کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند

اگر قرار باشد که فروش خود را پیوسته ادامه بدهید استفاده از زبان متقاعد کننده برای انجام موفق فروش، ضروری است. نزدیک شدن به مشتریان جدید با برخی کلمات درهم آمیخته، نامشخص، بی حال و منفعل می‌تواند هر نوع فروشی را خفه کند و از بین ببرد؛ صرف نظر از محصول یا خدمات پشت آن. در این بین دانستن کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند، می‌تواند یک بلیط برنده برای شما باشد. اما چگونه؟

به عنوان یک فروشنده، باید کمی درایت و ذوق نسبت به آنچه می‌گویید داشته باشید. کلمات و عبارات خاصی وجود دارند که

می‌توانید برای ساختن نوع واژگان منحصر به فرد فروش خود از آنها استفاده کنید. این کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می‌کند، به شما کمک می‌نماید تا نتایج عالی از فروش خود بدست آورید.

در ادامه، نگاهی خواهیم داشت به برخی از متقاعدکننده‌ترین کلمات فصیح و مولد و کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند و باید در پیام‌های فروش و زبان بیان آنها گنجانده شده باشند.

لیست کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند

نام مشتری شما

اگر نام مشتری را ندانید باید او را با چه کلماتی صدا بزنید؟ هیچ کسی دوست ندارد که بصورت مجهول مورد خطاب قرار بگیرد. کافی است در مکالمه خود بگویید: "با چه کسی صحبت می‌کنم؟" یا "شما آقای / خانم ...". در زندگی واقعی این موضوع شبیه به این است که وقتی کسی را می‌خواهید در خیابان صدا بزنید بگویید: هی تو!

با استفاده از نام مشتری جدید، یک مزیت برتر به فروش خود اضافه می‌کنید. این موضوع به شما کمک می‌کند که برای مشتری خود یک

فضای شخصی تشکیل دهید تا مشتری نسبت به شما احساس بهتری پیدا کند.

بله!

به عنوان یک فروشنده، باید با قاطعیت صحبت کنید. اگر می‌خواهید مشتریان احتمالی شما به آنچه می‌گویید گوش دهند و باور کنند، باید آن را از اعماق وجود خود بگویید. صحبت با عبارات مثبت مانند "بله" به این مورد کمک می‌کند. با استفاده از این کلمه اعتماد و اقتدار خود را نشان می‌دهید. معمولاً هیچ مشتری جدیدی به فروشنده تلفنی‌ای که از این کلمه قدرتمند و مثبت استفاده نکند، به دقت گوش نخواهد داد.

"شما"

شما باید تا حد مطلوبی از احساس آشنایی با مشتریان جدید و بالقوه‌تان سخن بگویید. این لزوماً به این معنی نیست که با آنها به گونه‌ای صحبت کنید که گویی بهترین دوستان شما هستند؛ اما نمی‌توانید هم با آنها خیلی خشک یا مثل یک غریبه صحبت کنید.

با کلماتی مثل «شما» به حد وسط این موضوع برسید. طوری آن را استفاده کنید که منجر به جلب توجه مشتری شود. آنها را شخصاً مورد خطاب قرار دهید و به آنها اجازه دهید احساس کنند که شما این ارتباط را متناسب با نیازهای خاص آنها تنظیم کرده‌اید.

"چرا؟" ا "برای اینکه ..."

اکثراً - اگر نگوییم همه - مشتریان جدید و آینده شما بدون خواستن هیچ توضیح بیشتری در مورد مزایای پیشنهاد شما، در اولین تماس از دست می‌روند. برطرف کردن نیازهای آنها با یک "برای اینکه" قانع

کننده می‌تواند به آنها دلیلی بدهد که بخواهند بیشتر از شما سوال بپرسند. اگر "چرا"های بیشتری برای مشتری ایجاد نکنید و در مقابل با کلماتی مثل "برای اینکه" پاسخ آنها را ندهید، تقریباً می‌توانیم بگوییم که هیچ چیزی به فروش نخواهد رفت.

"جدید"

مشکل مشتری شما هر چیزی باشد و سوالی که با خرید محصول شما می‌تواند به آن پاسخ دهد هر سوالی باشد، احتمالاً یکی از بهترین راه‌حل‌ها، راه حل "جدیدی" است که برای مشتری جذاب خواهد بود. اغلب مشتریان به دنبال پاسخ‌های جدید برای حل مشکلات متعارف خود هستند.

