

چگونه از ۵ ترفند روانشناسی برای افزایش فروش محصولات استفاده کنیم؟

تکنیک های افزایش فروش در کسب و کارهای آنلاین



فروش و [افزایش فروش](#) برای همه ی کسب و کارها به خصوص آنهایی که در حوزه ی اینترنت فعالیت می کنند به یک دغدغه ی بزرگ تبدیل شده است. افزایش فروش یک حس فوق العاده به کسب و کار شما می دهد که به راحتی نمی توانید دست از آن بکشید. با افزایش فروش به هر آنچه که بخواهید می توانید برسید، با افزایش فروش کسب و کار شما رنگ و بویی دیگر می گیرد.

[افزایش فروش در کسب و کارهای اینترنتی](#) یعنی همه چیز و اگر بدانید در ذهن مشتریان چه می گذرد به راحتی می توانید تبلیغاتی را ارائه دهید که مشتریان بیشتری را به سمت کسب و کارتان جذب کنید. بیشتر اشخاصی که در حوزه ی کسب و کارهای اینترنتی کار می کنند یک تصور اشتباه در این زمینه دارند، آنها تصور می کنند که مشتری یک بار از آنها خرید کند کافی است. اما این تصویری وحشتناک است.

باید سعی کنید مشتری را طوری قانع کنید که دفعات بعد هم از شما خرید کند. این بزرگترین سودی است که هر مشتری می تواند به شما برساند. طبق قانون ۲۰، ۸۰ برایان تریسی ۸۰ درصد از خریدهای شما را ۲۰ درصد از مشتری های شما انجام می دهند و این یعنی باید تحول و تغییری در کسب و کارتان ایجاد کنید که هر مشتری نه تنها امروز بلکه روزهای بعد هم از شما خرید کند.

شاید جالب باشد بدانید طبق همین قانون، جذب مشتری های جدید هزینه های بیشتری برای شما خواهد داشت ولی با نگهداری مشتری های قدیمی به راحتی می توانید محصولات خودتان را به فروش برسانید و کسب و کارهای اینترنتی هم این پتانسیل را در خودش می بیند تا بیشتر از هر کسب و کاری بتواند افزایش فروش داشته باشد.

این یک باور بسیار جالب است که بیشتر مدیران کسب و کارهای آنلاین از آن اطلاعی ندارند و تصور می کنند بیشتر از یک بار نمی توانند محصولی را به یک مشتری بفروشند. اما این یک تصور و باور اشتباه است و در این مسیر به راحتی می توان مشتریان را قانع کرد که دوباره از شما خرید کنند و همین روی افزایش فروش ما تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

درآمد واقعی شما از کسب و کاری اینترنتی تان به نوع نگاه شما به ذهن و ضمیر ناخودآگاه تان دارد. اگر به درآمدهای جزئی فکر کنید به طور حتم ایده هایی به ذهنتان خواهد رسید که به دریافت همان درآمدهای جزئی و کم، منجر خواهد شد و اگر به درآمدهای سرشار و کلان فکر کنید به طبع تکنیک ها، ترفندها و ایده هایی به ذهنتان خواهد رسید که شما را به آنچه می خواهید، خواهد رساند.

تیم "کافه نیاز" در این مقاله به ۵ ترفند روانشناسی برای افزایش فروش در کسب و کارهای اینترنتی خواهد پرداخت که به راحتی می توانید فروشتان را افزایش دهید.

با ما همراه باشید

ترفند اول: مشتریان به اطلاعات نیازی ندارند، آنها خریدار محصول هستند

مشتری خریدار محصول شماست نه اطلاعاتی که در اختیارش قرار می دهید. پس سعی کنید محصول نهایی را به وی معرفی کنید



تمام اشخاصی که به نوعی با اینترنت سر و کار دارند این را می دانند که حدود ۹۰ درصد اطلاعاتی که در اینترنت وجود دارد همه به صورت رایگان در اختیار مخاطبین قرار گرفته شده است پس لزومی ندارد که بخواهند برای آن هزینه ای پرداخت کنند، به جز سایت هایی که به این طریق کسب درآمد می کنند که آنها از این امر مستثنی هستند.

