چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم؟ ۱۰ ترفند روانشناسی اثبات شده

گاهی اوقات ممکن است تصور کنید که شرکت شما هیچ آورده‌ای از تماس‌های دریافتی خود ندارد. چراکه مشتریان فقط زمانی با شما تماس می‌گیرند که مشکلی دارند. که در ظاهر چنین تماس‌هایی سودی برایتان در پی نخواهد داشت. اما اشتباه نکنید! در این مقاله خواهیم دید که چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم و چه روش‌های اثبات شده‌ای را به این منظور به کار بگیریم.

ممکن است پاسخ دادن به این سوال که چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم، در ابتدا کمی سخت به نظر برسد. اما نگران

نباشید. تکنیک‌هایی که در ادامه به شما یاد خواهیم داد، کمک‌تان خواهند کرد تا از پس این چالش بربیایید.

چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم؟

یک دپارتمان خدمات مشتریان کارآمد وظیفه‌اش ایجاد یک تصویر مثبت از برند شرکت و تقویت وفاداری مشتری است. ممکن است مشتریان بدون توجه به آنچه قبلاً ارائه کرده‌اید، باز هم برای پرسیدن سوالات خود با شما تماس بگیرند. اما تمام این مکالمات که شامل سوالات مشتریان، نظرات و یا شکایات آنها می‌شود را می‌توان به یک فروش موفق رساند. پس در پاسخ به سوال چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم، ده راهکار زیر را باید دنبال کرد.

۱۰ ترفند اثبات شده برای ترغیب مشتری به خرید

۱. طبیعی صحبت کنید و به سراغ اسکریپت‌های آماده نروید

مشتریان به این دلیل تصمیم می‌گیرند که تلفنی مشکل خود را با شما مطرح کنند که بتوانند با یک شخص واقعی مکالمه داشته باشند. کسی که بتواند به مشکلات آنها رسیدگی کند و پاسخگو باشد. در غیر اینصورت احتمالاً به سراغ وب سایت شما می‌رفتند. به همین خاطر است که نباید هیچ وقت به سراغ اسکریپت‌های آماده

برای چنین گفتگوهایی بروید.

پاسخ‌های آماده می‌توانند غیرطبیعی بودن را به مشتری القا کنند و در پروسه خرید آنها تاثیر منفی بگذارند. مشتریان اگر بتوانند ارتباط خوبی با اپراتور تلفنی یا مشاور یک شرکت برقرار کنند، علاقه بیشتری به خرید یا استفاده از خدمات شما خواهند داشت. ساختن چنین ارتباطی با خواندن جملات از پیش آماده شده ممکن نیست؛ پس برای اینکه به سوال چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم باید به یک نکته توجه داشته باشیم: اینکه طبیعی به نظر برسیم و انسانی برخورد کنیم.

چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم؟ طبیعی باشید!
داده‌های منتشر شده توسط Bright Local نشان می‌دهد که تا ۶۰ درصد از مشتریان ترجیح می‌دهند اگر سوالی درباره محصولی دارند یا به پیشنهادی علاقمند هستند، با کسب و کارهای کوچک تماس بگیرند. تماس تلفنی همچنین در شرایطی که مشتریان به دنبال برقراری ارتباطی سریع هستند و برای اطلاعات شخصی ارزش قائلند بسیار موثر واقع می‌شود.

به همین خاطر است که نباید در ارائه‌های فروش خود، هیچ‌گاه به سراغ سناریوهای مکالمات آماده تلفنی یا اسکریپت‌ها بروید. در

بهترین شرایط، اسکریپت‌ها باید برای هدایت مکالمه استفاده شوند تا به نمایندگان فروش شرکت کمک کنند تا درباره مهمترین موارد صحبت کرده یا جملاتی را بگویند که مشتری را ترغیب به خرید می‌کند.

اسکریپت‌ها نباید تحت هیچ شرایطی به عنوان یک سناریو سفت و سخت در نظر گرفته شوند. حتی بازیگران هم در طی اجرا ممکن است یکی دو جمله از فیلمنامه را بسته به موقعیت تغییر دهند. صرفاً روخوانی یک سری جمله آماده از روی کاغذ یا صفحه کامپیوتر غیرواقعی به نظر می‌رسد و خیلی سریع شک و دودلی در مشتری ایجاد می‌کند. خریدار احتمالی شما فکر می‌کند که صرفاً فروش محصول برای شما اهمیت دارد نه مشکل او.

پس در یک کلام چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم؟ مثل ربات برخورد نکنید!

