

چطور یک مشاور فوق العاده در امر فروش باشیم؟



این روزها کمتر شخصی را در فروشگاه ها و شرکت ها پیدا خواهید کرد که به فکر فروش محصولات و خدمات خود نباشد. هر شخصی را ببینید فقط یک دید کوتاه مدت نسبت به مشتری خود دارد و بیشتر این مورد مد نظرش است محصولاتش را به مشتری بفروشد. به خاطر همین است که خیلی از ما آدم ها وقتی به خرید می رویم هیچ وقت از خریدمان راضی نیستیم.

اما به نظر شما مشکل این فروشنده ها چیست؟ چرا این اشخاص با وجود اینکه فروش خود را انجام می دهند اما باز هم ناراضی هستند و ما هم از خریدمان ناراضی هستیم؟

یکی از دلایلی که این اشخاص فروش موفقی ندارند این است همه ی فروشنده ها فقط سعی می کنند در نقش یک فروشنده ظاهر شوند. آنها فقط امروز را می بینند. در صورتی که اگر نحوه ی برخورد با مشتری را عوض کنند به راحتی می توانند همین مشتری را به یک مشتری دائمی و وفادار تبدیل کنند.

تبدیل شدن به یک فروشنده موفق فقط یک راه دارد: نحوه ی برخورد با مشتریان را تغییر دهید و به جای اینکه فقط یک فروشنده باشید، در قالب یک مشاور در حوزه ی فروش ظاهر شوید.

این است رمز موفقیت در بازاریابی و فروش. به جای گفتن اینکه دیگران از شما بهتر هستند و یا دیگران از زبان چرب تری برخوردار هستند سعی کنید بهانه نیاورید. در این طور مواقع: **بهانه تراشی ممنوع.**

تیم "کافه نیاز" مایل است راه هایی را به شما بیاموزد تا بتوانید به جای بهانه آوردن و به جای اینکه فقط محصولات و خدمات خودتان را به مشتریان بفروشید، بیشتر به عنوان یک مشاور در این حوزه خودتان را معرفی کنید.

با ما همراه باشید

۱. مشاور باید اطلاعات کافی در مورد محصولات داشته باشد



شما به عنوان یک فروشنده و یک مشاور زمانی می توانید محصولات و خدماتتان را به مشتری معرفی کنید و انتظار داشته باشید از شما خرید کنند که اطلاعات کافی در تمام موارد در اختیار آنها قرار دهید. تنها در این صورت است که مشتری می تواند به شما اعتماد کند.

فرض کنید برای خرید یخچال به یک فروشگاه مراجعه می کنید و فروشنده اطلاعات کافی در حد **قیمت** و توان مصرفی، اطلاعات در اختیارتان می گذارد و به طبع شما هم نمی توانید به وی اعتماد کنید.

اما به فروشگاهی دیگر مراجعه می کنید. فروشنده خودش را معرفی می کند، لبخند می زند، ابتدا اجازه می دهد شما صحبت کنید و بعد شروع می کند به صحبت کردن. تمام اطلاعات یخچال اعم از قیمت، توان مصرفی، رده

ی مصرف انرژی، تفاوت این محصول نسبت به محصولات دیگر، تفاوت این یخچال نسبت به رقبای داخلی و خارجی، وزن، ارتفاع، اطلاعات کافی در مورد موتور یخچال و هر چیز دیگری را در نظر بگیرید در اختیار شما قرار می دهد.

خوب حالا شما اگر به جای خریدار باشد از کدام یک خرید می کنید؟

۲. شنونده ی خوبی باشید

مشاوران فوق العاده در زمینه ی فروش، سعی می کنند شنونده های خوبی باشند تا بهتر بتوانند نیازهای مشتریان را متوجه بشوند



مشاوران در هر زمینه ای شنونده های خوبی هستند. مشاوران سعی می کنند با گوش دادن به مشتری تمام خواسته ها، نیازها، دغدغه ها و مشکلات آنها را جویا شوند و سپس بهترین محصول را مطابق با نیازشان به مشتری معرفی کنند. شنونده ی خوبی بودن نتیجه اش این می شود که بهترین محصولی که نیاز مشتری است را در اختیارش بگذارید.

