

چطور مشتریان را قانع کنیم که از ما خرید کنند؟

هنر متقاعد سازی مشتری برای خرید از شما



این روزها تمام کسب و کارها از هر ترفند و تکنیکی استفاده می کنند تا مشتری هایی را که دارند نگه دارند و یا [افزایش فروشی دو برابری](#) داشته باشند و مشتری ها را به یک مشتری دائم و وفادار تبدیل کنند.

اما مورد مهمی که باید به آن توجه داشت این است که چطور می توان یک مشتری را که در بیشتر مواقع تمایلی به خرید ندارد، متقاعد کنیم که از ما خرید کند؟

[رمز موفقیت در فروش](#) نسبت به رقبا این است که در هنگام فروش محصول یا خدمات بتوانیم مشتریان خود را قانع کنیم که از ما خرید کنند و این مورد طبق یک سری قوانین خاص که به هنر و مهارت متقاعد سازی معروف است، امکان پذیر خواهد بود.

باید این نکته را بدانید که امروزه فقط با راه اندازی یک سایت به راحتی نمی توانید مشتری را متقاعد کنید که از شما خرید کنند. آنها در بیشتر مواقع حتی با دیدن یک مقایسه کامل بین دو محصول هم قانع نخواهند شد. در اینجاست که مشتری به صورت حضوری به سراغ یک فروشنده می رود و تمام اطلاعات بین دو محصول را دریافت می کند.

از این به بعدش دیگر هنر فروشنده است که بتواند به گونه ای عمل کند که مشتری مجاب کند که از وی خرید کند. در کنار متقاعد سازی باید هنر احساس نیاز به وجود آوردن در مشتری را هم فرا گرفته باشید. برای جذب مشتری باید بتوانید این تکنیک را در کسب و کارتان پیاده سازی کنید.

هرگاه مشتریان از شما خرید کنند به این دلیل است که متقاعد شدند از شما خرید کنند، چون شما توانسته اید به خوبی از تکنیک های متقاعد سازی استفاده کنید و تیم "کافه نیاز" هم در این مقاله قصد دارد ۴ روش از روش های متقاعد سازی مشتریان را به شما ارائه دهد. فراگیری این روش را به هر فروشنده ای برای [افزایش فروش](#) توصیه می کنیم.

با ما همراه باشید

۱. یک لیست از مزایای محصولاتان را به مشتری ارائه دهید

لیست مزایا و معایب و همچنین مشکلاتی که با خرید محصولاتان از مشتری برطرف می کند را در اختیار مشتریان قرار دهید. این کار مشتریان را قانع می کند که از شما خرید کنند



محصولاتتان چه کمکی می تواند به مشتریان بکند؟ چه مشکلاتی را می تواند از مشتریان برطرف کند؟ مشتریان بیشتر تمایل دارند در مورد مزایا و معایب و همچنین نیازهایی که محصولاتتان برای آنها برطرف می کند، بشنوند. شنیدن ۱۰۰ نوع مزایا و معایب در مورد یک محصول به طور حتم مخاطبین و مشتریان را گیج و مبهوت می کند.

سعی کنید به جای اینکه آنها را طوطی وار بیان کنید و مشتری هم انگشت به دهان بماند، همه ی آنها را لیست کنید اما با یک روش کاملاً متمایز. بعد از لیست کردن تمام مزایای محصولاتتان تمام معایب آن را بیان کنید سپس سعی کنید نیازهایی که می توان با خرید محصول برطرف کرد را بنویسید. این کار صداقت در کسب و کار را به مشتری نشان می دهد و همچنین مشتری به کسب و کارتان اعتماد می کند.

۲. در هنگام معرفی محصول فواید آن را هم بیان کنید

بیان کردن فواید یک محصول می تواند مشتری را قانع کند که از شما خرید کند



تمام محصولاتی که در فروشگاه ها مشاهده می کنید دارای یک سری مشخصات خاص هستند که روی محصول درج شده و شما به عنوان یک فروشنده به هیچ عنوان یک فروشنده به هیچ عنوان احتیاجی نیست آن را برای مشتری توضیح دهید. مگر اینکه چهار حالت به وجود بیاید:

- ✓ مشتری از شما بخواهد برای وی توضیح دهید
- ✓ درک کردن برخی مشخصات برای خریدار سخت باشد
- ✓ مشتری از شما بخواهد تفاوت بین دو دستگاه با دو مشخصات متفاوت را برایش توضیح دهید
- ✓ خودتان شخصاً بخواهید علاوه بر مشخصاتی که روی دستگاه درج شده، یک سری مشخصات اضافی را بیان کنید

اگر می خواهید یک [فروشنده موفق](#) در متقاعد سازی باشید سعی کنید در هنگامی که مشخصات دستگاه را بیان می کنید فوایدی که نصیب خریدار می شود را هم به وی اعلام کنید.

