



با بهترین تاکتیک های فروش آشنا شوید

برای دستیابی به بهترین تاکتیک های فروش باید یک برنامه فروش قوی داشته باشید. بدون استراتژی فروش موثر، کسب و کار شما قادر به رقابت در بازار نخواهد بود و در نتیجه رشدی نخواهد داشت. مهم‌تر از آن فروشندگانش باید بیاموزند که چگونه بهترین تاکتیک های فروش را به کار بگیرند. این تاکتیک‌ها می‌تواند یک افق دید به فروشنده بدهد که چگونه می‌خواهد فروش خود را به نتیجه برساند.

به عنوان یک مدیر تیم فروش، وظیفه شما این است که به تیم خود آموزش فروش و استراتژی‌های فروش موثری بدهید که بتوانند سود شرکت شما را افزایش دهند. فرایند فروش به معنای سخت کار



کردن و پر کردن ساعات کاری نیست. این آفتی است که خیلی از تیم‌های فروش بدون اینکه نتیجه مناسبی را تجربه کنند، با آن دست به گریبان بوده و ساعات طولانی را به سخت کار کردن مشغول هستند.

در این مقاله بهترین تاکتیک های فروش بدون در نظر گرفتن نوع فعالیت، آورده شده تا تمام کسب و کارهایی که درگیر فرایند فروش هستند بتوانند بهره کافی از آن را ببرند. با راه مدیران همراه باشید.

۱۵ مورد از بهترین تاکتیک های فروش

پیگیری سرخ مشتری را در خود تبدیل به عادت کنید

طبق مطالعات انجام شده در زمینه فروش، ۸۰ درصد از معاملات برای رسیدن به نتیجه نیاز به ۵ تماس پیگیری بعد از اولین تماس را دارند تا به نتیجه برسند. اما بیشتر فروشندگان می‌خواهند فوری محصول یا خدمات خود را بفروشند. کافی است که در اولین جلسه نتوانند فروش خود را ببندند. ناامید شده و به سراغ سر نخ بعدی می‌روند. در حالی که فروشندگانی با تجربه، خوب می‌دانند که تا زمانی که مشتری اقدامی انجام نداده باید به پیگیری سرخ ادامه دهند.

این فروشندگان موفق در فواصل زمانی مشخص به مشتریان ایمیل



می‌زنند یا با آنها تماس تلفنی برقرار می‌کنند. با این اقدامات منظم، مشتری در زمان خرید بعدی، یاد شما خواهد بود و آنگاه فروش به نتیجه خواهد رسید.

مشکلات مشتریان خود را حل کنید

کسب و کارهای موفق در شرایط رقابتی رشد می‌کنند؛ دلیل آن هم ارائه راه حل‌های بهتر به مشتری برای رفع نیازهایشان است. در حالی که بیشتر فروشندگان نقش خود را به درستی متوجه نشده‌اند. توجه داشته باشید که حدود ۷۰ درصد از مشتریان، برای حل مشکل و برطرف کردن نیاز خود با شما تماس گرفته‌اند. بهترین فروشنده، شخصی است که بهترین راه حل را به مشتری ارائه می‌کند. پس باید در صدر لیست بهترین تاکتیک‌های فروش، حل مشکلات مشتری را در نظر بگیرید.

گوش دادن فعال را بیاموزید

این روزها مشتریان قبل از تماس با شما، ممکن است در اینترنت جستجو کرده و از دانش بالایی در زمینه مورد نظر برخوردار باشند. حواس‌تان باشد که این به معنی آن نیست که مشتری چون به موضوع آگاه است، آماده خرید است و باید مدام برای مجاب کردن او صحبت کنید. اجازه دهید تا مشتری سوالش را بپرسد و بیشتر به



حرف‌های او گوش دهید. از اینکه به مشتری ثابت کنید بیشتر از او می‌فهمید، پرهیز کنید. گوش دادن فعال به مشتریان می‌تواند یکی از بهترین تاکتیک‌های فروش باشد. هدف این است که مشتری، احساس کند در تمام فرایند فروش مورد احترام قرار می‌گیرد.