این تکنیک روانشناسی می گوید اگر قرار است محصولی را به دیگران بفروشید سعی کنید نتیجه ی حاصله را به آنها بفروشید نه اطلاعات. چون مردم و مشتریان از اینکه بخواهند اطلاعات را خریداری کنند، متنفرند. چرا که می دانند اطلاعات باید به صورت رایگان در اختیار آنها قرار گرفته شود.

بنابراین باید بر نتیجه ی حاصله از آن تمرکز کنید تا بتوانید محصولی را به مشتری بفروشید و این تنها راه حل این مشکل است. به طور مثال فرض کنید می خواهید یک پکیج مکالمه ی زبان انگلیسی را به مشتریان خود معرفی کنید و به این دو صورت آن را به مشتریان معرفی می کنید:

✓ **روش اول:** چطور مکالمه ی زبان انگلیسی را فرا بگیریم

✓ **روش دوم:** چگونه در عرض ۳ ماه به صورت کامل انگلیسی صحبت کنیم

در روش اول فقط توضیح داده است که از کجا شروع کنیم، گرامر را چگونه فرا بگیریم، چطور کلمات را تلفظ کنیم و در کل فقط اطلاعات است و اطلاعات و اطلاعات. این برای مشتری واقعاً آزار دهنده است که بخواهد وارد سایت شود و فقط اطلاعاتی را بخرد که در بیشتر سایت ها آن را به رایگان در اختیارش قرار می دهند.

اما در روش دوم به صورت کاملاً اصولی به مشتریان توضیح داده می شود که قرار است چه محصولی را بخرند و چه چیزی عایدشان خواهد شد. در این روش می توانید فیلم ها، فایل های صوتی و یا برنامه های کامپیوتری را در اختیار مخاطبین قرار دهید. در این روش می توانید فیلمی از مشتریانی که قبلاً از این محصولات استفاده کرده و از خرید خود راضی و خشنود هستند تهیه کنید و در سایت خود قرار دهید. همین مورد به راحتی می تواند افزایش فروش را برای شما به همراه داشته باشد.

در روش دوم به صورت کامل روی نتیجه ی حاصله تمرکز کرده اید و همین برای مشتری کافی است تا از شما خرید کند و همچنین کسب و کارتان را به دیگران معرفی کند.

ترفند دوم: افزایش فروش با ارائه کمترین انتخاب

در فروشگاه های آنلاین هر چه انتخاب های کمتری وجود داشته باشد به طبع خرید برای مشتریان راحت تر خواهد بود



یکی دیگر از قوانین های روانشناسی در افزایش فروش در کسب و کارهای اینترنتی می گوید: اگر انتخاب های کمتری در اختیار مشتری قرار بگیرد شانس خیلی بیشتری وجود دارد که محصول یا خدمات شما را انتخاب کند. به خاطر اینکه ذهن در این طور مواقع به صورت کامل تمام محصولات و خدمات را پردازش می کند و چون انتخاب های زیادی پیش رو دارد به طبع هیچ یک از آنها را خریداری نمی کند.

به عنوان مثال فرض کنید یک سایت فروشگاهی در زمینه ی فروش مواد آرایشی و بهداشتی دارید و حدود ۱۰۰ نوع قلم جنس از تمام مواد آرایشی و بهداشتی بدون اینکه آنها را دسته بندی کنید در اختیار مخاطبین خود قرار داده اید. به طبع مخاطبینی که به سایت شما مراجعه می کنند از دیدن این همه محصول گیج و مبهوت می شوند.

مشتری به خاطر اینکه وقت زیادی ندارد که بخواهد کاربرد هر محصولی را مشاهده کند و محصول مورد نظرش را خریداری کند. اما جالب اینجاست که در بیشتر مواقع هیچ یک از این محصولات را خریداری نمی کنند. چرا که ذهن پردازشگر آنها کاملاً گیج شده است و با این همه محصول نمی تواند کنار بیاید و هر چه قدر هم در کار مشاوره و نوشتن توضیحات و معرفی برای محصولات تان استاد باشید باز هم کار سختی برای فروش محصول در پیش دارید.

