

چگونه در پرزنت کردن مشتریان قدرتمندانه عمل کنیم؟

چطور با رعایت ۵ نکته یک پرزنت عالی داشته باشیم؟



اولین چیزی که از کلمه ی پرزنت به ذهنتان می رسد این است که شخصی با یک کت و شلوار و کراوات شیک، موهایی اتو کشیده و ژل زده، کفش های مجلسی و واکس زده، عینک دودی و یک کیف زیبا روبروی شخصی قرار دارد و محصولات و خدماتش را به دیگران معرفی می کند.

اما در کل این یک تصور بیشتر نیست و هر شخصی را مشاهده کنید که محصول یا خدماتی را به دیگران معرفی می کند به اصطلاح و عامیانه یک پرزنتر است. هر چه در پرزنت کردن مشتریان و مخاطبین خود موفق تر عمل کنید قطعاً به یک [بازاریاب حرفه ای](#) مبدل خواهید شد که نه تنها محصول خودتان بلکه هر محصول دیگری را با کمی مطالعه و داشتن اطلاعات به راحتی می توانید به دیگران معرفی کنید.

اما این سوال به وجود می آید که پرزنت کردن چیست؟

در کل پرزنت کردن معرفی یک محصول با تمام جزئیات و اطلاعات و همچنین نحوه ی کار کردن آن با ارائه ی عملی یا تئوری به مشتری است. هر چه این اطلاعات و نحوه ی ارائه ی آن بیشتر و بهتر باشد به طور حتم مشتری

های بیشتری را به سمت خودتان جلب خواهید کرد و زمانی این مورد جوابگو است که بخواهید محصول و نحوه ی کارکردش را به دیگران به صورت عملی نشان دهید.

به طور مثال اشخاصی که در حوزه ی هوشمند سازی ساختمان فعالیت می کنند برای اینکه درک درستی از هوشمند سازی وسایل منزل و ارتباط آنها با گوشی، تبلت و اینترنت را به مشتری نشان دهند سعی می کنند تمام اجزاء هوشمند سازی را در شرکتشان به مشتری نشان دهند. این مورد یکی از بهترین راه های پرزنت کردن است که احساسات مشتری را هدف قرار می دهد.

شخصی که پرزنت هوشمند سازی است سعی می کند در ابتدا کلید اصلی را به مشتری نشان دهد که با لمس یک دکمه تمام لامپ ها روشن می شود، با لمس یک دکمه تلویزیون روشن و صدای آن در تمام منزل و از اسپیکرهایی که در سقف قرار دارد پخش می شود، با یک لمس دیگر چمن ها و گل هایی که در حیاط منزل قرار دارد آبیاری می شود.

شخصی که پرزنت می کند به مشتری نشان می دهد که چطور از طریق گوشی و اینترنت از هر کجای دنیا می توان خانه را تحت کنترل قرار داد و در هر لحظه به راحتی می توان لامپ ها را خاموش یا روشن کرد و از این به بعد بر عهده ی شخص پرزنت کننده است که با استفاده از فن بیان، مهارت، توانایی و استعدادی که در معرفی کردن محصول و خدمات خودش دارد، این مشتری را به یک خریدار واقعی تبدیل کند.

پرزنت کردن یک حرفه، فن، مهارت و توانایی است که با کمی تمرین در حوزه ای که کار می کنید به راحتی می توانید محصولات خودتان را به مشتریان معرفی کنید و قطعاً اشخاصی که روی این توانایی و مهارتشان سرمایه گذاری کنند به ثروت های کلانی دست پیدا خواهند کرد.

رسیدن به هدف در پرزنت کردن مشتریان چیزی به جز فروش محصول یا خدمات نیست و این مورد روی [افزایش فروش](#) شما نقش به سزایی خواهد داشت. اشخاصی که از این توانایی و مهارت برخوردار و روی آن سرمایه گذاری کرده اند به طبع به شخصی که در بازاریابی و [مذاکره](#) مهارت کافی داشته باشد، تبدیل خواهند شد.

