



چگونه بر اعتبار خود نزد مشتری بیفزاییم ؟

بر اعتبار خود نزد مشتری بیفزایید

صداقت اولین فصل کتاب درایت است.

« توماس جفرسون »

۸۰ درصد علت خرید نکردن مشتریان و واجد شرایط به این خاطر است که از اشتباه کردن می ترسند.

در اثر تجربه ی منفی خرید های قبلی، به خصوص تجربیات منفی مربوط به دوران کودکی، همه ی ما خریدهایی کردیم که بعد تاسف آن را خورده ایم.

احتمالاً بعداً فهمیدم که پول بیش از اندازه پرداخت کرده ایم، یا کالایی خریده ایم که نیازهای ما را برآورده نمی سازد، یا نتوانستیم خدمات بعد از فروش بگیریم یا کالای مان را تعمیر کنیم و یا اصولاً یک فروشنده به ما حرفهای دروغ زده است.

به دلیل انباشته شدن این تجربیات ناخوشایند، خریداران بالقوه بهرغم نیازی که دارند، اغلب با سوءظن نگاه می کنند، بدبین هستند و به پیشنهاد فروشنده اعتماد نمی کنند.

در این میان کالا هرچه گران تر باشد، احتیاط خریداران بیشتر می شود.

چهار عامل برتردید خریداران اضافه می کند.

اولین عامل خطر : حجم خرید. هر چه هزینه ی تهیه ی کالا بیشتر باشد، خریدار احساس خطر بیشتری می کند.

دومین عامل خطر : مدت عمر محصول است. اگر قرار باشد طول عمر کالا سه سال یا بیشتر باشد، و اگر بعد از خرید این کالا خرید کالای مشابه آن گران تمام شود، خریدار به طور طبیعی مردد باقی می ماند و نمی تواند به راحتی تصمیم به خرید بگیرد.

سومین عامل خطر : تعداد و افراد درگیر در کار خرید است. همه ی ما این را تجربه کرده ایم که کالایی را بخریم و بعد به خاطر خرید آن کالا را مورد انتقاد قرار گرفته باشیم.



گاه به خاطر انتخاب خود مورد انتقاد قرار می‌گیریم، گاه مورد انتقاد قرار می‌گیریم که چرا به محصولات مشابه ای که در بازار وجود داشته توجه نکرده‌ایم.



از همه ی اینها بدتر، زمانی است که خریدار اقدام به خرید یک محصول اشتباه و نامناسب میکند و موقعیتش در شرکتی که در آن کار می‌کند به مخاطره می‌افتد.

چهارمین عامل خطر: این است که آیا خریدار برای اولین بار است که اقدام به خرید می‌کند، یا قبلاً هم خرید کرده است.

آیا خریدار قبلاً هم این کالا را خریده و از آن استفاده کرده است؟ یا خریدار از شما یا شرکت شما خرید کرده است؟ اگر جواب منفی باشد، امکان بروز خطر در ذهن خریدار بیشتر می‌شود.

پادزهر این بدبینی و تردید در کار خرید، داشتن اعتبار و حسن شهرت است. وقتی از اعتبار سطح بالا برخوردار باشید، این حسن شهرت از هر عاملی در فروش شما موثرتر واقع می‌شود.



اعتبار داشتن شما احساسی است که در دل مشتری ایجاد می شود. این یک عامل ناملموس است که زیربنای همه ی تلاش های موفق در زمینه ی فروش به حساب می آید.

اعتبار زیاد یکی از ویژگیهای همه ی فروشندگان برجسته است. این اعتبار را باید به تدریج و قدم به قدم ایجاد کنید.

برای پیدا کردن اعتبار و شهرت، ۵ نکته که باید لحاظ شود. هر یک از این پنج نکته می تواند روی فروش شما تاثیر بگذارد.

