بدگویی از رقبا + فیلم آموزشی بازاریابی و فروش تلفنی

آیا تا به حال در مورد مضرات بدگویی از رقبا فکر کرده‌اید؟ آیا می‌دانید که در این شرایط ممکن است مشتری را از خود دور کنید و او را در دامن رقیب رها سازید؟ به طور کلی صحبت کردن در مورد رقیب کاری بسیار ریسکی و خطرناک است. هدف اولیه شما فروش محصول به مشتری است، اما نتیجه‌ای که می‌گیرید معمولاً چیز دیگری است.

در هنگام فروش ممکن است همه چیز آن طور که انتظار داشتید پیش نرود. گاهی بعد از دادن اطلاعات به مشتری، مشتری علاقه خود را برای خرید محصول شما از دست می‌دهد. یا حداقل شما فکر

می‌کنید که او علاقه‌اش را از دست داده است.

فروشندگان تلفنیِ باتجربه از این فرصت نهایت استفاده را می‌برند. در واقع در این شرایط مشتری به مرحله‌ای رسیده که با یک راهنمایی کوچک ممکن است خرید خود را نهایی کند. اما این اتفاق برای همه فروشنده‌ها نمی‌افتد. بعضی از فروشنده‌ها دستپاچه می‌شوند و شروع می‌کنند به بدگویی از رقبا.

مضرات بدگویی از رقبا

شما در هنگام بدگویی از رقبا حال خودتان و حال مشتری را کمی بد می‌کنید. قصد شما دادن اطلاعات بیشتر به مشتری در خصوص محصول خودتان است؛ اما این کار را با بدگویی از رقبا شروع کرده‌اید. بدگویی از رقبا مشتری شما را هوشیار می‌کند.

مشتری شما که تا چند لحظه پیش دغدغه‌هایی برای خرید داشت، حالا درگیر دغدغه‌های جدیدی شده است. چون شما در لابلای صحبت‌های خود، نکاتی از محصول خود را به مشتری گفته‌اید که می‌تواند نقاط ضعف محصول شما باشد یا حداقل پاشنه آشیل محصول شما به حساب بیاید. در این شرایط شما شانس زیادی را برای به ثمر رساندن فروش از دست داده‌اید.

اولین فکری که به ذهن مشتری می‌رسد این است که این ایرادهایی که شما برای بدگویی از رقبا در مورد محصول گفته‌اید، در مورد محصول شما نیز صدق می‌کند. یا حداقل در ادامه دقت بیشتری برای بررسی محصول شما خواهد کرد. در بهترین حالت شما با یک مشتری وسواسی طرف خواهید بود.

به غیر از این موضوع، شما به مشتری خود اعلام کرده‌اید که به راحتی می‌تواند برای محصول شما رقیبی در نظر بگیرد.

بدگویی از رقبا چه تبعات دیگری دارد؟

مضرات بدگویی از رقبا به اینجا ختم نمی‌شود. برخی از فروشندگان پا را فراتر می‌گذارند و اسم برند رقیب را نیز به مشتری یادآور می‌شوند.

در این صورت فروشنده نه تنها محصول خود را بی‌اعتبار کرده بلکه رقیب جایگزین را نیز به مشتری معرفی کرده است. در این شرایط برگ برنده با برند رقیب خواهد بود.

مشتری که حالا کنجکاو شده تا صحبت‌های رقیب را هم نیز بشنود تلفن را برداشته و با رقیب شما تماس می‌گیرد. شاید این اتفاق بدترین اتفاقی که می‌تواند بیفتد نیست. اتفاق بدتر زمانی می‌افتد، که مشتری که شما با او از رقیب بدگویی کرده‌اید، بعد از پرسیدن سوال‌های متعدد و درآوردن نقاط ضعف و قوت محصولات مورد نظر، از روی شیطنت، بی اطلاعی یا سادگی تمام بدگویی‌هایی که شما نسبت به برند رقیب گفته‌اید دو دستی تحویل رقیب می‌دهد.

حالا شما نه تنها مشتری را از دست داده‌اید، بلکه برند رقیب را تبدیل به یک دشمن بالقوه برای خود کرده‌اید. حالا رقیب شما از هر فرصتی برای ضربه زدن به شما استفاده خواهد کرد، یا حداقل نسبت به شما یا کسب و کارتان حساس خواهد شد.

راهکار مشکل چیست؟

اما در این شرایط راهکار چیست؟ در زمانی که شما مطمئن هستید که محصول شما از محصول رقیب بهتر است، طبیعی است که سعی کنید این موضوع را به مشتری خود گوشزد کنید. و اگر آمادگی این کار را نداشته باشید، به صورت سنتی شروع به بدگویی از رقیب

بکنید.

در ادامه راهکاری را مطرح می‌کنیم که با آن می‌توانید به جای بدگویی از رقبا از مزیت محصول خود نهایت استفاده را ببرید.