اگر بتوانید در تماس تلفنی خود مطرح کنید که پیشنهاد شما به همان اندازه که کارآمد است جدید هم هست، می‌توانید علاقه مشتری را برانگیخته و مشتریان جدید را درگیر محصول یا خدمات خود نمایید. البته حواستان به نحوه استفاده از کلماتی مانند "جدید" باشد. مرز باریکی بین حقیقت و حیله وجود دارد. پس با مشتری خود صادق باشید.

"رایگان"

همه عاشق معامله پر سود هستند؛ این طبیعت انسان است. اگر

بتوانید با ذوق و درایت کلمه‌ای را که متضمن تخفیف قابل توجه است - مانند "رایگان" - استفاده کنید، می‌توانید توجه مشتریان جدید و آینده خود را جلب کرده و آنها را جذب کنید. فقط زیاده‌روی نکنید؛ قول دادن بیش از حد و کمتر از حد در معامله‌ها و مکالمات فروش، بی‌کلاس و بی‌ارزش است.

"همین حالا"

فروش تا حد زیادی هنر ایجاد اضطرار است. شما باید توجه مشتریان خود را جلب کنید و به آنها این الزام را بدهید که باید به حرف شما گوش کنند. اینجاست که کلمات فوری مانند «همین حالا» به کار می‌آیند - این‌ها باعث می‌شوند که حرف شما مهم، مرتبط و به موقع به نظر برسد. با این جمله که «محصول ما عالی است، اما احتمالاً بعداً باید آن را بخرید» ، مشتریان زیادی را از دست خواهید داد.

"گارانتی"

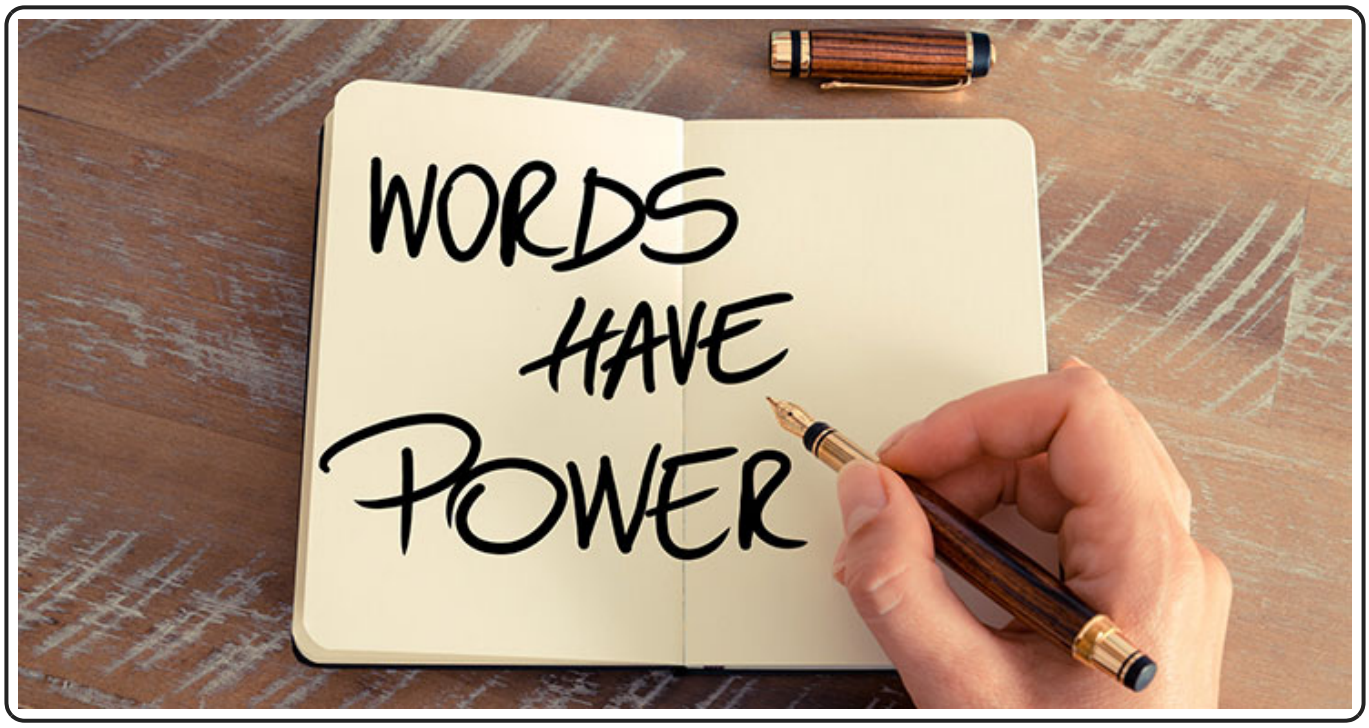
ارزش این کلمه مانند بیشتر کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند، در تاکید بر ایجاد اعتماد است. وقتی از کلمه "ضمانت" استفاده می‌کنید، در واقع به مشتری قول می‌دهید. این بدان معنی است که شما به پیشنهاد خود اطمینان دارید و مایلید اعتبار خود را در توانایی آن برای ارائه نتایجی که مشتری شما

