماست.

۱- مشتریان ایده آل را پیدا کنید

برای موفقیت واقعی در فروش، شما باید وقت بیشتری را با افرادی که مشتری احتمالی بهتری هستند بگذرانید؛ (تشخیص مشتری بالقوه). شما در ۸۰ درصد مواقع باید بدنبال یافتن مشتری جدید باشید. صبح، ظهر و شب باید بگردید، هیچگاه تلاش برای جستجو را ترک نکنید مگر هنگامیکه آنقدر مشتری داشته باشید که دیگر وقت کافی را برای فروختن و راضی نگه داشتن افرادی که قصد خرید از شما دارند، نداشته باشید.

۲- بر روابط تمرکز کنید

قدم دوم برای موفقیت در فروش، روش تمرکز بر روابط، پیش از هر چیز دیگری است. شما می‌بایست بر ایجاد تفاهم و سازگاری، اعتماد و باورپذیری با هرجنبه‌ای که برای اولین بار برخورد می‌کنید، تمرکز کنید. موفق‌ترین فروشندگان هر قدر زمان لازم باشد بکار می‌گیرند تا اعتماد مشتری را جلب کنند. آنها سوالات خوبی می‌پرسند و به دقت به پاسخ‌ها گوش می‌دهند، آنها قبل از اینکه هر تلاشی برای صحبت درباره محصولات و خدماتشان بکنند، به دنبال تشخیص موقعیت مشتری و کشف نیازهای وی هستند. قانون این است: اگر مشتری از شما خوش

بیاید و به شما اعتماد کند، جزئیات سر راه فروش قرار نمی‌گیرند و اگر مشتری احتمالی هر قدر هم بیطرف باشد، یا حتی بدتر، دارای دیدگاه منفی باشد، جزئیات کمک می‌کنند قدم به قدم پیش بروید.

۳- به طور شفاف نیازها را تشخیص دهید

سومین روش بهترین فروشندگان این است که آنها فن سوال پرسیدن و تشخیص نیازهای واقعی مشتریان احتمالی، با آنچه می‌فروشند را در یافته‌اند. بیشتر مشتریان زمانی که شما را ملاقات می‌کنند، از این اصل آگاه نیستند که می‌توانند زندگی و موقعیت کاریشان را بهبود ببخشند. این مهم به این دلیل است که مشتریان اغلب جملاتی را از قبیل "من علاقه ای ندارم" یا "می‌توانم از عهده آن برآیم" یا اینکه "ما کاملاً با شرایط فعلی یا تأمین کننده‌مان راحتیم" به زبان می‌آورند. هرچه بیشتر درباره وضعیت مشتری سوال پرسید و هرچه بیشتر محصولات خود را با نیازهایشان مرتبط سازید، مشتری مشتاق‌تر می‌شود که درباره محصول یا خدمت ارائه شده از جانب شما بداند و نهایتاً آن را بخرد.

۴- محصول را متقاعد کننده معرفی کنید

چهارمین روش توسعه داده شده، روش پسندیده سازی، منطقی بودن و خوش فکر جلوه دادن در فرآیند عرضه‌ی ویژگی‌ها و مزایای محصولاتشان است. اگر شما مشتری را یافتید که توانست از آنچه می‌فروشید بهره‌بردار، در حقیقت سطحی از اعتماد و تفاهم را به راحتی ایجاد کرده‌اید و توانسته‌اید به وضوح نیازهای آنها را تشخیص دهید. معرفی محصول آنجاست که به مشتری نشان می‌دهید چرا عمل به پیشنهاد شما برای آنها حس خوشایندی به همراه دارد.

۵- به استدلال‌های مخالف، اثرگذار پاسخ دهید

پنجمین مرحله از فروش عالی، روش پاسخگویی به ابهامات و برطرف کردن نگرانی‌ها برای ایجاد اطمینان در مشتری، با روشی شایسته است. شما این کار را به وسیله فکر کردن به تمام ابهاماتی که توسط مشتری کارشناس پرسیده می‌شود، انجام داده و سپس به طور منطقی آن را ارتقاء می‌دهید، جواب‌ها را برای هر کدام از ابهامات کامل کنید و اینجاست که شما برای هرچه پیش بیاید آماده‌اید. بهترین حرفه‌ای‌های فروش آن قدر شفاف پیشرفت کرده‌اند که "پاسخ‌های ضدگلوله" می‌دهند به طوری که هرگاه استدلال مخالفی وجود داشته باشد، آنها به سرعت اوضاع را آرام می‌کنند.

۶- سوال پرسید تا نتیجه بگیرید

ششمین قسمت از فرآیند فروش، ارتقاء روش پرسش از مشتری برای اتخاذ تصمیم خرید است. مساله این نیست که چقدر خوب کالا را معرفی کرده‌اید یا سطح بالایی از اعتماد و تفاهم بین شما و مشتریان وجود دارد، بلکه همواره در فرآیند فروش، لحظه اتخاذ تصمیم خرید، تنش‌آور و استرس‌زاست. شغل شما عبور سریع و متخصصانه از این لحظه استرس‌زا بوسیله درخواست سفارش از مشتری، با ایجاد اطمینان در وی به روشی حرفه‌ای و سپس به نتیجه رساندن فروش است. بهترین حرفه‌ای‌های فروش بسته‌هایشان را در پیش‌روی کردن مطرح می‌کنند. آنها منتظر علائم خرید از سوی مشتری هستند، سوال می‌پرسند تا مطمئن شوند که نظرات تردیدزایی وجود نداشته باشد و سپس به صورت شفاف و مستقیم از مشتری می‌خواهند که همان لحظه تصمیم بگیرد.

۷- پرسش برای فروش مجدد و بازگشت دوباره

در آخر، بالاترین حرفه‌ای‌های فروش این قابلیت را ارتقاء می‌دهند که از هر مشتری درباره فروش مجدد و بازگشت مجدد او، پرسش کنند. آن فروشندگان می‌دانند هر شخص که آنها با وی صحبت می‌کنند حداقل ۳۰۰ نفر دیگر را با اسم کوچک می‌شناسد. به همین منظور آنها خدمت مناسبی را به مشتری‌هایشان ارائه داده و از آنها می‌خواهند که با مشتریان احتمالی دیگری بازگردند. روش تفکر براساس بازگشت و فروش مجدد، کلید درآمد بالا و سودآوری زیاد است. بیشتر فروشندگان و شرکت‌های موفق، سطوح بالایی از کسب‌وکار تکرار شونده (فرایندهای تکراری تولید برای فروش مجدد) و جریان پیوسته از مشتریان جدید که از بازگشت مجدد راضی‌اند، را دارند.