اما فرض کنید همین سایت حدود ۲۰ نوع محصول را بخواهد به مشتریان معرفی کند. در این طور مواقع به طبع مشتری کار راحتی برای مطالعه ی توضیحات این محصولات دارند و خرید برای آنها کار راحتی است.

در کسب و کارهای اینترنتی به جای اینکه این محصولات را به صورت یکجا به مشتریان نشان دهید به راحتی می توان همان ۱۰۰ نوع محصول را به طور مثال در چند دسته قرار داد. در این صورت مشتری می داند که باید دنبال چه چیزی بگردد و رعایت همین نکته می تواند افزایش فروش را برای شما به همراه داشته باشد.

ترفند سوم: دوستان را نگه دار و دشمنانت را از خودت دور کن

سعی کنید مشتری نماهایی که فقط باز خورد منفی می دهند از لیست ایمیل خود حذف کنید. این مورد روی افزایش فروش تأثیر گذار است



همیشه در هر کسب و کاری دوست و دشمن زیادی وجود دارند. دوستان باعث می شوند با بازاریابی دهان به دهان کسب و کارتان را به دیگران معرفی کنند و این بهترین سودی است که به شما خواهد رسید و در آن سو هم دشمنان شما دست روی دست نمی گذارند و با خصومت شخصی که نسبت به شما و نوع کارتان دارند، کسب و کارتان را مرز نابودی می کشانند. اما در این مسیر نباید دست روی دست بگذارید و راحت بنشینید. سعی کنید چشمان خود را ببندید و به راحتی دشمنان خود را از کسب و کارتان دور کنید.

رشد و پیشرفت شما باعث می شود تا دشمنانتان بیشتر و بیشتر شوند چون حس می کنند این کسب و کار باید برای آنها باشد، چون حس می کنند باید جای شما باشند و این ثروت را بدست بیاورند. حسادت آنها تا جایی پیش خواهد رفت که وارد سایت می شوند و در مورد محصولات و خدماتتان به صورت کاملاً منفی صحبت می کنند.

این مورد می تواند هم به سود شما باشد و هم به ضرر شما. اما ضرر آن خیلی بیشتر از سودش است. شاید این جمله را شنیده باشید که: **اگر باز خورد منفی نداشته باشید یعنی هنوز پیشرفت نکرده اید.**

این خوب است که مشتریان و دشمنانی داشته باشید که بازخورد منفی به شما بدهند چرا که در برخی موارد به رشد و پیشرفت تان کمک می کند و این اشخاص مشکلات کسب و کارتان را بدون دریافت هیچ هزینه ای در اختیار شما قرار می دهند.

اما بزرگترین ضرری که این دشمنان به کسب و کارتان می رسانند این است که هر وقت محصول جدیدی وارد سایت می شود به صورت مداوم کامنت ها و بازخوردهای منفی در سایت قرار می دهند و این می تواند مشتریان تان را از خرید منصرف کند.

خُب تا اینجا متوجه شدیم دشمنان ما هم دوست ما هستند و هم دشمن ما. اما سوال اینجاست:

چه پیشنهادی برای حذف این دشمنان وجود دارد؟

برخی سایت ها یک رویه ی جالب در پیش گرفته اند و این است که هرگاه محصول یا خدمات جدیدی وارد سایت می شود به مشتریانی که عضو خبرنامه هستند خبررسانی می کنند و همین باعث می شود تا در این بین مشتری نماها یا همان دشمنان شما هم خبردار شوند.

در این طور مواقع سعی کنید اشخاصی که کامنت و بازخوردهای منفی و بیش از حد وارد سایت می کنند را از این لیست حذف کنید تا فقط اشخاصی که به محصولات و خدمات شما علاقه از خود نشان داده اند از آنها خبردار شوند و همین روی افزایش فروش شما تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

ترفند چهارم: مشاور در امر فروش باشید نه یک فروشنده



تا حالا شده وارد سایتی بشوید و برای خرید یک محصول به شما مشاوره بدهند؟ به طور حتم از این دسته سایت ها یا اصلاً وجود ندارد و یا انگشت شمارند. بیشتر اشخاصی که در حوزه ی فروش آنلاین کار می کنند بیشتر دوست دارند تا یک محصول یا خدمات را به دیگران بفروشند و برایشان فرقی نمی کند که این محصول به درد مشتریان آنها بخورد یا نخورد. فقط و فقط فروش برایشان مهم است.

