۴ روش مدل فروش جنس گرون یا جنس گران را چطور بفروشیم؟

خیلی از فروشنده‌های تلفنی از من سوال می‌پرسند و می‌گویند وقتی که ما با فروشگاه‌ها تماس می‌گیریم و می‌خواهیم محصول تازه به مشتری بفروشیم، خیلی از فروشگاه‌دارها یا مسئولین خرید، عنوان می‌کنند که در مغازه یا فروشگاه ما جنس گران فروش نمی‌رود، یا اینجا در این محله/ در این شهر فقط جنس ارزان می‌خرند / در این محله کسی برای جنس گران پول نمی‌دهد. سوال بیشتر این فروشنده‌ها این است که چطور می‌توانند این افراد را متقاعد کنند که جنس گران را هم بخرند؟

در این مطلب نکاتی آزمایش شده که بواسطه تجربه چندین ساله در

فروش محصولات به مشتریان و از طریق فروش تلفنی به دست آمده، آورده شده است. لطفاً با ادامه این مطلب با ما همراه باشید و در پایان نظرات ارزشمند خود را برای ما بنویسید.

چگونه جنس گران را بفروشیم؟

سوالات درست بپرسید

در مورد اهمیت سوال پرسیدن در حین فرآیند فروش بارها و بارها صحبت شده است. اما دسته‌ای از سوالات هستند که وقتی شما از مشتری می‌پرسید، ذهن مشتری را به چالش می‌کشید و می‌توانید مشتری را کاملاً درگیر کنید. در واقع با پرسیدن سوالات درست، مشتری شما به فکر فرو می‌رود؛ شاید حتی خیلی از این سوالات اصلاً به ذهن خودش هم تا بحال خطور نکرده و یا از این جنبه به کسب و کار خود نگاه نکرده باشد.

در ادامه می‌خواهیم با عنوان کردن چند سوال در زمینه اهمیت خرید جنس گران و وجود جنس گران در ویترین فروشگاه‌ها، ذهن مشتری را به چالش بکشید. همچنین ضمن فروش جنس گران خود به مشتری، کاری کنید که مشتری شما در درازمدت از شما ممنون باشد و خرید جنس گران را بعنوان یک روش بازاریابی بلندمدت برای فروشگاه خود در نظر بگیرد.

هیچ ارزونی بی علت نیست، هیچ گرونی بی حکمت نیست!

بارها این جمله را شنیده‌ایم که هیچ ارزونی بی علت نیست، هیچ گرونی بی حکمت نیست. اما بیشتر مواقع مخصوصاً برای کسی که قرار است برای خرید آن از شما، پول بدهد، یک شعار کلیشه‌ای و نا کارآمد بنظر می‌رسد. با ذکر یک مثال و در قالب یک مکالمه این موضوع را بیشتر باز می‌کنیم.

فرض کنیم که شما قرار است محصولی گران را به آقای حسینی، فروشنـده لـوازم آرایشـی و بهـداشت بفروشیـد و از واکنـش آقـای حسینی در این مورد بی اطلاع هستید. به محض اینکه قیمت را به آقای حسینی می‌گویید با همان کلیشه تکراری مواجه می‌شوید که در این فروشگاه جنس به این گرانی به فروش نخواهد رسید. حالا شما سوال درست خود را بپرسید.

به آقای حسینی بگویید: آقای حسینی شما قبول دارید که جنس ارزان کیفیت پایین‌تری نسبت به جنس گران دارد؟ قبول دارید که جنس گران‌تر معمولاً کیفیت بهتری دارد؟ قبول دارید که در هر شهر، در هر محله، در هر منطقه به هر حال مشتریانی هم وجود دارند که دنبال جنس بهتر هستند؟ کیفیت محصول برای آنها در اولویت است و قیمت خیلی برایشان اهمیت ندارد؟

پس چقدر خوب است که شما در کنار همین اجناس ارزان که بیشتر مورد مصرف مشتریان‌تان است ولی معمولاً کیفیت پایینی دارند، یک جنس با کیفیت بهتر هم داشته باشید؛ که اگر مشتری در مغازه یا فروشگاه شما قصد خرید داشت یک گزینه دیگری هم برای انتخاب پیش روی خود داشته باشد. حداقل این موضوع این است که شما این دسته از مشتریان را از دست نخواهید داد و به آنها نمی‌گویید که از این جنس‌ها اینجا پیدا نمی‌کنید.

