



## برای بالا بردن فروش این اصول را رعایت کنید

### اصول را رعایت کنید

کیفیت زندگی هرکس با توجه به تعهدی که بدون توجه به شرایط بیرونی برای رسیدن به سطح بهترین ها دارد، مشخص میشود.

« وینس لومباردی »

در بسیاری از مواقع، وقتی برنامه های آموزشی خود را به شرکت ها ارائه می دهیم، به ما می گویند:

در این شرکت به این آموزش ها احتیاج نداریم.

همه ی افراد ما تجربه های چندین ساله دارند.

در جواب آنها واکنش ساده ای داریم. بسیار خوب، اجازه بدهید از کارکنانتان یک آزمون بگیریم.

فروشندهگان شما می توانند در یک آزمون فروش شرکت کنند. هر کس در این آزمون قبول شود، نیازی به دیدن دوره آموزشی ندارد.

ما در عمل به این نتیجه می رسیم که کسی در این آزمون موفق نمی شود. تنها معدودی از آنها با اصول اولیه ی فروش آشنا هستند.

معنای این حرف این است که حتی فروشندهگانی که در عمل نتایج خوبی بر جای می گذارند، می توانند با مسلط شدن بر اصول اولیه ی فروش، بر میزان فروش خود بیفزایند و زندگی خود را متحول کنند.

### الگویی برای فروش

الگوی مورد نظر من اصول فرایند فروش را توصیف می کند. از این الگو همیشه در طی تاریخ استفاده شده است.

این الگو از چهار رکن توجه، علاقه، میل و اقدام، یعنی فرایند منطقی تصمیم گیری برای خرید تشکیل می شود.

هرگاه در کار فروش با دشواری روبرو باشید، علتش این است که یک از چهار رکن با مشکل روبرو هستند.

کاری کنید که خریدار به حرفتان گوش بدهد



اولین رکن الگوی فروش، یعنی توجه، بدین معناست که قبل از اینکه به کسی فروش کنید، باید او را از مشغله ی ذهنی اش جدا کنید.

باید کاری کنید که مشتری به حرف‌هایتان گوش بدهد و به شما توجه کند. واقعیت این است که در روزگار ما همیشه مشغله و درگیری دارند.

بنابر این وقتی با خریدار احتمالی تماس میگیرید، او را از مشغله ی ذهنی اش جدا می کنید.

برای جلب نظر مشتری یا باید از او سوال کنید و یا حرفی بزنید که نیاز مشتری را برآورده سازید.

باید به اولین سوال هر مشتری جواب بدهید. اولین سوال مشتری این است:  
چرا باید به حرفهای تو گوش بدهم؟



برای مثال، وقتی می‌خواهید کالا یا خدمتی را به یک مشتری تاجر بفروشید، می‌توانید از او بپرسید:

آیا مایلید به نقطه نظری توجه کنید که می‌تواند در وقت یا پول شما در فعالیت‌های تجاربتان صرفه جویی کند؟

این سوال مستقیماً به دل هر تاجری می‌نشیند و به او می‌گوید چرا به سود اوست که به حرف‌های شما گوش بدهد.

شما فروشنده‌ی هر متاعی که باشید، می‌توانید سوال یا عبارتی را طراحی کنید که توجه مشتری را به خود جلب می‌کند.

مشتری را علاقه مند کنید



دومین رکن الگوی فروش، ایجاد علاقه در مشتری است. شما با بیان ویژگی‌های کالا و خدمات خود علاقه خریدار بالقوه را جلب می‌کنید.



وقتی محصولات را عرضه می کنید، علاقه ای ایجاد می کنید. با ارائه کردن کالا یا خدمات خود می توانید علاقه ی مشتری را به خود جلب کنید.

مردم کنجکاو هستند. علاقه مندند درباره ی کالاها یا خدمات شما اطلاعاتی به دست آورند.

اما علاقه مند کردن هم کافی نیست. ارائه و عرضه کردن محصول باید میلی را در مشتری ایجاد کند.

میل به خرید را در خریدار بالقوه ایجاد کنید

سومین رکن الگوی فروش، ایجاد میل است. باید توضیح دهید که خریدار با خرید کالای شما، کدام نیازش برآورده می شود.

وقتی در مشتری تولید میل می کنید، او به خرید کردن از شما راغب می شود.

وقتی مشتری می گوید: باید درباره ی پیشنهاد شما فکر کنم، بدانید که صحبت و ارائه ی محصول از سوی شما نتوانسته میل و رغبتی در مشتری ایجاد کند.

توانایی شما در برشمردن منافع که مشتری با خرید کالایتان به آن میرسد، مهمترین بخش فروش کردن است.

کار شما باید این باشد که مشتری راغب و علاقه مند را پیدا کنید.



از جمله منافع که مشتری ممکن است با خرید کالای شما نصیب ببرد، می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- صرفه جویی یا کسب درآمد
- ۲- صرفه جویی در وقت
- ۳- رسیدن به سلامتی، ایمنی، شهرت یا احترام
- ۴- بهبود بخشیدن به شرایط تجاری

وظیفه ی اصلی شما این است که میل اصلی خریدار را شناسایی کنید و ببینید که محصول شما چگونه می تواند نیاز مشتری را برآورده سازد.

### قطعی کردن فروش

آخرین رکن الگوی فروش، اقدام کردن است. این بخشی از کار فروش است که از مشتری می خواهید برای خرید کالای شما تصمیم قطعی بگیرد.

در اینجا است که کار فروشتان را قطعی می کنید.



حیرت انگیز است که بسیاری از فروشندگان این رکن فروش را قاطی می کنند، نظم و ترتیب آن را نادیده می انگارند و مرتب میان آن ها جا عوض می کنند.

اما باید دانست که این چهار رکن در واقع در حکم اعدادی هستند که رمز قفل به حساب می آیند.

اگر نتوانستید به ترتیب از آنها استفاده کنید، هرگز موثر واقع نمی شوند، حتی اگر مجموعه اعداد تان درست باشند.

برای اینکه یک فروشنده ی عالی باشید، باید در هر چهار زمینه عالی ظاهر شوید. باید آنقدر روی اینها تمرین داشته باشید که بتوانید هرکدام را خود به خود رعایت و اعمال کنید.

### تمرینات عملی:

هر یک از ارکان الگوی فروش را روی یک برگ کاغذ به طور جداگانه بنویسید.

در هر مورد ۱۰ جمله و عبارت بنویسید که به کمک آنها بهتر بتوانید با مشتری در ارتباط شوید.



بر اساس مقیاس ۱ تا ۱۰ در هر زمینه به خود امتیاز بدهید. از همکاران و مدیران فروش بخواهید که بر همین اساس به شما امتیاز بدهند.

روی زمینه‌ای که بیشترین کمک را می‌تواند به شما بکند کار کنید.

سوال آغازینی را طراحی کنید که بتوانید توجه مشتری را به خود جلب کنید و سبب گردید که او بخواهد به حرف‌های شما گوش بدهد.



سوالتان را بگونه‌ای طراحی کنید که در مشتری بالقوه تولید میل و رغبت بکند.

منافعی را که مشتری با خرید کردن از شما عاید می‌برد، شناسایی کنید. کدام یک از این منافع از بقیه مهم‌ترند؟ جمله‌ای بنویسید که همه‌ی منافع مشتری را بیان کرده باشید. این جمله را بارها و بارها تکرار کنید.

برایان تریسی