



چطور سنخ شخصیتی خودمان را با مشتری منطبق کنیم؟ (قسمت سوم) ۳

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

خوب به تیپ شخصیتی فروشنده پذیرنده یا دقیق رسیدیم. اگر نمی‌دانید خصوصیات اخلاقی این دسته افراد چیست و چه رفتارهایی دارند یا دوست دارید نحوه شناسایی آن‌ها را بدانید یا چطور باید آن‌ها را تشخیص دهید، پیشنهاد می‌کنم مقالات قبلی را مطالعه کنید.

ببینیم رفتار فروشنده با تیپ شخصیتی دقیق یا پذیرنده نسبت به سایر تیپ‌ها چگونه است.





فروشنده دقیق یا پذیرنده

الف) چنانچه مشتری‌تان مطمئن باشد، شما وظایف و اهداف مشترک، و علاقه به انجام درست کار دارید. یعنی باید تلاش کنید که کارها خیلی دقیق و طبق برنامه پیش برود. قبلاً گفتیم که افراد دقیق باید از تصمیماتی که می‌گیرند و پیامدهای آن اطمینام کامل داشته باشند. به همین دلیل با دقت زیاد به همراه تجربه و تحلیل تصمیم‌گیری می‌کنند و هرگز بر اساس تاثیر شما یا احساسات غریزی تصمیم‌گیری نمی‌کنند.

ب) در رابطه‌ی شما و مشتری مهربان، هیچ یک از شما در تصمیم‌گیری عجله ندارید، بلکه هر دو در تصمیم‌گیری کند و دقیق هستید و از مهارت خوب گوش‌کردن بهره‌مندید. با وجود این، به دلایل متفاوت، هر دو تا حدی محتاطانه عمل می‌کنید. مشتریان مهربان، افرادی دلسوز و مردم‌گرا هستند و اصلاً در تصمیم‌گیری‌های خود عجله نمی‌کنند. گاهی به قدر کند هستند که حوصله شما سر می‌برند. اغلب فروشندگان در برخورد با این دسته مشتریان، چون فکر می‌کنند که آن‌ها امکان ندارد خرید کنند، لحن و نوع گفتار خود را طوری تغییر می‌دهند که گویا اطمینان دارند خرید نمی‌کنند.

ج) مراقب قطع ارتباط میان خود و مشتری با انرژی باشید، شما در تضاد با هم هستید. با وجود این برعکس ذات حقیقی‌تان، اگر با شور و اشتیاق نسبت به محصول و خدماتتان مکالمه نکنید، قادر به



برقراری ارتباط با مشتری با انرژی نخواهد بود. با انرژی‌ها تندتر و با تن صدای بالایی صحبت می‌کنند و احساساتی‌تر از آن هستند که بتوانید با آنان احساس راحتی کنید.

بنابراین برخورد مسلط باشید تا مشتری منصرف نشود. به یاد داشته باشید که مشتری با انرژی ممکن است فروش را سریع تمام کند. از وسوسه‌ی پرهیز از ذکر اطلاعات و جزئیات اجتناب کنید، زیرا این نوع مشتری علاقه‌اش را از دست می‌دهد و شما فروش را از دست خواهید داد. گاهی، این گونه مشتریان فقط درباره‌ی فروش «احساس می‌کند درست است»، و اگرچه تصور آن هم برای شما بعید است، آسوده باشید و این خبر خوب را جشن بگیرید. یادتان باشد که مشتری با انرژی شنونده خوبی نیست و ممکن است از مکالمه تلفنی شما چیزی را یادداشت نکند و احتمال فراموش کردن نکات مهم هم وجود دارد.

این موارد را در طی مکالمات تلفنی خود با دقت پیش ببرید و بهترین تمرینی که می‌توانم به شما پیشنهاد کنم، ضبط مکالمات تلفنی و تحلیل آن‌هاست.



این مقاله ادامه دارد، قسمت‌های بعدی را حتما بخوانید.

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.