آن دسته از مشتریان که دنبال جنس بهتر و باکیفیت بیشتر هستند، اگر ببینند که شما فقط جنس ارزان و بی‌کیفیت یا با کیفیت متوسط دارید، مطمئن باشید دیگر سراغ شما نمی‌آیند و قطعاً خرید خود را از جای دیگری انجام خواهند داد.

مشتری بیشتر با افزایش عمر مفید محصول!

نکته دیگری که در ادامه باید به مشتری خود (مثلاً آقای حسینی) بگویید در زمینه عمر مفید محصول است. باید در ادامه به او بگویید: آقای حسینی شما قبول دارید که جنس ارزان و بی‌کیفیت زودتر خراب می‌شود؟ تا بحال به این موضوع فکر کرده‌اید که مشتری وقتی به فروشگاه شما مراجعه می‌کند و عملاً هیچ گزینه‌ای برای انتخاب کردن به غیر از محصولات ارزان و با کیفیت پایین ندارد، مجبور است برای برطرف کردن نیاز و یا به هر دلیل دیگری، همین جنس ارزان و با کیفیت پایین را از شما بخرد؟

از آنجایی که آن جنس ارزان کم کیفیت قرار است زودتر خراب شود یا از بین برود، نسبت به این انتخابی که کرده چه حسی پیدا خواهد کرد؟ مشتری در این شرایط این احساس را دارد که هیچ گزینه بهتری وجود نداشته و شما این محصول را با ترفند به او تحمیل کرده و همین جنس ارزان و بی‌کیفیت را به او فروخته‌اید.

اینجاست که این مشتری به مشتری ناراضی تبدیل می‌شود. آیا به نظر شما آقای حسینی، کس دیگری را به شما معرفی خواهد کرد؟ به نظر شما آیا این مشتری مجدداً بر می‌گردد و از مغازه شما خرید خواهد کرد؟! پاسخ منفی است.

اعتبار شما با جنس گران بالا می‌رود!

نکته آخر این که آقای حسینی شما قبول دارید که اعتبار هر کسب و کاری طی یک شب به وجود نیامده است که یک شبه از بین برود؟

اگر شما در کنار محصولات ارزان و روتین خود، جنس گران داشته باشید، وقتی مشتری به شما مراجعه می‌کند و شما گزینه‌های بهتری را به او پیشنهاد می‌کنید، حتی اگر مشتری به هر دلیلی جنس ارزان را انتخاب کند و برود و محصولش خراب و در نتیجه ناراضی هم شود، حداقل این احساس بد را نسبت به شما پیدا نخواهد کرد و شما را با این خاطره به یاد نمی‌آورد که این فروشنده به زور این جنس بی‌کیفیت را به من داده است. این احساس را نخواهد داشت

که فقط همین یک نوع جنس را داشته‌اید.

مشتری با خودش می‌گوید که من خودم انتخاب کردم. فروشنده به من گفت جنس بهتر و باکیفیت‌تر هم دارم ولی من خودم انتخاب کردم. حتی اگر دیگران هم نسبت به این موضوع به این شخص گله کنند که این چی بود خریدی؟! پیش خودش یادش هست که آقای فروشنده به من گفت جنس گران‌تر و با کیفیت‌تر را بخر، اما من خودم انتخاب کردم.

در چنین شرایطی احتمال اینکه این مدل مشتریان دوباره برگردند پیش شما و محصول بهتر و با کیفیت را بخرند خیلی بیشتر است؛ نسبت به حالت قبلی که فقط جنس ارزان و بی‌کیفیت در مغازه خود نگهداری می‌کنید.

پس به شما پیشنهاد می‌کنم که یک مقدار از این محصول با کیفیت و البته گران‌تر در مغازه داشته باشید که این دسته مشتریان را از دست ندهید. حالا می‌توانید مقدار یا تعداد خیلی کم را انتخاب نمایید. اما با این نکته می‌توانید این دسته از مشتریان را هم برای خود نگه دارید.

کلام آخر

با این روش متقاعد سازی خیلی ساده، می‌توانید جنس گران را به سادگی به فروشندگان و مغازه‌ها بفروشید. با این کار نه تنها محصول خود را فروخته‌اید بلکه همانطور که در بالا آمده است، باعث رونق کسب و کار و رضایت مشتریان خود نیز خواهید شد. بهتر است به جای اینکه جنس گران را از لیست محصولات خود حذف کنید، از همین حالا به فکر متقاعدسازی مشتریان خود باشید و آنها را برای داشتن یک کسب و کار بهتر راهنمایی 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 کردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.