قرار بر این است که در قالب یک مشاور ظاهر شوید و شنونده بودن یکی از خصوصیات یک مشاور خوب است. پس شنونده بودن را امتحان کنید و برای این مورد هم می توانید از قبل چند سوال آماده کنید تا به موقع از مشتریان خود بپرسید.

به عنوان مثال از آنها بپرسید:

✓ به دنبال چه محصولی هستید؟

✓ آیا قیمت برای شما مهم است یا کیفیت؟

✓ آیا تفاوت محصولات ما با دیگر رقبا را می دانید؟

✓ محصول انتخابی شما محصول داخلی است یا خارجی؟

✓ اگر نمونه ی داخلی آن با یک کیفیت بهتر به شما معرفی کنم بهتر نیست؟

✓ چرا این محصول با این برند رو انتخاب کردید، آیا کسی به شما معرفی کرده یا خودتون انتخاب کردید؟

این سوالات فقط نمونه ای از سوالاتی است که می توانید از مشتریان خودتان بپرسید. سعی کنید دایره ی این سوالات را بیشتر کنید و مدام با خودتان تکرار کنید و همچنین جواب های احتمالی که امکان دارد مشتریان به شما بدهند را نیز با خودتان تمرین کنید.

۳. بیش از حد محصولات را بالا نبرید

یک مشاور در امر فروش سعی می کند در هنگام صحبت در مورد محصولات زیاده روی نکند



لطفاً مشتری را احمق فرض نکنید. فکر نکنید محصول شما بدون عیب و نقص است و مشتری هیچ چیزی نمی فهمد. هر محصولی یک عیبی دارد. این عین واقعیت است. غیر ممکن است محصولی را روانه ی بازار کنید که مشتریان از آن عیبی نگیرند. پس سعی نکنید آنقدر در مورد محصولات زیاده گویی کنید که مشتری از دستتان بپرد.

مشتریان در بیشتر مواقع آنقدر باهوش هستند و در مورد یک محصول اطلاعاتی را در اختیار شما قرار می دهند که شما انگشت به دهان می مانید. پس قرار ما این است که مشتری را نگه داریم و این کار فقط با مشاور بودن در این زمینه امکان پذیر است.

۴. تفاوت قیمت ها را به صورت کامل شرح دهید

سعی کنید تفاوت قیمت ها را برای مشتری توضیح دهید
در این صورت است که آنها به شما اعتماد می کنند



برخی از مشتریان زمانی که وارد فروشگاه یا یک شرکت می شود اولین چیزی که می پرسند قیمت محصولات است و به هیچ عنوان کارایی و امکانات محصول مورد نظر برایشان معنا و مفهومی ندارد. اگر قیمت مناسب بود آن موقع است که امکانات و کارایی محصول برایشان معنا و مفهوم پیدا می کنند.

اگر برخی محصولات تقریباً مشابه قیمت های متفاوتی داشته باشند این باعث سردرگمی مشتریان می شود و شما به عنوان یک مشاور در حوزه ی فروش سعی کنید تفاوت این دو محصول را به صورت کامل شرح دهید. اگر مشتری این دو نوع قیمت متفاوت را نتواند هضم کند قطعاً اعتمادش به شما و کسب و کارتان کم خواهد شد.

برای اینکه این اعتماد جلب شود سعی کنید تمام امکانات، آپشن ها و تفاوت های این دو محصول را به صورت کاملاً تخصصی برای مشتری توضیح دهید. مشتری فقط با توضیح دادن، آن هم به صورت تخصصی قانع خواهد شد نه اینکه بخواهید طوطی وار یک سری امکانات از پیش تعریف شده را توضیح دهید.

