۶ روش برای ترغیب مشتری به خرید

برای ترغیب مشتری به خرید چه باید کرد؟ معمولاً مشتریان به خاطر ویژگی‌های محصول از شما خرید نمی‌کنند؛ بلکه مزایا یا فوایدی که این ویژگی‌ها برایشان دارد آنها را مجاب به خرید می‌کند. متاسفانه بسیاری از شعارهای تبلیغاتی حول محور ویژگی‌های یک محصول می‌چرخد و مشتری خودش باید بفهمد که این کالا یا خدمت چه سودی به حالش خواهد داشت. در واقع کار سخت را از مشتری می‌خواهید! پس برای ترغیب مشتری به خرید چه باید کرد؟

اگر یاد بگیرید که درباره مزایای استفاده از کالا یا خدمت خود با مشتری صحبت کنید، خریدهای موفق بیشتری را به سرانجام خواهید

رساند. در این مقاله از راه مدیران به ۶ روش برای ترغیب مشتری به خرید از شما خواهیم پرداخت. با ما همراه باشید.

برای ترغیب مشتری به خرید، این ۶ نکته را فراموش نکنید

۱. تفاوت بین مزیت و ویژگی محصول را بشناسید.

ویژگی در واقع چیزی است که یک محصول یا خدمت ارائه می‌دهد. در حالی که مزیت چیزی است که محصول یا خدمت شما را برای مشتری معنادار می‌کند. به طور مثال:

- غلط: این خودرو یک سقف ایمن تقویت شده دارد. (ویژگی)
- درست: این خودرو امنیت خانواده شما را حفظ می‌کند. (مزیت)

۲. از زبانی واضح و ساده استفاده کنید

مشتریان مزیت کالا یا خدمت شما را زمانی راحت‌تر به خاطر می‌سپارند که آنها را با استفاده از عباراتی ساده و کلماتی قدرتمند بیان کرده باشید که احساسات آنها را درگیر کند.

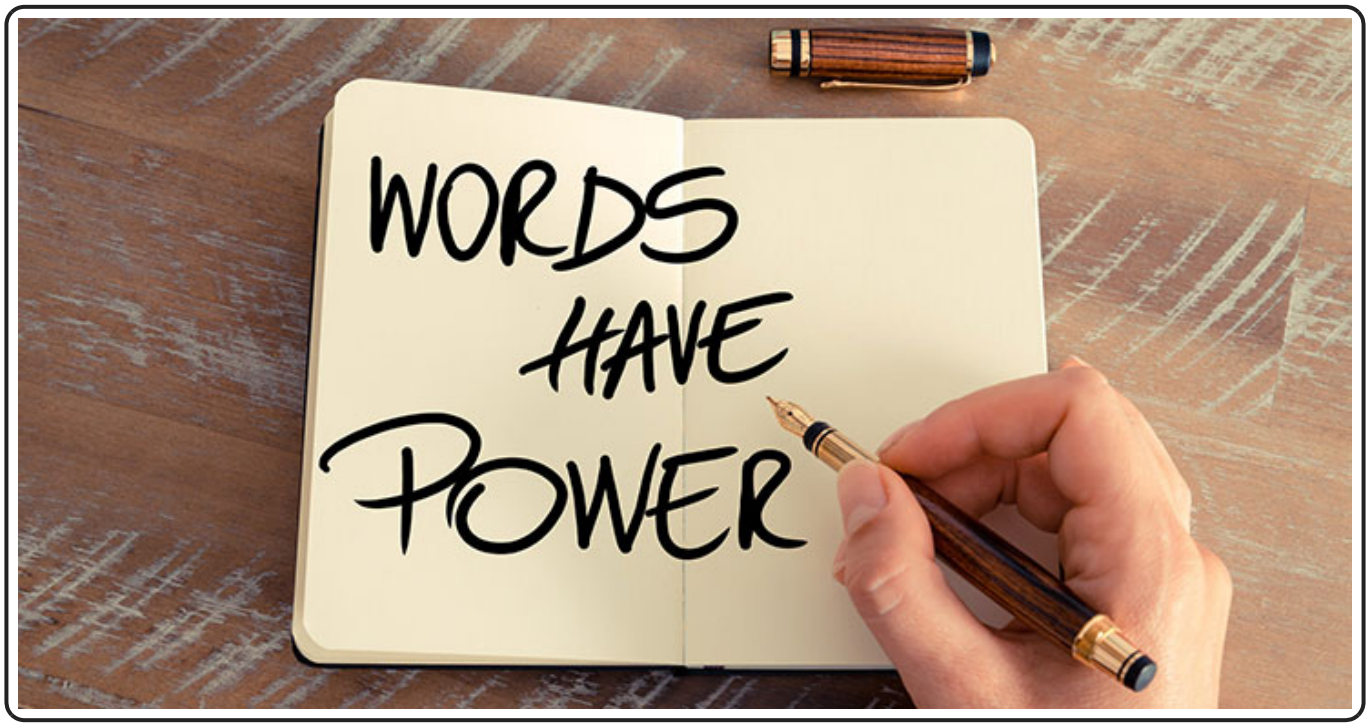
- غلط: این سقف در مواقعی که خودرو در تصادف چپ کند ایمنی ایجاد می‌کند.

