

در تمام بیزینس و کسب و کارها، فروش بالا است که می تواند منجر به موفقیت آن کسب و کار شود. "**فروش**" یکی از ارکان اصلی کسب و کار و بیزینس است و باید توجه ویژه ای به آن داشت و همواره دانش روز را درباره آن آموخت.

برای اینکه همواره در بیزینس خود موفق باشیم نیاز است که برنامه ریزی داشته و براساس الگوهای مشخصی پیش برویم.

در این مقاله مباحثی را مطرح می کنیم که با مطالعه آن می توانید دانش خود را درباره این رکن اساسی در کسب و کار افزایش دهید.

یکی از اصولی که همواره در "فروش" باید به آن توجه نماییم این است:

مشتریان، در مراحل مختلف خرید، رفتارهای کاملاً متفاوتی دارند و نسبت به رفتارها و استراتژی‌های ما هم، عکس‌العمل‌های متفاوتی را نشان می‌دهند.

پس باید به رفتارهای مشتری توجه ویژه ای داشته باشیم تا بتوانیم متناسب به رفتار آن ها عکس‌العمل نشان دهیم.

به چه مواردی توجه داشته باشیم؟

به عنوان یک فروشنده حرفه ای باید "بازار هدف" خود را بشناسیم؛

یعنی نیاز است بدانیم که کالا و خدمات خود را به چه کسی می فروشیم و نیاز آن ها را درک کنیم.

باید دقت داشته باشیم که رقیبان با چه روشی پیش می روند و چه ضعف و نقاط قوتی دارند؛

نیاز بررسی های متعددی را انجام داده و درک درستی نسبت به رقبا خود داشته باشیم.

در رابطه با این موضوع باید توجه داشته باشیم که:

به هیچ عنوان رقبای خود را تخریب نکرده و خودمان را با آن ها مقایسه نکنیم!

این کار باعث می شود که مشتریان ما سایر فروشندگان را بشناسند و در صورت امکان به سمت آن ها سوق یابند.

ارزش بیشتر مساوی فروش بیشتر

ما باید صدها برابر پولی که مشتری به ما می هد، به او ارزش بدهیم.

ارزش بیشتر در فروش معناهای متفاوتی را در بر می گیرد اما به طور کلی می توان گفت که باید به گونه ای عمل کرد که

مشتری به ازای هر 1000 تومان، 100 هزار تومان احساس خوبی بگیرد.

شناخت بیشتر مساوی فروش بیشتر

ما باید نسبت به کالایی که می فروشیم شناختی کامل داشته باشیم. به عنوان یک فروشنده باید بدانیم که نقاط ضعف و قوت محصولی که می فروشیم چیست و تمام اطلاعات مربوط به آن را بدانیم. با شناخت هرچه بیشتر محصول مان، می توانیم ارزش بیشتری به آن داده و به شیوه بهتری آن را معرفی کنیم.

صمیمیت بیشتر فروش بیشتر

بسیاری از فروشندگان فقط قصد فروش محصول خود را دارند و ارتباطی خشک و رسمی با مشتری خود برقرار می کنند. این نوع رفتار در فروش هرگز ما را به فروش بیشتر و در نتیجه به موفقیت نمی رساند.

با صحبت های دوستانه سعی کنید چالش های ذهنی مشتریان خود را بیابید و به آن ها پاسخ دهید، البته این صمیمیت نباید منجر به صحبت های حاشیه ای مانند بدگویی از رقیبان شود.

اگر گفتگویی بی روح و رسمی داشته باشیم، مشتری به این نتیجه خواهد رسید که ما فقط به فکر فروش محصول و سود خودمان هستیم و در مقابل ما گارد خواهد گرفت.

مشاوره بیشتر فروش بیشتر

در فروش "قیمت" یک آیتم است. بسیاری از مشتریان هستند که حاضرند پول بیشتری را پرداخت کنند، اما بتوانند با آرامش خرید کنند.

این ایجاد آرامش برعهده فروشنده است.

ما به عنوان یک فروشنده باید نقش مشاور را ایفا کرده و به تمام ابهامات و چالش های مشتری، پاسخ دهیم.

فن بیان و مذاکره بهتر فروش بیشتر

فن بیان بالا با پرحرفی کردن متفاوت است! ما در قالب یک فروشنده باید با فن بیان مناسب بتوانیم ارتباط مناسبی را با مشتری خود برقرار کرده و با او ایجاد صمیمیت کنیم.

باید توجه داشت که فن بیان با هر مشتری متفاوت است و این از ویژگی های یک فروشنده ماهر است که بتواند این تفاوت را به موقع و درست تشخیص دهد.

گاهی اوقات نیز باید طبق نیاز مشتری، با او به مذاکره پرداخت. مذاکره ای در آن هر دو طرف، یعنی ما و خریدار برنده باشیم.