

## ۲۱ عادت برای تبدیل شدن به فروشنده حرفه‌ای



در دنیا تمام کارها بر مبنای فروش است. فروش خودرو، منزل، زمین، کامپیوتر، لوازم منزل و ... هر شخصی که در حیطه فروش کار می‌کند به طور اختصار فروشنده است. اما فروشنده عادی و فروشنده حرفه‌ای تفاوت‌هایی دارند که ما برخی از موثرترین عادت‌های فروشندگان ارائه داده‌ایم که آنها را در آنچه که انجام می‌دهند بسیار راهنمایی می‌کند.

### ۱. آنها خود را به شخصیت خریدار ایده آل خود نزدیک می‌کنند.

یک شخص خریدار به وضوح مشخص شده برای فرآیند فروش مؤثر و نماینده فروش خود را به این شخصیت نزدیک می‌کند تا فروش مؤثر انجام گیرد. این عمل، با طرح دوستی و رفاقتی بین فرشته و خریدار ایجاد می‌شود و به شخصیت خریدار ایده آل خود می‌رساند.

### ۲. آنها پیش از زمان آماده می‌شوند.

یک فروشنده مؤثر قبل از جلسه با خریدار آماده می‌شود. این بدان معنی است که آنها اطلاعات را قبل از جلسه بزرگ با خریدار جمع آوری می‌کنند. آنها با یک برنامه خاص و از پیش تعیین شده، وارد عمل می‌شوند. به این ترتیب، آنها چالش‌ها و سؤالات را پیش بینی می‌کنند و پاسخ مؤثر را برای جلوگیری از دست دادن فروش آماده می‌کنند.

### ۳. فرآیند کاری فروشنده‌های مؤثر، قابل اندازه‌گیری و قابل تکرار است.

آن‌ها با ایجاد هر مرحله قابل سنجش، می‌توانند نقاط ضعف روند کاری خود را دقیقاً مشخص کنند و بدانند که دقیقاً کجا باید روند کاری را بهبود دهند.

به عنوان مثال: فرض کنید یک فروشنده بتواند بخش بزرگی از نظر خریداران واجد شرایط را جلب کند اما معامله‌ای انجام نشود.

با ردیابی هر مرحله در طول مسیر، فروشنده می‌تواند نقطه ضعف را پیدا کند. آیا فروش به اندازه کافی قانع کننده نیست؟ آیا روش پیگیری بی اثر است؟ آیا فروشنده می‌تواند محصولات خود را به گونه‌ای دیگر معرفی کند؟ پس از تجزیه و تحلیل، فروشنده اقدامات خاصی را برای بهبود فروش انجام می‌دهد. یک فروشنده مؤثر، روند کاری خود را به یک علم تبدیل می‌کند.

### ۴. آن‌ها محصولات خود را می‌شناسند.

توانایی فروش نیمی از نبرد است. دانستن اینکه چه چیزی فروخته می‌شود، نیم دیگر است.

در بعضی از شرکت‌ها فروش جدید از طریق یک روند آموزش دقیق انجام می‌شود. این به آنها کمک می‌کند تا روش‌های علمی و اثبات شده در امر خرید و فروش را یاد بگیرند و همین امر باعث فروش محصول می‌شود. آن‌ها همچنین یاد می‌گیرند چگونه باید به خریداران در مورد این مسائل کمک کند. از طریق این آموزش، آن‌ها یاد می‌گیرند تا با چشم انداز خود همسو شوند.

### ۵. مکالمه طولانی با خریدار نداشته باشید.



زمان پرزنت کردن، به خاطر داشته باشید که خریدار شما به جز وقتی که برای شما گذاشته است کارهای دیگری نیز دارد، پس سعی کنید مکالمه طولانی با خریدار نداشته باشید که وی خسته خواهد شد و امکان این که از شما خرید نکند خیلی زیاد است. سعی بر این داشته باشید که قبل از گفتگو، تمام سؤالات خود را آماده کنید تا وقت خریدار را نگیرید.

## ۶. آن‌ها دائماً روابط شخصی را ایجاد می‌کنند.

فروشنده‌گان مؤثر می‌دانند که روابط، سنگ بنای فروش است. داشتن بهترین تکرارها دائماً ایجاد ارتباطات جدید می‌کند که می‌تواند به طور متقابل سودمند باشد. تمرکز بر روی ارتباطات نیز شبکه‌های خود را گسترش می‌دهد و ارجاعات بالقوه بیشتری را به ارمغان می‌آورد.