۲. احوال مشتری را بپرسید

اگر می‌خواهید مشتری را برای خرید متقاعد کنید، در شروع مکالمه، در حالی که خود را معرفی می‌کنید، با او احوالپرسی کنید. تحقیقات نشان داده است که مشتریانی که طی مکالمه با آنها احوالپرسی شده است با احتمال بیشتری یک خرید موفق داشته‌اند. می‌توانید صحبت خود را با یک نکته مثبت شروع کنید.

در آزمایشی که بین خدمتکاران یک رستوران انجام شد، این نتیجه به دست آمد که آن دسته از خدمتکارانی که یک نظر مثبت یا جمله انگیزشی به مشتری گفته بودند تا ۲۷ درصد انعام بیشتری گرفتند! این ترفند برای مکالمات تلفنی هم جواب می‌دهد.

۳. هنگام صحبت با مشتری او را با نام خطاب قرار دهید

نام مشتری خود را از همان ابتدای مکالمه بپرسید و در فرصت‌های مختلفی او را به نام صدا بزنید. تحقیقات روانشناسی نشان داده است که افراد وقتی نام خود را می‌شنوند، ارتباط بهتری با طرف مقابل خود برقرار می‌کنند. گرچه قبل از اینکه مشتری احتمالی خود را با نام صدا بزنید، از آنها اجازه بگیرید. با این تکنیک از سوتفاهم‌های احتمالی هم جلوگیری خواهد شد.

برای برخوردی مودبانه‌تر، می‌توانید افراد را با پیشوند سرکار خانم .... / جناب آقای ... خطاب قرار دهید. تکنیک دیگری در پاسخ به سوال چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم این است که با آنها همانند آشنایان خود برخورد کنید، نه به عنوان یک سرنخ در سیستم CRM شرکت.

۴. نشان دهید که محصولات یا خدمات شما از رقبا بهتر

هستند

هایلایت کردن مزایای یک محصول یا سرویسی که توسط شرکت شما ارائه می‌شود، بسیار مهم است. گاهی مشتریان صرفاً به این علت با شرکتی تماس می‌گیرند که محصول آنها را با رقبای موجود در بازار مقایسه کنند. پس اگر فرصتش پیش آمد، تایید کنید که پیشنهاد شما بهتر است. به این دلیل که دسترسی بهتری به بعضی امکانات خاص به آنها می‌دهد، امکان شخصی‌سازی کردن آن وجود دارد یا از نظر فنی در موقعیت بهتری قرار می‌گیرد.

حتی ارزان‌تر بودن از رقبا نیز ویژگی مهمی است که باید به آن اشاره کنید. اگر امکانش وجود داشت عدد دقیق اعلام کنید؛ مثلاً ۲۰ درصد ارزان‌تر. البته اگر سرویس یا محصول شما قیمت بالاتری نسبت به رقبا نداشته باشد کار کمی سخت می‌شود. اینجاست که‌هایلایت کردن خدمات بهتر شرکت شما یا ویژگی‌های منحصر به فرد آن می‌تواند برگ برنده مذاکره باشد.

۵. تا جایی که می‌توانید مکالمه را ادامه دهید

شما مکالمه را شروع و هدایت کنید. سوالاتی بپرسید که پاسخی بیشتر از بله و خیر دارند و به مشتری شما این شانس را می‌دهند که درباره موضوع صحبت کند. اگر سوال این باشد که چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم، یکی از پاسخ‌ها این است: به جای گفتن:

«محصـول مـا ایـن ویژگـی را دارد» بگوییـد: «بلـه خـانم / آقـای X، محصول ما این ویژگی را دارد و اگر بخواهید من با کمال میل به شما توضیح می‌دهم که چگونه کار می‌کند.»

۶. خصوصیات شخصیتی مثبت مشتری را شناسایی کنید

روانشناسان ثابت کرده‌اند که اگر ما در طول یک مکالمه به بعضی از ویژگی‌های مثبت شخصیتی مشتری خود اشاره کنیم، آنها رفتار مثبت متقابلی با ما خواهند داشت. این موضوع چگونه روی فروش تلفنی ما تاثیر می‌گذارد؟

چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم؟ با یک ارتباط خوب!
وقتی با مشتری صحبت می‌کنید، روی اهمیت آنها برای شرکت تاکید

کنید. می‌توانید بگویید: «شما یکی از بهترین مشتریان ما هستید» یا «همکاری با شما باعث افتخار ماست». از طریق می‌توانید مخاطب خود را تشویق کنید که وفادارترین مشتری شما شود.

۷. احساسی عمل کنید

همه ما دوست داریم فکر کنیم که تصمیم‌هایی که می‌گیریم، از سر عقل و منطق است. اما اگر واقع‌بین باشیم می‌بینیم که احساسات هم در آنها دخیل هستند. وقتی با یک مشتری صحبت می‌کنید، روی احساسات مثبتی که با خرید محصول شما ایجاد می‌شود تاکید کنید. خواهید دید که چقدر این کار در مذاکره موثر خواهد بود.