کما اینکه تمام اشخاصی که در حوزه ی مذاکره هم فعالیت دارند از این مهارت و توانایی برخوردار هستند. به خاطر اینکه این اشخاص باید محصولاتشان را نه تنها در داخل کشور که بعضاً در خارج از کشور هم به فروش برسانند و قطعاً باید به شخصی تبدیل شوند که بتوانند محصولاتشان را برای دیگران پرزنت کنند.

تیم "کافه نیاز" قصد دارد به شما بیاموزد که چگونه می‌توان به یک شخص پرنتر تبدیل شد. رعایت این موارد برای هر شخصی که در حوزه ی بازاریابی، فروش و مذاکره فعالیت دارد الزامی است.

با ما همراه باشید

۱. از پرنزنت کردن مشتریان و خریداران حضوری شروع کنید

پرنزنت های حضوری از مهمترین پرنزنت ها هستند و باید با اطلاعات کامل به تمام سوالات مشتریان خود پاسخ دهید



شاید بیشترین پرنزنت ها و ارائه های ما به عنوان یک معرفی کننده محصول یا خدمات این است که به صورت حضوری این موارد را به مشتریان و خریداران خود معرفی کنیم. در پرنزنت های حضوری سعی کنید هر روز مطالعه کنید و برای سوالات احتمالی مشتریان جواب های احتمالی پیدا نکنید. مشتری به جواب های قطعی نیاز دارد.

اگر مشتری از شما سوالی کرد و شما آن را نمی دانید شاید گفتن کلمه ی "نمی دانم" تا مقداری مشکل را حل کند اما این پایان ماجرا نیست. مشتری از شما جواب قطعی می خواهد. بالاخره این شخص، خریدار محصول یا خدمات شماست. مشتری نمی تواند با توجه به احتمالاتی که شما در اختیارش قرار می دهید خرید کند.

پیشنهاد می کنیم برای اینکه این اعتماد بین شما و خریدار از بین نرود از وی بخواهید چند لحظه ای صبر کند و سپس سوال مشتری را از دیگر همکاران خود بپرسید و دوباره با یک اعتماد به نفس کافی و اطلاعات بالا، پاسخ خود را برای مشتری توضیح دهید.

یکی از دلایلی که باعث می شود مشتری به شما اعتماد کند این است که به صورت کامل وی را راهنمایی کنید و از دادن اطلاعات مبهم و احتمالی به آنها خودداری کنید و این موضوع به این بر می گردد که شما هر روز در مورد حیطه ی کاری خود مطالعه کنید.

۲. پرزنت کردن مشتریان و خریداران تلفنی

در پرزنت های تلفنی اگر جواب سوالی را نمی دانید سعی نکنید با احتمالات صحبت کنید. پشت خط بگذارید و جواب را از همکارانتان بپرسید



یکی دیگر از تکنیک های پرزنت کردن مشتریان این است که بتوانید آنها را به صورت غیر حضوری یا پشت تلفن هم برای خرید قانع کنید و صد البته بتوانید به صورت کامل محصولات خود را به آنها معرفی کنید. مشتری بابت

تماسی که گرفته است هزینه پرداخت می کند و مایل است جواب تمام سوالاتی که از شما می پرسد را به صورت کامل دریافت کند.

اگر جواب سوالی را نمی دانید از وی پوزش بطلبید و وی را پشت خط نگهدارید و یا تماس را قطع کنید و بعد از به جواب رسیدن مجدد با خریدار تماس بگیرید. این یک اعتماد دو طرفه بین طرفین به وجود می آورد.