## ۷. آن‌ها از دید مشتری، فکر می‌کنند.

فروشنده‌های موفق خود را به جای خریدار می‌بینند و تصور آنها بر این است که اگر این محصول به آنها معرفی شود، آیا خودشان خریداری می‌کردند؟ پس قبل از هر کاری خود مشتری محصول خود باشید و خودتان آنرا استفاده کنید.

به جای اینکه بپرسید "چگونه می‌توانم فروش کنم؟" از خود بپرسید: "چگونه می‌توانم به مشتری کمک کنم؟"

## ۸. فروشنده‌گان موفق سعی و تلاشی دو برابر دارند.

فروشنده‌گان عادی چند بار که جمله "نه" را از زبان خریدار می‌شنوند دوباره به سراغ وی نمی‌روند. اما برعکس فروشنده‌گان موفق سعی و تلاش خود را دو برابر می‌کنند و تا فروشی انجام ندهند آرام نمی‌گیرند.



## تام‌هایکینز

برای بسیاری از افراد شنیدن نه، غیر قابل تحمل است، تنها راه برای ادامه این است که بدانیم این تنها یک کسب و کار است.

kafeniaz.com

۹. آن‌ها واقعاً گوش می‌کنند.

## مهارت گوش دادن

- ✓ وقتی که مشتری صحبت می‌کند، در واقع شما در حال فروش کردن هستید.
- ✓ هنگامی که مشتری صحبت می‌کند، شما در حال جلب اعتماد او هستید.
- ✓ هنگامی که مشتری صحبت می‌کند، شما بر مشتری تمرکز می‌کنید.
- ✓ هنگامی که مشتری به سوالاتی درباره نیازهایش پاسخ می‌دهد، شما در حال حرکت به سمت فروش هستید.
- ✓ بنابراین گوش فرا دهید و تایید کنید.
- ✓ برای جلب اعتماد مشتری بیشتر با استفاده از حرکات بدن و تکرار آهسته آن به
- ✓ او نشان دهید که به او توجه می‌کنید.

Kafeniaz.com

فروشنندگان موفق به طور فعال به صحبت‌های خریدار گوش می‌دهند و سؤالات فراوان آنها را پاسخ می‌دهند. اما در عوض فروشنندگان عادی در پی سؤالات خریدار فقط حدس می‌زنند.

۱۰. از جملات اغراق آمیز پرهیز کنید.



# از جملات اغراق آمیز به مشتری

# خودداری کنید

kafeniaz.com

[Kafeniaz.com](http://Kafeniaz.com)

سایت تبلیغاتی

لطفاً از جمله "ما بهترین هستیم" پرهیز کنید. چون مطمئناً خریدار نگرشی متفاوت نسبت به جمله شما دارد. پس سعی کنید که به جای این جمله، از "سعی ما بر این است که در زمره بهترین‌ها باشیم" استفاده کنید.

### ۱۱. آن‌ها به آنچه می‌فروشند، باور دارند.

در صورتی که واقعاً به محصولات خود اعتقاد دارید، ساده‌تر می‌توانید محصول را بفروشید. مؤثرترین فروشندگان در واقع از محصول خود استفاده می‌کنند و به ارزش آن اعتقاد دارند.

### ۱۲. آن‌ها در مشتری اعلام نیاز می‌کنند.

فروشنده موفق و مؤثر می‌داند که محصول یا خدماتی که آنها در فروش دارند، قدرت تأثیر مثبت بر زندگی مردم دارد و این دانش به آنها اهمیت عمیقی می‌بخشد. مشتری می‌داند که این محصول به نفع اوست اما پرداخت هزینه برای وی خیلی سخت است. پس باید قبل از پرزنت کردن مشتری، در او اعلام نیاز کنید و سپس محصول را به وی معرفی نمایید.

### ۱۳. آن‌ها پیگیری می‌کنند.



تعداد زیادی از فروشندگان پس از ارائه و معرفی محصولات به طور مؤثر پیگیری نمی‌کنند. آن‌ها حتی نمی‌دانند که چگونه باید با مشتری تماس مجدد گرفت. فروشندگان موفق ابتدا به مشتریان خود اجازه می‌دهند که به پیشنهاد وی فکر کنند و سپس در زمان مطلوب پیگیری می‌کنند.

۱۴. آن‌ها تمام مزایا و معایب یک محصول را ارائه می‌دهند.