۸. خود را به عنوان مشاور یا نماینده شرکت معرفی کنید

اگر هنوز سوال چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم به قوت خود باقیست، به سراغ این ترفند بیایید. البته توجه کنید که ما از شما نمی‌خواهیم که خود را جای کسی به مشتری معرفی کنید که نیستید؛ درباره موقعیت شغلی خود دروغ نگویید. اما اگر حرفه‌ای برخورد کنید و خود را به عنوان مشاور یا نماینده شرکت به مشتری معرفی نمایید، احساس او به شما تغییر خواهد کرد.

قرار نیست شما فقط یک فروشنده تلفنی باشید که قصد دارد یک معامله را جوش بدهد. لیستی از محصولاتی که برای مشتری هیچ

ارزشی ایجاد نمی‌کنند را پشت سر هم برای او نخوانید. به جای اینکار به این فکر کنید که چگونه محصول یا سرویس شما نیاز مشتری را برطرف می‌کند.

به خود به چشم یک متخصص نگاه کنید که دانش بسیاری درباره مشکل مشتری و راه حل او دارد. هر چه نباشد شما در این صنعت تجربه کافی دارید و با یک دید کلی نسبت به مشکل و محصول یا سرویسی که شرکت برای حل آن ارائه می‌کند، می‌توانید بهترین مشاوره را به مخاطب خود بدهید. وقتی به خود باور پیدا کردید، می‌توانید راحت‌تر مشتری را ترغیب به خرید کنید. پس تمام آن جملات آماده و انگیزشی را دور بریزید و فقط خودتان باشید. دانش شما برای فروش کفایت می‌کند.

۹. تکنیک FOMO را به کار ببرید

حتی خریدارانی که در تصمیم خود قطعی نیستند نمی‌توانند در برابر یک پیشنهاد خوب مقاومت کنند. خصوصاً اگر بدانند که این آخرین فرصت آنهاست. در بازاریابی به این پدیده FOMO گفته می‌شود. مخفف عبارت Fear Of Missing Out. به معنای ترس از دست دادن یک فرصت برای انجام کاری یا خرید چیزی.

چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم؟ با تکنیک FOMO!
شما هم می‌توانید از این ترفند روانی در موقعیت‌هایی استفاده کنید که واقعاً نمی‌دانید چگونه می‌شود مشتری را ترغیب به خرید کرد. پیشنهاد خود را به گونه به مشتری احتمالی ارائه دهید که متوجه شود با نپذیرفتن آن چه فرصتی را از دست می‌دهد. روی ارزش‌های محصول یا خدمت خود تاکید کنید.

۱۰. اجازه بدهید مشتریان برای گام بعدی تصمیم گیرنده باشند

اگر می‌خواهید بدانید که چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم، آخرین توصیه ما را هم جدی بگیرید. از قدرت روانشناسی در کار خود استفاده کنید و به مشتری احتمالی فرصت ارائه نظر بدهید. برای اینکار می‌توانید این سوالات را بپرسید: «برای گام بعدی چه کاری دوست دارید انجام دهید؟» یا «در ادامه چه کاری می‌توانیم انجام

دهیم؟». با این جملات کمتر شبیه به یک فروشنده تلفنی سمج به نظر می‌رسید و بیشتر احساس مشاوره دادن به مشتری خواهید داد.

البته می‌توانید چند گزینه هم جلوی پای مشتری بگذارید تا از بین آنها انتخاب کند. اما با پرسیدن این سوال‌ها و دادن فرصت به او برای تصمیم‌گیری، بدون اینکه او را تحت فشار بگذارید، یک سیگنال مثبت برای او می‌فرستید. یک مکالمه فروش معمولاً زمانی به موفقیت ختم می‌شود که مشتری احساس کند حق انتخاب دارد، نظرش شنیده می‌شود و مهم است.

پس آخرین پاسخ ما به سوال چگونه مشتری را برای خرید متقاعد کنیم این است که به آنها نشان دهید که حق انتخاب دارند و نظرشان واقعاً مهم است.

کلام آخر

تماس تلفنی یک کانال مهم فروش هستند و شما باید بدانید که چگونه از این روش بهترین استفاده را کنید. ترفندهای روانشناسی که در این مقاله مطرح شدند می‌توانند در ایجاد یک رابطه خوب با مشتری شما را یاری دهند. اما برای تسلط به این موضوعات و آشنایی بیشتر با بازاریابی تلفنی می‌توانید در دوره فوق ستاره فروش راه مدیران شرکت کنید. اطلاعات بیشتر را در وب سایت ما مطالعه

نمایید.

برای دیدن توضیحات این
دوره اینجا 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 کردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

[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/]