رقبای خود را بشناسید

اگر ما معتقد هستیم که محصول ما از محصول رقبای ما بهتر عمل می‌کند یا محصول ما دارای کیفیت بالاتری نسبت به محصولی است که رقبا ارائه می‌دهند، پس احتمالاً باید بتوانیم این موضوع را ثابت کنیم. برای اثبات برتری باید شناخت کافی از محصول و رقبای خود داشته باشیم.

اهمیت شناخت رقیب بیش از چیزی است که تصور می‌کنید. شما با شناخت رقیب می‌توانید نقاط قوت و ضعف محصول خودتان را تشخیص دهید. در واقع با شناخت کافی از محصول خود نسبت به محصول رقیب و شناخت تفاوت بین این دو، تسلط کافی برای معرفی محصول خود به مشتری را خواهید داشت.

پس قدم اول برای فرار از بدگویی از رقبا شناخت آنهاست. با شناخت رقبا شما مزیت دیگری نیز به دست خواهید آورد. در واقع شناخت رقبا شما را برای شناخت نکات منحصر به فرد محصول‌تان آماده خواهد کرد.

مزیت رقابتی خود را مشخص کنید

بهترین جایگزین بدگویی از رقبا در هنگام فروش اعلام مزیت برتری و رقابت شماست. در واقع مزیت رقابتی که شما می‌توانید در هنگام فروش مطرح کنید بهترین برتری شما نسبت به رقیب خواهد بود. یعنی محصول شما ویژگی‌هایی دارد که می‌توانید آنها را برای مشتری برجسته نماید. برای مثال اگر شما در حال فروش محصولاتی نظیر عطر و ادکلن هستید، و محصول شما دارای فرمول خاص در هنگام تولید بوده که باعث می‌شود ماندگاری عطر و ادکلن در هنگام استفاده بیشتر باشد، می‌توانید این موضوع را به عنوان مزیت رقابتی در هنگام فروش مطرح نمایید. حالا دیگر ذهن مشتری را به سمت شناخت کیفیت برتر و محصول برتر برده‌اید.

شناخت مزیت رقابتی در کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. در واقع شما با شناخت مزیت رقابتی محصولات و برند خود، قدرت

خود را در هنگام مذاکره افزایش داده‌اید. فروشنده‌ای که شناخت دقیقی از محصولی که قصد دارد آن را بفروشد دارد، تسلط بسیار بالاتری نسبت به فروشنده‌ای دارد که محصول را بدون شناخت کافی، بدون آشنایی با رقبا و بدون شناخت مزیت رقابتی محصول نسبت به رقبا در صف فروش قرار داده است.

> هر چقدر تسلط خود را نسبت به محصول‌تان افزایش دهید اعتماد سازی مشتری آسان‌تر خواهد بود.

از سوی دیگر شناخت رقبا و عملکرد آنها نسبت به محصول مشابه شما باعث می‌شود شناخت شما نسبت به مزیت رقابتی محصول‌تان بهتر شود. در این شرایط شما به یک فروشنده نفوذناپذیر و مودب تبدیل خواهید شد. از آن جنس فروشنده‌ها که مشتری به راحتی با او کنار می‌آید و راهنمایی‌های او را گوش می‌دهد. در نتیجه به طور کلی بدگویی از رقبا چیزی نیست که شما یا سازمان‌تان دل‌تان بخواهد دنبال آن بروید.

کلام آخر

از همین امروز محصولات رقیب خود را بررسی کنید. نقاط ضعف و

قـوت آنهـا را بشناسـید تـا در هنگـام مطـالعه روی محصـولات خـود، مزیت رقابتی آنها را نسبت به محصولات رقیب تشخیص دهید. بعد از کسب شناخت کافی در این زمینه‌ها در اولین تماسی که با مشتری خود برقرار می‌کنید اثرات این موضوع را لمس خواهید نمود.

ما در مجموعه راه مدیران سعی داریم تا با آموزش‌هایی که در زمینه بهبود فروش تلفنی می‌تواند به شما و سازمان‌تان کمک کند، در کنارتان باشیم. برای توسعه فردی خود، از محصولات ارائه شده در سایت راه مدیران بازدید فرمایید و در دوره‌هایی که تهیه شده شرکت کنید. امیدواریم بتوانیم در کنار هم شرایط بهتری را برای فروش بیشتر به صورت تلفنی فراهم کنیم. از همراهی شما سپاسگزاریم.

https://www.aparat.com/v/۶xKhW/%D۸%A۸%D۸%AF%DA%AF%D۹%۸۸%DB%۸C%DB%۸C_%D۸%A۷%D۸%B۲_%D۸%B۱%D۹%۸۲%D۸%A۸%D۸%A۷_%D۹%۸۵%D۹%۸۵%D۹%۸۶%D۹%۸۸%D۸%B۹

برای دریافت آموزش های رایگان بیشتر دوره آموزشی بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی فرصت را از دست ندهید و فروش خود را با این آموزش ها چند برابر کنید کافیست کلیک کنید.

همچنین می توانید از طریق سایت راه مدیران و یا شماره تماس

۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ در ارتباط باشید و یا از طریق خدمات مشاوره با پر کـردم فـرم مشـاوره در انتهـای صـفحه منتظـر تمـاس کارشناسـان مـا باشید.