از رقبای خود مودبانه یاد کنید

تیم فروش شما باید همیشه خود را مثبت نشان دهد. هیچ چیز مانند استفاده از اصطلاحات تحقیر آمیز نسبت به رقبای شما را



غیر حرفه‌ای نشان نخواهد داد. حتی زمانی که مشتری با شما هم کلام می‌شود و نسبت به رقیب بدبین می‌شود، بددهنی شما را فراموش نخواهد کرد. حتی در زمانی که رقیب شما لایق احترام نباشد، شما باید بی‌طرف بمانید و حس بی‌احترامی را در مشتری زنده نکنید.

از طرفی شناخت و بررسی رقبا برای شما ضروری است؛ زیرا خیلی از مشتریان در شرایطی با شما تماس برقرار می‌کنند که رقبای شما را در گوشه ذهن دارند و اگر شما شناخت خوبی از آنها نداشته باشید، ممکن است در مکالمات خود از مشتری جا بمانید و عملاً رضایت مشتری را فراهم نکنید.

پیشنهادهای فروش خود را از قبل برای هر مشتری آماده کنید

۹۱ درصد از مشتریان تمایل دارند با شما چانه بزنند یا به عبارت بهتر، آنها تمایل دارند شما با یک پیشنهاد اختصاصی یا تخفیف مناسب برای آنها، آماده باشید. هر چند در طول معامله باید هدف شما رضایت مشتری از کیفیت کالا و خدمات باشد ولی بهتر است از قبل پیشنهاد خود را آماده داشته باشید تا هنگامی که مشتری از شما درخواست پیشنهاد اختصاصی کرد، بتوانید به او ارائه دهید. مزیت این کار این است که به یکباره برای دریافت رضایت مشتری، تخفیفی نمی‌دهید که بعداً پشیمان شوید. در واقع برای هر مشتری به



فراخور حال و سوابق خریدش یک سقف و کف تخفیف باید در نظر بگیرید.

از مشتری بخواهید شما را به اشخاص دیگر معرفی کند

تنها ۱۱ درصد از فروشندگان از مشتریان‌شان درخواست می‌کنند تا آنها را به اشخاص جدید معرفی کنند. در واقع شما بخشی از پول‌تان را روی میز مذاکره رها می‌کنید. اکثر مشتریان سخاوتمند هستند و شما را به دوستان و آشنایان معرفی کرده و در مورد خدمات شما با سایرین گفتگو می‌کنند. البته به شرطی که شما از آنها درخواست کنید. هیچ موقع یک مشتری، این مکالمه را پیش نمی‌کشد و شما باید از ایشان درخواست کنید که کسب و کارتان را به دیگران معرفی کنند.

به عنوان سرپرست تیم فروش، بهتر است در این خصوص آموزش لازم را فراهم کنید. تا کارشناسان بتوانند در زمان و موقعیت مناسب از مشتری درخواست معرفی و به اشتراک گذاری خدمات شما با سایرین را داشته باشند. دوره‌های راه‌مدیران و همین‌طور **کتاب تماس‌های میلیاردي** در این حوزه می‌توانند کمک زیادی به شما کنند.



یک مهلت مشخص برای پاسخ مشتری در نظر بگیرید

در شرایط خاصی، ممکن است مشتری مقداری زمان بخواهد تا نتیجه را به شما گزارش کند. یا به هر دلیلی گفتگوی فروش شما چند-جلسه‌ای است و قرار جلسه بعدی به درخواست مشتری باید صورت بگیرد. اینجا باید با یک استراتژی فروش مناسب، اراده خود را به مشتریان نمایش داده و نشان دهید برای همه مشتریان زمان مشخصی را در نظر گرفته‌اید. اگر قرار باشد هر مشتری زمان خودش را تعیین کند، ممکن است معاملات شما به درازا بکشد و دیگر نتیجه ندهد. در ضمن اعتبار شما نیز از بین خواهد رفت.

روابط خود را با مشتریان توسعه دهید

بدون ارتباط با مشتریان، شما در یک چرخه معیوب قرار خواهید گرفت. در واقع مشتریان قدیمی شما به مرور از دست خواهند رفت.