نیاز دارد، در نظر بگیرید و به خطر بیاندازید.

اما مطمئن شوید که منظور شما چیزی است که به مشتری می‌گویید. قطعاً شما نمی‌خواهید یک مشتری تازه از یک وعده توخالی برنجد یا زمانی که محصول یا خدمات شما برای او موثر نباشد ناراضی شود.

"اثبات شده"

این کلمه هم بر این واقعیت تکیه دارد که فروش بر پایه اعتماد است.



کلمات قدرت دارند - کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند

کلماتی مانند "اثبات شده" می‌توانند به شما کمک کنند تا در مشتری احساس اعتماد ایجاد کنید. این جنس کلمات نشان می‌دهند که پیشنهاد شما سرسری یا غیرقابل اعتماد نیست. در حالی که بیشتر مشتریان ممکن است به یک راه‌حل کاملاً جدید علاقه‌مند باشند، اکثر آنها بیشتر تمایل دارند به چیزی که آزمایش شده و امتحان خود را پس داده است اعتماد کنند.

"بدون تعهد"

هنگامی که به مشتریان احتمالی دسترسی پیدا می‌کنید، لزومی ندارد اصرار داشته باشید که "با یک بار امتحان محصول یا خدمات شما" یک تعهد همیشگی برای مشتری‌تان خواهید بود. در بسیاری از موارد، مشتریان جدید که با شما آشنایی کافی ندارند از اینکه شما اصرار کنید که به محصول خود تعهد دارید احساس بدی پیدا خواهند کرد.

اگر به دنبال این هستید که با یک نسخه آزمایشی رایگان یا نسخه‌ی نمایشی مشتری را به قلاب بیاندازید، مهم است که با کلماتی مانند "تصمیم با شماست" به آنها یادآوری کنید که در نهایت انتخاب با آنهاست.

محدودیت

این مفهوم برای ایجاد فوریت طراحی شده است. وقتی می‌گویید "به طور محدود"، نشان می‌دهید که مشتری شما فرصتی برای سرمایه‌گذاری در یک معامله به پیشنهاد شما را دارد. این موضوع کمی به نزدیک شدن شما به مشتری کمک می‌کند و این تصور را به او می‌دهد که سایر مشتریان، مشتاق خرید محصول یا خدمات شما هستند.

ارزش کلمات اغوا کننده ای که مشتری را ترغیب به خرید می کند را نمی‌شود نادیده گرفت. اگر بتوانید به طور موثر و مناسب کلمات و پیام خود را در طول مکالمه با مشتری به کار ببرید و با آنها قاطع و باهوش باشید، می‌توانید نتایج فروش خود را از خوب به عالی ارتقاء دهید. بنابراین حواس‌تان به کلماتی باشد که هنگام تعامل با مشتریان جدید استفاده می‌کنید. آنها مرز بین یک معامله انجام شده و یک فرصت از دست رفته را تعیین می‌کنند؛ نتیجه بستگی به شما دارد.

> برای یادگیری بیشتر تکنیک ها و ترفندهای فروش، در دوره فوق ستاره فروش راه مدیران شرکت کنید!

[box type="info" align="" class="" width=""]ایـن مطلـب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[box/]

[box type="shadow" align="aligncenter" class="" width=""]

لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[box/]