



چطور سنخ شخصیتی خودمان را با مشتری منطبق کنیم؟ (قسمت اول)

چطور سنخ شخصیتی خودمان را با مشتری منطبق کنیم؟ (قسمت اول)

در این مقاله و مقاله‌های بعدی، راهنمایی‌های لازم برای تطبیق سنخ‌های شخصیتی خودمان به عنوان فروشنده و نحوه کار کردن با سنخ شخصیتی انواع مشتریان را به شما آموزش می‌دهم. یک فروشنده حرفه‌ای باید توانایی ایجاد ارتباط با هر نوع سنخ شخصیتی را داشته باشد. در واقع این مشتری است که تشخیص می‌دهد از کدام فروشنده خرید کند. پس فروشنده حرفه‌ای باید رفتار خود را با توجه به سنخ شخصیتی مشتری تغییر دهد تا بتواند راحت‌تر و سریع‌تر با مشتری ارتباط برقرار کند.



ولی اولین قدم این است که شما به عنوان یک فروشنده اول سنخ شخصیتی خودتان را بدانید تا بتوانید نقاط مشترک را پیدا کنید و رفتار مناسب را از خود نشان دهید تا علاقه مشتری را به خود جلب کنید و ارتباط بهتر و سریعتری برقرار کنید. اگر مقاله‌های قبلی را مطالعه نکرده‌اید، پیشنهاد می‌کنم اول انواع **سنخ‌های شخصیتی** را یاد بگیرید و بعد به سراغ این مقاله بیایید.

در مقاله‌های قبلی راجب ۴ نوع سنخ شخصیتی خودمان (تیپ شخصیتی) صحبت کردیم. جهت یادآوری در همین مقاله به صورت تیتروار این چهار نوع سنخ شخصیتی را نام می‌بریم:

- ۱- سنخ شخصیتی دقیق (پذیرنده)**
- ۲- سنخ شخصیتی با انرژی (اثرگذار)**
- ۳- سنخ شخصیتی مطمئن (مسلط)**
- ۴- سنخ شخصیتی مهربان (پایدار)**

در این مقاله سنخ شخصیتی فروشنده با انرژی را در برابر چهار نوع سنخ شخصیتی مشتری بررسی می‌کنیم.



سنخ شخصیتی خودمان

فروشنده با انرژی- اثرگذار

الف) اگر سنخ شخصیتی خودمان با انرژی- اثرگذار باشد و مشتری سنخ شخصیتی مطمئن- مسلط، نقاط مشترک مشتری و شما عبارت‌اند از:

- پر انرژی بودن
- پرتحرکی بودن
- نگران نبودن در مورد جزئیات



ب) اگر سنخ شخصیتی خودمان با انرژی- اثرگذار باشد و مشتری مهربان- پایدار، نقاط مشترک شما عبارت‌اند از:

• مردم‌دوستی

• رعایت آداب

• صمیمیت

ج) اگر شما سنخ شخصیتی با انرژی- اثرگذار باشید و مشتری دقیق- پذیرنده، شما به طور طبیعی هیچ نقطه مشترکی با هم ندارید. برای عبور از این موقعیت، شما باید به کل سبک رفتاری خود را تغییر دهید. البته این کار راحتی نیست و انرژی زیادی از شما می‌کشد ولی این کار دقیقا همان کاری است که یک فروشنده تلفنی عادی را از یک فوق ستاره فروش تلفنی جدا می‌کند.

طبق اصل لبه بُرد که آقای بریان تریسی بارها در کتابهای خود از آن یاد کرده است:

"تفاوت های اندک باعث بروز نتایج بزرگ می‌شود."



این جاست که وقتی راجب فروش و فروشندگی صحبت می‌کنیم و پای پول و درآمد به میان می‌آید، فوق ستاره‌های فروش تلفنی نقش خود را به خوبی اجرا می‌کنند.

یادتان باشد که اغلب مشتریان را ما انتخاب نمی‌کنیم، بلکه آن‌ها به واسطه تبلیغاتی که انجام دادیم با ما تماس می‌گیرند و یا ما لیست شماره تلفن‌هایی که نمی‌دانیم چه کسی قرار است گوشی را بردارد (تماس سرد) روبرو هستیم. پس این وظیفه فروشنده‌هاست که قادر باشند رفتار خود را مطابق با سنخ شخصیتی مشتریان تغییر دهند.

ادامه سنخ‌های شخصیتی را در **مقاله‌های بعدی** دنبال کنید.

<https://rahemodiran.com/%d8%b7%d9%88%d8%b1-%d8%b3%d9%86%d8%ae-%d8%b4%d8%ae%d8%b5%db%8c%d8%aa%db%8c-%d8%ae%d9%88%d8%af%d9%85%d8%a7%d9%86-%d8%b1%d8%a7-%d8%a8%d8%a7-%d9%85%d8%b4%d8%aa%d8%b1%db%8c->



۲-۷b۸% d۹% ۸۶% d۹% ۸۵% d۹% ۱%

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.