در حالی که همین مشتریان قدیمی می‌توانند به مشتریان وفادار شما تبدیل شوند. وقتی اولین فروش شما به پایان رسید، لازم نیست رابطه را به پایان برسانید. به جای اینکار، راه‌های خلاقانه‌ای برای حفظ ارتباط با مشتریان خود حتی پس از بستن معامله پیدا کنید.

نیازهای مشتریان خود را شناسایی و آنها را برآورده نمایید

باز هم یکی از بهترین تاکتیک‌های فروش به نیاز مشتریان بر می‌گردد. یک فروشنده هیچ‌گاه نباید فراموش کند که مشتری برای برطرف کردن نیاز خود به او مراجعه کرده است. اما از آنجایی که ارتباط با مشتری یک رابطه مالی هم دارد، می‌تواند این موضوع را تحت الشعاع قرار دهد. فهرستی از سوالات هدفمند آماده کنید و در زمان لازم از مشتری بپرسید تا مرحله به مرحله نیاز مشتری را شناسایی نمایید. این سوالات شما را قادر می‌سازد در صرف وقت خود با مشتریان صرفه‌جویی کنید و به اصل موضوع بپردازید.

هنگامی که مشتریان باور کنند که شما شرایط دشوار آنها را درک می‌کنید، برای رفع نیازهای خود با شما همکاری خواهند کرد. و آنگاه زمان آن می‌رسد که شما نیاز او را برآورده سازید. در کنار انجام این وظیفه، فروش، خودش اتفاق خواهد افتاد.



سرنخ‌های هدفمند را دنبال کنید

همه مشتری شما نیستند. در واقع برخی از فروشندگان احساس می‌کنند که هر کسی می‌تواند مشتری آنها باشد. این چنین نیست. از هر چهار نفر که فکر می‌کنید مشتری شما هستند، تنها یک نفر به محصول شما علاقه نشان خواهد داد. پس بهتر است برای یافتن مشتریان مرغوب‌تر، از تکنولوژی و جوامع مجازی استفاده کنید. برای مثال برای یافتن زنان خانه‌دار می‌توانید به سایت‌هایی مانند **ninisite** که حضور فعال بیشتری در آن وجود دارد بروید و سعی کنید مشتریان هدف خود را پیدا نمایید.





رنج مشتریان را بشناسید

بهترین تاکتیک های فروش بر شناخت مشتری تاکید دارند. شما اگر بتوانید رنج مشتری خود را شناسایی کنید، می‌توانید از آن برای فروش استفاده نمایید. اساساً در بازاریابی و تبلیغات، برای مثال تبلیغات تلویزیونی، تمام تلاش شناسایی نقاط رنج مشتری و ارائه راهکار و در نتیجه دعوت به خرید یا انجام اقدامات لازم است. شما هم اگر بتوانید این رنج را شناسایی کنید، در نتیجه می‌توانید به راحتی پیشنهادات فروش خود را ارائه دهید. به‌عنوان یک فروشنده می‌توانید با پرسیدن سوالات ساده، پی به نیاز و رنج مشتری خود ببرید و بهترین پیشنهاد را نسبت به آن ارائه کنید.

هنر داستان‌گویی را بیاموزید

به‌عنوان یک فروشنده و بازاریاب خوب، می‌توانید انواع و اقسام آمارها را همراه خود ببرید تا به مشتری ارائه و آنها را تحت تاثیر قرار دهید. اما در کمال تعجب تنها ۵ درصد از مشتریان، آمارها را به یاد خواهند آورد. با این حال، ۶۳ درصد از مردم داستانی را که شما به آنها گفته‌اید را به خاطر خواهند سپرد. یک فروشنده باید یاد بگیرد که چگونه داستانی جذاب را به مشتری ارائه کند تا وی را تحت تاثیر قرار دهد.



