



## چگونه در فروش متخصص بهبود شرایط مالی شویم؟

### متخصص بهبود شرایط مالی شوید

ممکن است یک ایده میلیون ها دلار ارزش داشته باشد. « رابرت کولیر »

در کار مشاوره ی فروش باید در نقش یک مشاور، یک متخصص، یک راهنما، و یک معلم ظاهر شوید.

از همه مهم تر، باید نقش یک حلال مسئله را بازی کنید.  
سوالات خوب می کنید و با دقت به جواب ها می اندیشید.

وقتی با موسسات تجاری روبرو می شوید و می خواهید به آنها فروش کنید، لازم است در نقش متخصص بهبود شرایط مالی ظاهر شوید.

بدین منظور باید به مشتری نشان دهید و به او ثابت کنید که اگر کالای شما را خریداری کند، بهبودی در شرایط مالی آنها ایجاد می گردد.

مشتریان فروشندگان عالی، این فروشندگان را مشاور ارزیابی می کنند. آنها را کارکنان بدون موجب سازمان خود می دانند.

می گویند: او موقعیتم را درک می کند. هدف شما هم باید همین باشد.

فرایند فروش را با طرح سوال درباره ی تجارت مشتری شروع کنید تا بدانید چگونه فروش ها و درآمدها خلق می شوند، چگونه هزینه ها و مخارج به وجود می آیند و چگونه سود حاصل می شود.

خود را جای مالک و صاحب تجارت و یا مدیر اجرایی موسسه ای بگذارید که به آنها قصد فروش دارید.

خودتان را درگیر حساب کنید و به این بیندیشید که چگونه می خواهید به نتایج مالی مورد نظر آنها برسید.



وقتی دانستید تجارت به مشتری بالقوه شما چگونه عمل می کند، راهی پیدا کنید که فروش خود را با رعایت شرایط مالی آنها انجام بدهید.

هدف شما باید این باشد که به مشتری نشان بدهید که منافع آنها در معامله کردن با شما بیش از هزینه ای است که آنها برای خرید از شما پرداخت می کنند.

بسیاری از شرکتها برای ارزیابی یک هزینه کردن جدید به مفهومی به نام (نرخ بازدهی درونی) توجه دارند.

این همان بازدهی سرمایه گذاری است که آنها به هنگام خرید تجهیزات جدید به آن فکر می کنند.

برای مثال: ممکن است یک موسسه ی تجاری نرخ بازدهی سرمایه گذاری خود را ۱۵ درصد تعیین کرده باشد.

این بدان معناست که برای آنکه کالیتان را به آن مشتری بفروشید، باید ثابت کنید که با خرید کالای شما آنها ۱۵ درصد و یا بیشتر سود می کنند.

هر چه خریدار با خرید محصول شما به نرخ بازدهی بیشتری دست پیدا کند، خرید از شما برای جذابیت بیشتری پیدا می کند.



معیار مهم دیگر در تصمیم گیری برای خرید (مدت زمان بازدهی) است.

به عبارت دیگر، چه مدتی طول می کشد تا شرکتی بتواند ۱۰۰ درصد پولی را که هزینه کرده است بازپس بگیرد.

برای رسیدن به این رقم باید عدد ۷۲ را به نرخ بازدهی درونی تقسیم کنید. برای مثال، اگر نرخ بازدهی سرمایه برای مشتری شما ۲۰ درصد باشد، باید رقم ۷۲ را به عدد ۲۰ تقسیم کنید.

با این حساب ۳/۶ سال طول میکشد تا کسی که کالای شما را خریداری کرده کل هزینه ی پرداخت کرده را باز پس بگیرد.

خریدار برای تعیین مدت زمان بازپرداخت سرمایه گذاری خود آشکارا یا به طور تلویحی، چهار پرسش را مطرح می کند.



اولین سوال این است: چه هزینه ای بر میدارد؟

دومین سوالی که به هنگام ارائه ی محصول باید به آن توجه کنید این است: در ازای سرمایه گذاری ام چقدر عاید می برم؟

سومین سوال این است: به چه سرعتی پولم را پس میگیرم؟

چهارمین سوال این است: چگونه می توانم مطمئن شوم حرفی که میزنید درست باشد؟

هرچه با وضوح و روشنی بیشتری بتوانید به این سوالات جواب دهید، برای مشتری تان خرید کردن از شما ساده تر می شود.

هرچه پاسخ های شما ابهام بیشتری داشته باشد، مشتری به دشواری بیشتری از شما خرید می کند.

اگر شما یا مشتری تان نتوانید میزان و سرعت بازدهی را تعیین کنید، هیچ فروشی صورت خارجی پیدا نمی کند.

به عنوان متخصص بهبود شرایط مالی، باید پیوسته ثابت کنید که مشتری می تواند با خرید کردن از شما به خواسته های خود برسد.

خود را یک کارمند بدون مواجب خریدار تلقی کنید.



به او کمک کنید که بر فروش خود بیفزاید، از هزینه هایش بکاهد و یا بر منافع خود اضافه کند.  
به مشتری ثابت کنید در ازای پولی که برای خرید از شما می پردازد، می تواند درآمد بیشتری تحصیل کند.  
این راه فروش کردن در مقیاس وسیع است.

### تمرینات عملی:

میزان دقیق بازدهی را با توجه به پول و زمانی که مشتری صرفه جویی می کند، مشخص نمایید.  
کالا یا محصول خود را با توجه به خدمتی که به مشتری می کند، ارائه دهید.  
به سود مستقیم و یا غیرمستقیم مشتری از خریدن کالای شما اشاره کنید. ببینید در بازار شما کدام مشتری می تواند از خرید کالا یا خدمت شما سود بیشتری ببرد.  
بیشترین انرژی خود را صرف مشتریانی بکنید که می توانند با خرید از شما سود بیشتری ببرند.



فعالیت های فروش خود را صرف پیدا کردن مشتریان بیشتری از این دست نکنید. زمان بازپرداخت سرمایه گذاری مشتری توجه کنید.

«برایان تریسی»