نقش مهم شما در فروش

اولین بخش پیدا کردن اعتبار شهرت شما به عنوان یک فروشنده است. اعتبار شخصی به قدری مهم است که حالت ظاهری شما می تواند سببی برای فروش یا مانعی برای آن باشد.



اعتبار شخصی از چهاربخش تشکیل می شود : لباس، وضع ظاهر، ضمائم و نگرش. هر یک از این اجزا نقش مهم و تعیین کننده دارند.



کمبود در هر یک از این بخش ها کافی است که مانع از فروش کردن شما بشود.

برای موفق شدن لباس بپوشید

مشتری ها تا حدود زیادی دیداری هستند. آنها با توجه به شرایط بیرونی شما تصمیم می گیرند آیا از شما خرید بکنند یا نکنند.

۹۵ درصد تاثیری که در برخورد اول روی مشتری می گذارید، ناشی از لباس هایی است که می پوشید.

علتش این است که لباس، ۹۵ درصد بدن شما را می پوشاند. به همین دلیل است که فروشندگان برجسته برای موفقیت لباس می پوشند.

لباس های خوب و مرغوب بپوشید. وقتی لباس های خوب می پوشید، احساس اعتماد به نفس در شما افزایش می یابد.

برای رعایت پوشیدن لباس مناسب، دست کم باید یک کتاب در این زمینه بخوانید. وقتی با مشتری ملاقات می کنید، لباس خوب بپوشید.





طوری لباس بپوشید که مشتری خواهان خرید کردن از شما باشد.

توجه به وضع ظاهر

وضع ظاهرنیز تاثیر قابل توجهی روی خریداران می گذارد. به سر و وضع و آرایش فروشندگان برجسته نگاه کنید. خواهید دید که آنها همیشه حرفه ای لباس می پوشند و سرو وضع و آرایش مناسب دارند.

ظاهر آنها به گونه‌ای است که تولید اعتماد و اطمینان می کند. شما هم باید به این نکته ی مهم توجه داشته باشید.

ضمانت می تواند به فروش شما کمک کند یا به آن لطمه بزند

اگر ضمانتی که با خود دارید با لباسها و ظاهرتان همخوانی داشته باشد، می‌تواند به فروش شما کمک کند.

این ضمانت باید از رنگ، بافت و طرح جالب برخوردار باشند تا تاثیرگذاری بیشتری داشته باشند. قبل از اینکه به دیدن خریدار بروید، در آینه نگاهی به خود بیاندازید. از دیگران در این مورد نظرخواهی کنید.

ذهنیت مثبت

چهارمین بخش در تاثیرگذاری بر دیگران نگرش و ذهنیت شماست. به عنوان یک قاعده ی کلی به هنگام فروش، باید همیشه مثبت، دوستانه، خوشبین و شاداب باشید.



مشتریان دوست دارند با فروشندگان و خوب و خوش برخورد روبرو شوند. مشکلات و مسائل شخصی را در خانه بگذارید و یا آنها را در خود نگه دارید. تا حدی که می توانید خوشایند ظاهر شوید.

ارزشمندترین دارایی شما

دومین بخش پیدا کردن اعتبار، شهرت و اشتها شرکت شماست. تئودور لیویت، استاد دانشکده ی مدیریت بازرگانی هاروارد، می گوید:
ارزشمندترین دارایی یک شرکت شناختی است که مشتریان از آن شرکت دارند.

این اشتها از عوامل مختلفی نشأت می گیرد.
۸۵ درصد فروش ها در روزگار ما بستگی به این دارد
که دیگران درباره ی کالا یا خدمات شما چگونه حرف می زنند و داوری می کنند.

بستگی به این دارد که مشتریان درباره ی شرکت شما چه می گویند و چه نظری دارند.



هر چه دیگران درباره تان بهتر حرف بزنند، کار شما در فروش ساده تر می شود.

به روی کاغذ بیاورید

سومین بخش پیدا کردن اعتبار، توصیه نامه های دیگران است. توصیه نامه ها در برگزیده ی نامه ها، فهرستها، عکس ها وسایل اظهارنامه های اشخاص ثالث می باشند.