۳. سعی کنید توجه مشتریان را به سمت خودتان جلب کنید

در هنگام پرزنت کردن به گونه ای صحبت کنید و اطلاعات در اختیار مشتری قرار دهید که توجهشان به سمت شما باشد



در پرزنت کردن مشتریان و خریداران، بُرد واقعی با کسی است که بتواند نظر مخاطبین خود را به خودش جلب کند. سعی کنید طوری با مشتری خود صحبت کنید که تمام هوش و حواسش پیش شما باشد. اما یک سوال اینجا به وجود می آید:

چرا مشتری از بین این همه برند باید به محصولات و خدمات شما اعتماد کند؟

این سوال خیلی خوبی است که خیلی از فروشندگان و پوزنتورهای موفق از خودشان می پرسند و به تنها جوابی که می رسند این است: **دارا بودن مزیت رقابتی محصولات و خدمات خودشان با دیگر رقبا.**

قبل از اینکه با مشتری صحبت کنید سعی کنید هر چه اطلاعات در مورد محصولات خودتان و رقبا و همچنین مزیت های رقابتی این دو وجود دارد را به دست بیاورید و با اطلاعات کامل و بدون نقص به پیشواز مشتری بروید.

تحلیل رقبا در این طور مواقع جواب می دهد و این مشتری است که با دو دو تا چهارتایی که می کند اگر مزیت رقابتی، نحوه ی پرزنت کردن و همچنین اطلاعاتی که شما در اختیارش قرار می دهید را با خودش حلاجی کند و همه ی این موارد را به سود خود بداند، مطمئن باشید سراپا گوش خواهد شد تا شما برای وی صحبت کنید و به همین راحتی توجهش به طرف شما جلب خواهد شد.

اما در هنگام پرزنت کردن به دو نکته توجه کنید:

✓ **نکته ی اول:** به هیچ عنوان از خراب کردن محصولات و خدمات رقیبتان برای بالا کشیدن خودتان استفاده نکنید و برعکس چنان از آنها صحبت کنید که مشتری بیشتر به شما و صحبت هایتان اعتماد کنند.

✓ **نکته ی دوم:** تماماً در مورد محصولاتان و مزایای آن صحبت نکنید چون در این طور مواقع در نظر مشتری بیشتر گنده گویی و دروغ گویی به نظر خواهید آمد. سعی کنید با تحلیل رقبا و اینکه که انجام داده اید مزیت های محصولاتان را نسبت به رقبا بیان کنید.

اگر این دو نکته را به کار ببرید مشتریان و خریداران احتمالی به یک خریدار واقعی تبدیل خواهند شد و از همه مهمتر اینکه به محصولات و خدماتتان اعتماد خواهند کرد.

۴. در نقش یک مشاور ظاهر شوید نه فروشنده

در هنگام پرزنت کردن به جای اینکه به فکر فروش باشید سعی کنید به عنوان یک مشاور فروش باشید



متأسفانه بیشتر فروشنده ها و مذاکره کننده هایی که در این حوزه فعالیت می کنند بیشتر سعی می کنند محصولات و خدماتشان را به دیگران بفروشند و این فروش فقط برای یک بار است. اما یک شخص در نقش یک پرزنت کننده ی حرفه ای، سعی می کند بیشتر به مشتریان خود مشاوره بدهد. مشاوره ای که نه تنها برای محصولات و خدمات خودش باشد که حتی می تواند برای محصولات رقبایش هم باشد.

اجازه دهید به همان مثال هوشمند سازی ساختمان برگردیم. اگر فقط بخواهید یک فروش داشته باشید می توانید به مشتری خود هر چه اطلاعات می خواهد ارائه دهید و این مشتری است که تصمیم می گیرد از شما خرید کند یا خیر.

اما اگر در لباس یک مشاور جلو بروید و مشتری خود را به گونه ای پرزنت کنید که هم محصولات خودتان را به وی معرفی کنید و هم محصولات رقبایتان را. به مشتری اعلام کنید برند ما در هوشمند سازی ساختمان از زمانی

که ساختمان بالا می آید شروع به کار می کند و سیم کشی های برق ساختمان توسط شرکت ما به خاطر بحث هوشمند سازی اجرا می شود.