- درست: اگر خودرو شما چپ کند به احتمال بسیار زیاد بدون هیچگونه آسیبی نجات پیدا خواهید کرد.

۳. از به کار بردن کلمات سنگین فنی بپرهیزید

هیچ چیزی نمی‌تواند مزیت کالا یا خدمت شما را به اندازه استفاده از لغات کلیشه‌ای فنی یا خارجی تحت تاثیر منفی قرار دهد.

- غلط: اجرای قدرتمند پروتکل‌های کد ۸۰۲۱۰
- درست: شما می‌توانید با این خودرو به صورت مجازی به هرکجا که خواستید وصل شوید.



۴. لیست مزایای محصول یا خدمت خود را کوتاه نگه دارید.

بیشتر مردم در لحظه می‌توانند روی دو یا سه مورد تمرکز کنند. لیست بلندبالایی از امکانات و مزایا می‌تواند برای آنها گیج کننده باشد.

- غلط: اینجا لیست ۱۰ مزیت برتر محصول ما را می‌توانید ببینید.
- درست: دو مورد از مهم ترین مزایایی که باید بدانید این است که ....

۵. روی چیزی که از نظر شما منحصر به فرد است تاکید کنید.

مزایایی از محصول شما که بیشتر جنبه عمومی دارند، می‌توانند برای ترغیب مشتری به خرید موثر باشند؛ اما نه لزوماً خرید از شما! پس به سراغ معرفی مزیت‌هایی بروید که شما را از رقبا متفاوت می‌کند.

- غلط: نرم افزار ما باعث بالا رفتن بهره‌وری شما خواهد شد.
- درست: گزارش مشتریان ما نشان می‌دهد که با خرید محصول ما، هزینه‌هایشان به طور میانگین ۳۰ درصد کاهش داشته است که دوبرابر میانگین این حوزه است.

۶. در ارائه مزیت‌های خود، واقعی عمل کنید

مشتریان مزایا یا امکاناتی که وجود خارجی نداشته باشند یا به طور مبهم و گنگی توصیف شوند را نخواهند پذیرفت. آنچه که از مزیت‌های محصول یا خدمت شما مشخص و واقعی است بهتر می‌تواند در ذهن مشتری نقش ببندد.

- غلط: ما به طرز چشمگیری می‌توانیم هزینه‌های شما را کاهش دهیم.
- درست: ما هزینه‌های تولید را به طور میانگین تا ۲۵ درصد کاهش می‌دهیم.

سخن پایانی

ما در این مقاله از راه مدیران به بررسی ۶ روش برای ترغیب مشتری به خرید پرداختیم. شما چه روش دیگری را برای ترغیب مشتری به خرید محصول یا استفاده از خدمات خود استفاده می‌کنید؟ در بخش نظرات برای ما بنویسید. همچنین می‌توانید برای بالا بردن مهارت‌های فروش خود، در دوره فوق ستاره فروش شوید شرکت کنید و تکنیک‌ها و روش‌های بیشتری برای ترغیب مشتری به خرید را یاد بگیرید. از همراهی شما عزیزان سپاسگزاریم.

[box type="info" align="" class="" width=""]این مطلب 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/]