اینها در خریدار تولید اعتماد می کنند و از ترس خرید کردن آنها می کاهند. یک نامه ی خوب از یک خریدار راضی، ممکن است تنها چیزی باشد که برای فروش کردن به آن احتیاج دارید.



هر بار که یکی از مشتریانتان از کالای خریداری کرده از شما تعریف می کند، بخواهید که رضایت خاطرش را مکتوب کند.

به هنگام فروش این نامه را با خود حمل کنید. اینها برای ایجاد اعتبار نقش اساسی بازی می کنند.

اگر می توانید، فهرستی از اشخاص یا شرکت هایی که از شما خرید کرده اند تهیه کنید.



هر چه این فهرست مفصل تر و شرکت های خریدار مشهور تر باشند، اطمینان بیشتری در خریداران بالقوه ایجاد می کنید.

ارائه ی محصول

چهارمین بخش پیدا کردن اعتبار، ارائه ی کالا یا خدمات برای فروش است. اگر طرز ارائه و معرفی کالاهایی که برای فروش عرضه میکنید حرفه ای و حساب شده باشد، می توانید راحت تر فروش کنید و یا برای محصولاتان قیمت بالاتری طلب نمایید.

این اعتبار می تواند تنها چیزی باشد که برای فروش کردن به آن احتیاج دارید.

بهترین طرز ارائه ی کالا برای فروش این است که مشتری بپذیرد کالای شما نیازهای او را به خوبی برطرف می کند.

باید کاری کنید که مشتری شما به این نتیجه برسد، کالایی که شما می فروشید به بهترین شکل نیازهای او را برآورده می سازد.

پس از صحبت درباره ی موارد و مقولاتی که خریدار به آن علاقه ندارد خودداری ورزید.

بر ارزش تاکید بگذارید

پنجمین بخش پیدا کردن اعتبار، خود کالا یا خدمتی است که قصد فروش آن را دارید. به هنگام ارائه ی این محصول باید به خریدار نشان دهید که محصولاتان نیازهای مشتری را به بهترین شکل برطرف می سازد.



باید مشتری را متقاعد بسازید که ارزش محصول شما به مراتب بیش از بهایی است که او به شما پرداخت می کند.

مشتری باید متقاعد شود که با رعایت همه ی جوانب، محصول شما بهتر از محصولات مشابه را به رقبای شماست.

توجه داشته باشید، همه ی رفتارها و گفتارهای شما لحاظ می شوند. گفتار و رفتار شما یا برامکان فروش شما می افزاید، یا از آن کم می کند.

یا بر اعتبار شما می افزاید، یا از اعتبار شما می کاهد. چیزی که خنثی و بی طرف باشد وجود ندارد.

تمرینات عملی:

فهرستی از عوامل پنج گانه موجه اعتبار تهیه کنید.
ببینید در هر زمینه چه کاری از شما ساخته است که در اعتبار خود بیفزاید یا از احساس خطر خریدار کم کنید.



با لباس ها و سر و وضع ظاهر خود شروع کنید. فرض را بر این بگذارید در مسابقه ی تاثیر گذاری بر دیگران شرکت کرده اید.



آیا در این مسابقه برنده می شوید؟ اگر جوابتان منفی است، به این توجه کنید که چه می توانید بکنید تا مجاب کننده تر ظاهر شوید.

آنچه را برای ارائه ی محصول احتیاج دارید، شناسایی کنید. ببینید چه می توانید بکنید تا بر اعتبار شرکت و محصول خود بیافزایید.

در جریان مذاکرات فروش از توصیه نامه ها و اظهارات مثبت خریداران راضی استفاده کنید. از هر تدبیری استفاده کنید و به مشتری ثابت کنید ارزش کالای شما بیش از قیمتی است که او برای آن می پردازد.

برایان تریسی