سعی کنید این نکته را فراموش نکنید: **مشتریان زمانی به شما و کسب و کارتان اعتماد می کنند که شما هم در مقابل آن زمینه های اعتماد سازی را به وجود بیاورید.**

به طور مثال اگر یک مشتری قرار است به صورت آنلاین از شما پکیج زبان مکالمه ی زبان انگلیسی را خریداری کند سعی کنید به صورت آنلاین یا همان چت زنده یا از طریق ایمیل یا از طریق تماس تلفنی با وی در تماس باشید و وی را راهنمایی کنید. از وی بپرسید در چه حدی زبان بلد است و تا کجا می خواهد پیش برود.

یا به طور مثال قرار است یک هاست یا دامین خریداری کنید. وارد سایتی می شوید که می توانید به صورت زنده با واحد فروش در ارتباط باشید. تمام سوالاتی که در ذهنتان وجود دارد را از آنها می توانید بپرسید. از نحوه ی انتخاب نوع هاست و دامین تا نحوه ی پرداخت هزینه.

شما به عنوان یک فروشنده می توانید با پرسیدن سوال، خود را به یک مشاور در امر فروش مبدل کنید که بیشتر به سود مشتری خود کار می کند تا اینکه بخواهید یک فروشنده ی معمولی باشید که فقط می خواهد محصولش را بفروشد. این اولین قدم در اعتماد سازی است. اگر اعتماد مشتری جلب شود به راحتی می توانید هر محصولی را به آنها بفروشید و همین روی افزایش فروشتان تأثیر بسزایی خواهد گذاشت.

ترفند پنجم: به مشتریان خود ضمانت نامه ی بازگشت هزینه را بدهید

داشتن ضمانت و گارانتی بازگشت وجه تأثیر فوق العاده ی روی افزایش فروش کسب و کار اینترنتی شما خواهد داشت



از نظر روانشناسی یکی از تکنیک ها و ترفندهایی که خیلی جوابگو است و می تواند روی افزایش فروش تان تأثیر مثبتی بگذارد این است که در سایت تان از لوگو ضمانت نامه ی بازگشت هزینه در ازای ناراضی بودن استفاده کنید. البته استفاده از این لوگو نباید به این شکل باشد که فقط نماد باشد و هیچ هزینه ای مسترد نگردد. چرا که این کار اعتماد مشتریان را هدف قرار گرفته است.

استفاده از این نماد می تواند یکی از فاکتورهای مهم در خرید مشتریان باشد که با اعتماد و اطمینان خاطر خرید کنند و همچنین ریسک از دست دادن هزینه شان را هم کاهش می دهند. به خاطر اینکه بیشتر مشتریان ترس از این دارند که پولی که پرداخت کرده اند را از دست بدهند.

مشتریان ترس از این دارند که این محصولی که خرید می کنند به درد آنها نخورد اما زمانی که از این نماد به صورت واقعی استفاده کنید حتی سخت ترین مشتریان هم نرم خواهند شد و به راحتی از شما خرید می کنند و ریسک خرید نکردن را به طور چشمگیری کاهش دهد.

تا جایی که می توانید تمام ریسک ها و ترس های مشتریان را بریزید تا خیلی سریع تر تصمیم بگیرند از شما خرید کنند و این روی افزایش فروش آنلاین تان تأثیرگذار خواهد بود.

سخن آخر

استفاده از این ۵ تکنیک و ترفندی که ارائه شد به راحتی می تواند فروش شما را افزایش دهد به شرطی که به صورت واقعی از آنها استفاده کنید. این ترفندها روی ذهن مشتری کار می کند و به راحتی به آن چیزی که می خواهید، می توانید برسید.