## تمام مزایا و معایب محصول خود را به مشتری بگویید



kafeniaz.com

یقین داشته باشید که هیچ محصولی بی‌عیب و نقص نیست. هر شخصی این را بگوید که محصول وی بهترین و در عین حال بی‌عیب و نقص است، یک دروغگو است. پس سعی کنید که تمام مزایا و معایب محصول خود را بیان کنید. چون بعداً مشتری متوجه می‌شود و این شاید پایان کار فروش شما باشد. به خاطر داشته باشید که فروش پایان کار با خریدار نیست، بلکه ابتدای راه است. پس صداقت را پیشه کار خود کنید.

۱۵. سعی کنید در هر پرزنتی فقط یک محصول را معرفی کنید.

فروشندگان موفق در هر پرزنتی که با خریدار دارند فقط یک محصول را معرفی می‌کنند. ارائه پیشنهادات، محصولات، خدمات، نحوه خرید محصولات و ... فقط گیج کردن مشتری است. پس سعی کنید که یک محصول با روش خرید مشخص و خدمات پس از فروش یکسان به وی ارائه دهید.

۱۶. در مقابل دیدگان مشتری با همکاران بحث نکنید.



## در مقابل مشتری با همکاران بحث نکنید

kafeniaz.com

برخورد اول با مشتری مهمترین برخورد کاری شما در خرید و فروش است. یکی از بدترین نوع برخوردها این است که با همکار خود در مقابل فروشنده با وی بحث کنید. خیلی حس بدی به خریدار دست می‌دهد و مطمئناً جواب منفی به شما می‌دهد.

۱۷. آن‌ها یک طرح دارند.

فروشنده‌گان موفق دنیا برای فروش روزانه خود برنامه‌ای دارند که هر روز انجام می‌دهند که شامل: رفتار و یا بخش‌هایی از فرآیند که آن‌ها می‌خواهند در آن بهبود پیدا کنند، چگونه آنها به مشتریان خود قرار ملاقات بگذارند و ... که با یک استراتژی واضح و روشن، آن‌ها می‌توانند سریع و هدفمند تمام موارد را اجرا کنند.

۱۸. از ارائه تخفیف‌هایی که مشتری به شک بیفتد، جداً پرهیزید.



[kafeniaz.com](http://kafeniaz.com)

هیچ خریداری در دنیا نیست که از تخفیف بدش بیاید. تخفیف دادن به مشتری حتی در صورتی که سودی کمی نصیب شما شود بسیار عالی است. اما از تخفیف‌های گزاف به مشتری اجتناب کنید. مشتری در این موارد با خودش فکر می‌کند که احتمالاً یا محصولش کیفیت مناسبی ندارد و کلاه بردار است.

۱۹. به دنبال مشتری‌های جدید باشید.

اکتفا کردن به مشتری‌های قدیمی یکی از اشتباهات فروشندگان عادی است. فرضتان بر این باشد که مشتری قدیمی از شما خرید نمی‌کند. با این فرض به پیش بروید و به دنبال مشتری‌های جدید باشید. مشتری‌های جدید برابر است با فرصت‌های بیشتر برای فروش.

۲۰. هرگز محصولات رقیب را زیر پا له نکنید.

یکی از بدترین کارهایی که افراد مبتدی انجام می‌دهند این است که محصولات رقیب را خیلی ضعیف‌تر از حد معمول می‌دانند و هر بار این را به مشتری القا می‌دهند. سعی کنید که هرگز در پرزنت کردن حرفی از محصولات رقیبتان به میان نیاورید. می‌توانید این گونه بیان کنید که: "البته محصولات فلان شرایط خوبی در بازار دارد و خوب به فروش می‌رساند، اما در بحث خدمات پس از فروش ما بهتر کار کردیم که مشتری‌های ما این را به ما بارها و بارها اعلام کرده‌اند."



## ۲۱. ارزش محصول خود را بالا ببرید.

اگر توجه کرده باشید بسیاری از فروشندگان این جمله معروف "محصولات شما گران است" را به زبان می‌آورند و بیان این جمله یعنی اینکه محصول شما ارزشی ندارد. در این موارد سعی کنید که ارزش محصول را بالا ببرید و بگویید که درست است که قیمت بالاست ولی هر قیمت بالایی به دلیل و ارزشی دارد، مانند خدمات پس از فروش، خارجی بودن محصول، استاندارد بین‌المللی، پروژه‌های زیادی که اجرا کردیم، پروژه‌های زیاد که در سطح دنیا اجرا شده است، به راحتی در دسترس شماست، طراحی متفاوت نسبت به دیگر برندها و ... گویای ارزش محصول ما است.