به طور مثال شخصی برای خرید یک دستگاه تلویزیون LED به شما مراجعه می کند و از شما درخواست می کند که مشخصات ظاهری دستگاه را برای وی توضیح دهید. کاری که شما به عنوان یک فروشنده متقاعد ساز باید انجام دهید این است که فقط مشخصات ظاهری دستگاه را برای وی توضیح ندهید. مثلاً به وی نگویید: "خُب این یه تلویزیون LED هست که قیمتش نسبت به تلویزیون های LCD به خاطر کیفیتش یه کم گرونتره و کیفیت رنگش هم بیشتر از تلویزیون های دیگه هست."

هر کسی این را می داند که کیفیت تصویر و صدای LED نسبت به LCD بهتر و به نسبت گرانتر هم هست. یک فروشنده اگر می خواهد مشتریان را متقاعد سازد باید مشخصات پنهان دستگاه را برای مشتری بیان کند که احساس نیاز برای خرید در مشتری به وجود بیاید. به عنوان مثال بگویید:

" کیفیت تصویر این تلویزیون 4K هست که نسبت به تلویزیون های LCD کیفیت فوق العاده بهتری داره، این تلویزیون قابلیت 3D با دو تا عینک مخصوص تماشای فیلم های 3D هست که به هیچ عنوان در تلویزیون های LCD همچین قابلیتی وجود نداره، قابلیت وصل شدن به اینترنت رو داره که به راحتی می تونید با داشتن یک مودم به اینترنت وصل بشید، درگاه HDMI داره که می تونید فیلم های دوربین شخصیتون رو از این طریق مشاهده کنید و "

قطعاً هر چه بیشتر و بیشتر توضیح دهید و صد البته اگر به صورت مقایسه ی بین دو محصول باشد مشتری خیلی سریع تر متقاعد می شود که از شما خرید کند، چون شما صادقانه وی را راهنمایی کرده اید.

۳. خیلی ساده با مشتری صحبت کنید و از کلمات تخصصی کمتر استفاده کنید

در هنگام توضیح دادن مشخصات محصول به مشتری از کلمات تخصصی استفاده نکنید
مشتری دوست دارد کمی راحت تر با وی صحبت کنید



بیان کردن کلمات تخصصی شاید در نگاه اول مشتری را به سمت شما جذب کند اما کم کم به مرور زمان متوجه خواهید شد که مشتری گیج و مبهوت خواهد بود. به هیچ عنوان احتیاجی نیست در هنگام توضیح دادن در مورد یک محصول از کلمات تخصصی که حتی تلفظش برای خودتان هم مشکل است استفاده کنید.

به طور مثال به جای اینکه بگویید: "این تلویزیون از یک کیفیت با رزولوشن ۳۰۰۰ پیکسلی استفاده می کند و یکی از قابلیت های جدید که تازه بهش اضافه شده اینه که زیرنویس هایی با پسوند SRT در اون تعبیه شده و همچنین می توانید فلش مموری یا هاردهای اکسترنال به این تلویزیون وصل کنید و از فایل های شخصیتون استفاده کنید."

لطفاً همه ی مشتریان را با خودتان که یک فروشنده ی حرفه ای هستید مقایسه نکنید. همه ی مشتریان معنی رزولوشن، پیکسل، پسوند SRT و یا هارد اکسترنال رو نمی دانند. ساده و بدون کلمات تخصصی صحبت کنید. استفاده از این نوع کلمات مردم را مردم را بیشتر گیج می کند.

۴. در ارائه ی فواید و مزایای محصولاتان، بیشتر به متمایز بودن اشاره کنید



هر محصولی چه داخلی باشد و چه خارجی یک کار مشابه را انجام می دهد. اما نکته ی مهم این است که باید یک وجه تمایز کاملاً متفاوت نسبت به رقبا داشته باشید. سعی کنید از خودتان بپرسید:

چرا مشتری باید از من خرید کند؟

محصول من چه تفاوتی با دیگر محصولات دارد؟

پاسخ دادن به این دو سوال می تواند مشتری را قانع کند که از شما خرید کند. هر تفاوتی که بین محصولاتان با محصول رقبا وجود دارد را یادداشت کنید و به مشتری ارائه دهید. مشتری هم با دیدن این مزایا است که تصمیم می گیرد از شما خرید کند یا خیر.

مزایای یک محصول برای مشتری اهمیت بیشتری دارد. مزایایی که محصول شما را نسبت به رقبا کاملاً متفاوت جلوه دهد.

سخن آخر

قانع کردن مشتری برای خرید کار راحتی نیست اما با کمی تمرین و استفاده از تکنیک هایی که در این مقاله توضیح داده شد به راحتی می توانید هر مشتری را قانع کنید که از شما خرید کند.

این یک هنر و مهارت است که بتوانید مشتریان را قانع کنید وگرنه هر مشتری بالاخره خرید می کند و چه بهتر که از شما خرید کند.