پشت محصول یا خدمات خود بایستید و آن را ضمانت کنید

شاید بگویید که اگر محصول یا خدمات را ضمانت کنید، مشتریان محصولات را به شما عودت خواهند داد. اما تحقیقات نشان داده که تنها ۱۰ درصد از مشتریان اقدام به عودت کالا می‌کنند. این در حالیست که شما با ارائه ضمانت، مشتریان خود را دلگرم کرده‌اید و به آنها آرامش خاطر برای انتخاب داده‌اید. ضمانت می‌تواند به صورت بازپرداخت وجه یا عودت محصول باشد.

مشتری را به نسبت چیزی که قرار است بفروشید، ارائه دهید

بهترین راه این است که به جای شنا در خلاف جهت آب، مسیرتان را تغییر دهید و با جریان آب هم مسیر شوید. در فروش این به آن معنی است که اگر شما جوجه می‌فروشید، سرنخ‌های شما افرادی هستند که مرغ دوست دارند. حال اگر مشتری شما گیاه‌خوار باشد، احتمالاً فروش این محصول به آنها ممکن نخواهد بود. اگر بخواهید مطمئن شوید که مشتری درست را برای کالا یا خدمات خود انتخاب کرده‌اید، می‌توانید با یک فرایند غربالگری پیش از شروع بازاریابی فعال روی آنها، افرادی را انتخاب کنید که شانس بیشتری برای خرید محصول یا خدمات شما دارند.



به مشتریان ثابت کنید که محصول یا خدمات شما درست کار می‌کند

شاید شرکت ارائه دهنده کنسول بازی گیزموندو را بشناسید. یکی از بزرگترین پرونده‌های کلاه برداری در زمینه بازاریابی و فروش تا این لحظه. این شرکت با ساخت یک محصول ناکارآمد و ارائه آن در بازار توانست فروش بسیار بالایی از سهام خود را نزد سرمایه‌گذاران تجربه کند. در واقع این شرکت، محصولی که به سرمایه‌گذاران نمایش می‌داد، دقیقاً همان چیزی نبود که امکان تولید آن را برای مشتریان داشته باشد. با این ترفند در زمان کوتاه سرمایه زیادی جذب کرد، اما



در نهایت مشخص شد که این محصول ارزشی ندارد و سهام گیزموندو از بین رفت. پس شما باید کارکرد محصول خود را بصورت واقعی نمایش دهید.

برای مثال در یک آگهی کاهش وزن ممکن است بتوانید از تصاویر قبل و بعد برای اثبات توانمندی خود استفاده نمایید. همچنین اگر بتوانید نظرات مشتریان پیشین را ارائه کنید، شانس اعتمادسازی مشتریان افزایش خواهد یافت. باید این امکان را ایجاد کنید که مشتریان، مدارک قابل مشاهده را ببینند تا نسبت به محصول و خدمات شما اقدام به سرمایه‌گذاری کنند.

ذهنیت خود را مثبت نگه دارید

ایجاد نگرش مثبت فواید بسیاری دارد. مشتریان می‌توانند تشخیص دهند که چه زمانی حال شما خوب نیست و این بر فرایند فروش تأثیر می‌گذارد. وقتی کارشناسان فروش شما مثبت هستند، می‌توانند موقعیت‌های استرس‌زا را مدیریت کنند.

لیست بالا فقط مجموعه‌ای از نکات جالب نیست. اینها بهترین تاکتیک‌های فروش اثبات شده‌ای هستند که قرار است گره از فروش شما باز کند. از طرفی بهترین تاکتیک‌های فروش آنهایی نیستند که به شما دیکته می‌شود. گاهی نیاز است به شهود خود نیز اعتماد کنید. به غیر از این، یک بازار رقابتی نیاز به این دارد که



فروشنده، تمام ترفندهای تجارت را بیاموزد تا بتواند معامله را به نتیجه مطلوب برساند. در مجموع و با استفاده از همین تکنیک‌های فروش، می‌توانید مطمئن شوید که تیم شما در هر شرایط اقتصادی امکان فروش را خواهد داشت.

[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/box]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width] لطفاً برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[/box]

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پرکردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.



نظر شما برای ما ارزشمند است!

با ثبت نظرات خود، به دیگران کمک می‌کنید تا با آموزش‌ها و خدمات ما آشنا شوند، منتظر دیدگاه‌های ارزشمند شما هستیم! □