۵. همیشه بهترین محصولاتتان را در همان ابتدا به مشتریان معرفی کنید

مشاوران فروش سعی می کنند بهترین و گرانترین محصولاتشان را در ابتدا به مشتریان معرفی کنند و جالب اینجاست که در بیشتر مواقع هم همان محصول گران تر را می خرند



تفاوت قیمت ها در خرید برای مشتری خیلی مهم است. این وظیفه ی یک مشاور در امر فروش است تا بهترین محصولش را در ابتدای کار به مشتریان خود معرفی کند. به فرض مثال اگر قرار است مشتری یک یخچال با قیمت ۲ میلیون تومان بخرد سعی کنید در ابتدا گرانترین محصولتان یعنی همان یخچال ۴ میلیونی را پیشنهاد بدهید.

سعی کنید با این جملات شروع کنید: اگر قراره یک یخچال ۲ میلیون تومنی بخرید که ۲ سال دیگه خراب بشه سعی کنید دو برابر اون رو بپردازید و یک یخچال با قیمت و کیفیت بالاتر خریداری کنید که ۵ سال دیگه خراب بشه نه اینکه ۲ سال دیگه بخواید کل یخچال رو عوض کنید و در حال حاضر این پرداخت هزینه به سود شما است.

این جمله واقعاً تأثیرگذار است و در بیشتر مواقع خرید مشتری را تضمین می کند. یک جمله ی دیگر هم وجود دارد که تأثیر همین جمله ی اول را دارد:

این یخچال قیمتش ۴ میلیون تومن هست. امکاناتی که داره شامل درجه ی A انرژی هست که بهترین درجه برای مصرف برق هست، موتور کره ای اصل داره ولی مونتاژ داخله، دو موتور مجزا داره یکی برای فریزر و یکی برای یخچال، فیلتر تصفیه آب داره و

اما یک یخچال با قیمت کمتر هم دارم که قیمتش ۲ میلیون تومن هست. ولی این امکانات رو نداره. اگر جای شما باشم اون یخچال اولی رو میخرم چون علاوه بر امکانات، خدمات پس از فروش بهتری هم داره.

اگر با مشتری به صورت کاملاً صادقانه برخورد کنید قطعاً مشتریان در بیشتر مواقع برای اینکه در آینده از خریدشان پشیمان نشوند سعی می کنند محصولات با قیمت بالاتر را خریداری کنند. چون نحوه ی توضیح دادن شما به عنوان مشاور کمک بزرگی به مشتری می کند تا بهترین محصول را خرید کنند.

۶. بهترین مشاوران، کمترین پیشنهادهای را می دهند

به عنوان یک مشاور در زمینه ی فروش تلاشتان این باشد که پیشنهادهای کمتری به مشتریان بدهید تا دچار سردرگمی نشوند



این خیلی خوب است که برای هر خرید و نیاز مشتری یک محصول به آنها معرفی کنید اما اگر می خواهید یک مشاور خوب و یک فروشنده موفق باشید سعی کنید در هر خریدی بیشتر از دو پیشنهاد به مشتریان ارائه ندهید.

به طور مثال شما به عنوان یک خریدار تردمیل به یک فروشگاه مراجعه می کنید. فروشنده حدود ۱۰ نوع تردمیل با ۱۰ نوع کارایی متفاوت، تنوع و قیمت های متفاوت و همچنین با برندهای متفاوت در اختیاران قرار می دهد. متأسفانه شما هم از این همه تنوع گیج و مبهوت خواهید شد و به طبع خرید نخواهید کرد چون نیاز به این دارید که بیشتر فکر کنید.

اما اگر همین فروشنده خود را یک مشاور در نظر می گرفت بیشتر از دو مورد به شما پیشنهاد نمی داد. هر چه انتخاب های کمتری پیش رو داشته باشید راحت تر می توانید خرید کنید.

سخن آخر

مشاور بودن در زمینه ی فروش یعنی جلب کردن اعتماد مشتری. زمانی که در قالب یک مشاور ظاهر می شوید مشتریان احساس بهتری نسبت به شما پیدا می کنند و این فقط به خاطر این است که شما مشاوره خوبی را به مشتریان خود داده اید.

بهترین احساس مشتریان در زمان خرید زمانی به دست می آید که فروشنده به صورت کاملاً صادقانه با آنها رفتار کند. همین رفتار صادقانه باعث می شود تا مشتریان تصمیم به خرید بگیرند.