با این کار هزینه ی سیم کشی منزلتان بالا خواهد رفت و صد البته باید تمام آپشن های هوشمند سازی را اجرا کنید به خاطر اینکه نمی توانید بعداً قسمتی از منزلتان را خراب کنید تا سیم کشی را عوض کنید. اما می توانید از برند رقیب ما استفاده کنید که به صورت وایرلس است و بعد از اتمام ساختمان اجرا می شود و صد البته هزینه ی بسیار کمتری نسبت به برند ما دارد اما، مهمترین نکته ای که باید همین الان به آن فکر کنید امنیت برند ما نسبت به برند رقیب ما به خاطر نوع سیم کشی متفاوتش است که پیشنهاد ما این است که برای هوشمند سازی از روش برند ما استفاده کنید.

با تمام این توضیحات، اطلاعات و مشاوره ای که در اختیار مشتری قرار دادید به راحتی مشتری را متقاعد کرده اید که به شما اعتماد کند و همین باعث می شود از محصولات شما خرید کند. فقط به خاطر اینکه در هنگام پرزنت کردن نه رقیب را خراب کرده اید و نه اینکه به صورت مداوم از محصولات خودتان صحبت کرده اید.

فقط و فقط به خاطر مشاور بودن در امر خرید و صادقانه صحبت کردن است که مشتری به سمت شما قدم بر می دارد.

۵. سوال های به جا از مشتری هایتان پرسید

در هنگام پرزنت مشتریان بعد از اتمام صحبت هایتان از مشتری سوال هایی پرسید که متوجه شوید قصد خرید دارد یا خیر



یکی دیگر از نکاتی که در پرزنت کردن به کار می ورد و پرزنتورهای حرفه ای از آن استفاده می کنند این است که سعی می کنند با سوال پرسیدن از مشتری وی را به چالش بکشند. سوال پرسیدن از مشتری باعث می شود تا وی از شخصی که مدام در حال گوش دادن است به شخصی تبدیل شود که بتواند هم صحبت کند و هم ایده پردازی کند.

اما سوال اینجاست که چه موقع از مشتری سوال پرسیم؟

بهترین زمان برای اینکه مشتری را هم وارد بحث کنیم و از وی سوال پرسیم، بعد از اتمام صحبت ها و پرزنت کردن است. به طور مثال صحبت هایتان که تمام شد از مشتری پرسید:

- ✓ آیا تمام مطلب را به صورت کامل توضیح دادم؟
- ✓ چیزی هست که از قلم انداخته باشم؟
- ✓ موردی هست که به نظرتون توضیح نداده باشم؟
- ✓ آیا مایل هستید این محصول رو توی منزلتون استفاده کنید؟
- ✓ به نظرتون این محصول میتونه مشکل و نیاز شما رو حل کنه؟
- ✓ و

پرسیدن این سوالات باعث می شود تا مشتری هم به حرف بیاید و نظر خودش را در مورد محصولات و از همه مهمتر خرید محصول بیان کند. با صحبت کردن مشتری متوجه خواهید شد که مشتاق خرید هست یا خیر. اگر هنوز برای خرید مردد است سعی کنید دوباره به مزیت های رقابتی خودتان و رقبایتان برگردید.

شنیدن دوباره این مزیت ها برای مشتری ارزش دارد. از نظر ما سعی کنید مزیت ها محصولاتان را نسبت به رقبا بیان کنید نه اینکه محصول شما چه ویژگی هایی دارد یا تا جای ممکن مزیت های رقابتی محصولاتان را به صورت پرینت شده در اختیار مشتری قرار دهید. این مورد تأثیر فراوانی در خرید آنها دارد.

سخن آخر

پرزنت کردن آن هم به صورت حرفه ای باعث می شود مشتری های بیشتری به دست بیاورید و این روی افزایش فروش شما نقش بسزایی خواهد داشت. پس سعی کنید در پرزنت کردن بیشتر در نقش یک مشاور ظاهر شوید تا یک فروشنده ی عادی.

اصل فروش در پرزنت کردن این است که مشاوره دهید نه اینکه بخواهید محصولات را بفروشید. برای اینکه به یک پرزنت کننده ی حرفه ای تبدیل شوید سعی کنید این نکاتی که ارائه شد را به خوبی تمرین و در محل کارتان پیاده سازی نمایید.