

در بازاریابی حضوری چه نکاتی باید رعایت شود؟



یکی از [روش‌های بازاریابی](#) که تأثیر زیادی در مشتری دارد، بازاریابی حضوری است که توانایی صحبت کردن، قدرت بیان عالی، ارتباط برقرار کردن، متقاعد کردن و ... حرف اول را در این زمینه می‌زند. هر چه قدر شما با مشتری صمیمی‌تر باشید مطمئناً بیشتر می‌توانید فروش کنید. در این روش شما مستقیماً و به صورت حضوری با مشتری سر و کار دارید و هدف اصلی در این روش این است که بتوانید محصول و یا خدماتی که ارائه می‌دهید را به مشتری معرفی کنید.

در این مقاله سعی داریم نکاتی ارزنده و مهم در مورد اشخاصی که [بازاریابی](#) حضوری را انجام می‌دهند ارائه دهیم و امید داریم که با رعایت این موارد، افزایش فروش چشمگیری داشته باشند.

به چه اشخاصی بازاریاب حضوری می گویند؟

بازاریاب حضوری چه کسی است؟



بازاریاب حضوری شخصی است که در جلسات حضوری با مشتری خود سعی در متقاعد کردن وی نسبت به خرید محصول، کالا و یا خدمات دارد. البته با رشد فناوری اطلاعات و همچنین روش های تبلیغاتی در شبکه های اجتماعی، این مورد کمتر استفاده می شود اما با این حال باز هم این روش یکی از روش های مؤثر در فروش است و اصلی ترین شخص در عرصه ی فروش را همین شخص بازاریاب حضوری بازی می کند.

همانطوری که در بالا اشاره شد، شخص بازاریاب حضوری اگر به تکنیک های این روش مانند قدرت بیان کافی، نحوه ی برقرار ارتباط مؤثر با فروشنده و همچنین متقاعد سازی مشتریان خود مسلط و حرفه ای باشد به راحتی می تواند نه تنها محصول خود بلکه هر محصول و خدماتی را به فروش برساند. به خاطر همین است که بیشتر

شرکت‌ها و سازمان‌ها و ارگان‌ها روی بازاریابان حضوری خود بیشتر کار می‌کنند و سعی دارند که تکنیک‌های این روش را به آنها یاد دهند.

در ادامه‌ی این مقاله نیز سعی بر این داریم تا نکاتی که باید یک بازاریاب حضوری رعایت کند ارائه دهیم و با فراگیری آن بتوانید افزایش فروش دو برابری داشته باشید.

قدرت بیان کافی



در این روش بازاریابی چون ارتباطی مستقیم و رو در رو با مشتری وجود دارد، قدرت بیان کافی و همچنین نحوه‌ی رفتار شما با مشتری حرف اول را در جذب مشتری و خرید وی ایفا می‌کند. پس در درجه‌ی اول سعی کنید که این مشکل را برطرف نمایید. اگر شما نتوانید در مقابل مشتری محصول، کالا و خدمات خود را معرفی کنید پس چگونه انتظار دارید که مشتری محصول و خدمات شما را خریداری کند؟

ظاهری آراسته و شیک داشته باشید

برای بازاریابی حضوری سعی کنید که
یک نابغه خوش لباس باشید



kafeniaz.com

مهم‌ترین قسمت در [روش بازاریابی](#) حضوری در برخورد اول، این است که شما ظاهری آراسته، شیک و به اصطلاح اتو کشیده داشته باشید. برای مشتری این مورد مهم است. این کار شما تأثیر بسیار خوب و مثبتی روی مشتری دارد. پس از معرفی خود اگر کارت ویزیت دارید به وی ارائه دهید و از تکنیک‌های زبان بدن می‌توانید شروع کنید و با بیان کلمات و جملاتی که از قبل آماده کرده‌اید، محصول و خدمات خودتان را معرفی کنید. ظاهری آراسته داشتن در هنگام پرزنت کردن تأثیر بسزایی در خرید کردن مشتری ایفا می‌کند.



شخص بازاریاب اگر می‌خواهد در کارش حرفه‌ای عمل کند بایستی در مورد محصول و خدمات خودش اطلاعات کافی داشته باشد که اگر مشتری از وی سؤال می‌پرسد بتواند پاسخگو باشد. اما اگر مشتری فقط گوش داد و سؤال نپرسید چه کار کنیم؟

این مشکل به مهارت شخص بازاریاب بر می‌گردد که با ارائه و طرح سوالاتی در مورد محصول و خدمات خودش به گونه‌ای که یک نیاز را در مشتری بوجود بیاورد سعی کند که وی را به حرف در بیاورد و در این گفتگو او را شریک کند.

به طور مثال اگر فروشنده یک شرکت در زمینه هوشمند سازی ساختمان هستید برای اینکه این نیاز را در مشتری ایجاد کنید این گونه سؤال بپرسید:

آقای فلانی آیا شما حاضرید پولتان را هزینه‌ی محصولی کنید که آسایش، رفاه، امنیت، ارتباط از راه دور از هر کجای دنیا با منزل، بهینه سازی مصرف انرژی، پشتیبانی ۲۴ ساعته، خدمات پس از فروش عالی آن هم با هزینه‌ای بسیار کم داشته باشید؟

در این حال مشتری هم همه‌ی این خدمات را می‌خواهد با هزینه کم. پس حتماً می‌گوید: "بله می‌خواهم و این محصول شما چی هست؟" در این جا این بازاریاب است که باید مهارت خودش را به رخ مشتری بکشد و به وی این محصول را معرفی کند.

لبخند زدن را فراموش نکنید

بهترین هدیه شما به مشتری در بازاریابی حضوری، لبخند زدن است



kafeniaz.com

اولین برخورد همیشه در ذهن مشتری باقی می‌ماند. نحوه‌ی لباس پوشیدن، دست دادن، صحبت کردن و مهمتر از همه لبخند به لب داشتن است که چهره شما را از فردی اخمو و بداخلاق به چهره‌ای پر انرژی و شاداب مبدل می‌کند. شاید این مورد ابتدایی به نظر برسد اما همین مورد کوچک تأثیر بسزایی در جذب مشتری دارد. این مورد را در سخت‌ترین شرایط هم امتحان کنید.

اجازه بدهید مشتری هم فکر کند

بعد از معرفی محصول، به مشتری خود اجازه دهید در موردش فکر کند



kafeniaz.com

نکته‌ای که بیشتر بازاریابان به آن توجه نمی‌کنند این است که توقع دارند همان لحظه مشتری بگوید بله این محصول را می‌خواهم و یا خیر به محصول شما نیازی ندارم. این اشتباهی مرگبار در این روش است.

اگر مشتری بعد از صحبت‌های شما سکوت کرد، شما هم سعی نمایید در سکوت او شریک باشید تا وی بتواند بهترین تصمیم را بگیرد. به مشتری خودتان حق بدهید که می‌خواهد در مورد محصول و خدمات شما فکر کند. اجازه بدهید چند روزی را فکر کند و بعد از چند روز با وی تماس بگیرید و یا جلسه‌ای حضوری داشته باشید و نظر وی را جویا شوید.