۷ تکنیک فروش با درصد موفقیت بالا

فروشنده‌ها همیشه به دنبال تکنیک‌های فروش جدید و موثر هستند. چرا که با رشد سریع این حوزه تکنیک‌های فروش هم مدام در حال تغییر و تحول هستند. اما بعضی از روش‌ها هستند که امتحان خود را پس داده‌اند. در این مقاله می‌خواهیم به معرفی ۷ تکنیک فروش با درصد موفقیت بالا بپردازیم که به شما کمک می‌کنند تا معامله‌ها را سریعتر به نتیجه برسانید. این تکنیک‌ها که از نظر علمی ثابت شده‌اند، برای اعتمادسازی و شکستن موانع احتمالی در فرایند فروش موثر هستند.

۷ تکنیک فروش امتحان شده و موثر

۱. تکنیک ۱-۲-۳
۲. تاکید روی شباهت‌ها
۳. بهره بردن از تایید مشتریان
۴. استفاده درست از احساسات
۵. داشتن حس شوخ طبعی
۶. در اختیار قرار دادن گزینه‌های جایگزین
۷. همدردی با مشتری

۱. تکنیک ۱-۲-۳

وقتی در حال نوشتن پیام فروش برای فرد غریبه ای هستید که قرار است به انجام کاری ترغیب شود، مهم است که رابطه‌ای برمبنای ارزش و اعتماد برای او تصویر کنید. این استراتژی راه ساده‌ای است برای راغب کردن مشتری احتمالی به خرید؛ برای اینکار لیستی از سه چیز آماده کنید تا پیام اصلی خود را برسانید. این لیست می‌تواند سه کلمه باشد که با ویرگول از هم جدا شده‌اند، یا سه عبارت پیچیده که در یک لیست عددی قرار گرفته‌اند. مثال‌هایی برای استفاده از این تکنیک فروش:

* سه مشکلی که مشتری دارد را شناسایی کنید.

* سه مزیتی که محصول شما برای مشتری دارد را لیست کنید.

* به سه مشتری سرشناس و مهم خود اشاره کنید.

چرا این روش موثر است؟

به خاطر جادوی عدد ۳؛ مردم الگوها را دوست دارند و عدد سه سریع‌ترین پترنی است که یک نفر می‌تواند پیدا کند. در مطالعه‌ای که توسط UCLA انجام شد مشخص شد که سه عدد کاملی در مواردی همچون ایمیل‌های فروش است که در آن مشتریان می‌دانند هدف ارسال کننده آن، ترغیب یا انگیزش بوده است.

۲. تاکید روی شباهت‌ها

تعریف داستان یک تکنیک فروش موثر است که طی آن می‌توانید به مشتری مسیری را نشان دهید که در آن چالش‌هایش قابل حل هستند. برای اینکار مراحل زیر را طی کنید:

۱. سمت شغلی، مسئولیت‌ها و حوزه کاری مشتری را شناسایی کنید.
۲. به مشتری ای دیگری که با همین مشخصات داشته‌اید فکر کنید.
۳. یک مشکل مشابه بین این دو نفر پیدا کنید که مشتری احتمالی شما بتواند با آن همذات پنداری پیدا کند.

۴. این داستان را به نحوی تعریف کنید که مشکل را مطرح و راه حل آن را نیز ارائه داده باشید.

تحقیقات نشان داده است که وقتی شخصیت ما نزدیک به کاراکتر یک داستان است، راحت‌تر می‌توانیم او را بشناسیم و در نتیجه ترغیب به دنبال کردن موضوع می‌شویم. در مکالمه‌های فروش هم داستان‌ها می‌توانند روی ناخودآگاه مشتری کار کنند تا ارزش راهکاری که به آنها ارائه می‌دهید را ببینند.

۳. بهره بردن از تایید مشتریان

مشتریان خوشحال، مشتریان جدید برای شما می‌آورند. از این

استراتژی به عنوان یک تکنیک فروش استفاده کنید و به مشتری احتمالی خود نشان دهید که چگونه محصول شما به درد سایرین خورده است. به جای اینکه بگویید شرکت شما چه کارهایی می‌تواند انجام دهد، نشان دهید که این کارها قبلاً برای مشتریان دیگر انجام شده است. این کار به دو طریق می‌تواند بازاریابی شما را ترغیب کننده‌تر کند:

۱. به جای تعریف از موقعیت‌های فرضی، نتایج را به مخاطب نشان می‌دهید.
۲. موضوع صحبت را از شرکت یا برند به سمت خدماتی که ارائه می‌شود و اعتبار ایجاد می‌کنند، می‌کشاند.

به چه روش‌هایی می‌توان این کار را انجام داد؟

* در ایمیل‌های تبلیغاتی خود، به یکی از ویدیوهای کاربران که نظر خود درباره سرویس‌های شما را گفته‌اند، لینک دهید.

* نقل قول از مشتری همراه با نام شرکتی که در آن کار می‌کند و سمت شغلی‌اش را بیاورید.

* داستانی درباره مشتریانی بگویید که از خدمات شما استفاده کرده‌اند. در این تکنیک فروش باید دقیقاً مشخص کنید که مشکل اولیه چه بوده و مطمئن شوید که مشتری احتمالی شما متوجه

نقش خدمات یا محصول شما در حل این مشکل شده است.

چرا این روش جواب می‌دهد؟

طبق تحقیقات انجام شده، محصولاتی که برای آنها نظرات کاربران ثبت شده تا ۱۲ برابر بیشتر مورد اعتماد مشتریان هستند تا محصولی که صرفاً توضیحات آن را خود شرکت نوشته است. مردم به خودشان اعتماد دارند نه به شرکت‌ها و فروشندگان.

۴. استفاده درست از احساسات

احساسات، بین تمام مردم مشترک است؛ پس می‌توانیم از آن در فرایند فروش استفاده کنیم. به جای اینکه فقط روی ویژگی‌ها و مشخصات محصول خود تمرکز کنید، گامی به عقب بردارید و به احساسات مشتری خود فکر کنید. تکنیک‌های زیر می‌توانند برای استفاده مناسب باشند:

* به دنبال دستاوردهای اخیر شخصی یا سازمانی مشتری احتمالی خود باشید و برای آنها تبریک بفرستید. مطالعات اخیر نشان داده است که هر نوع تعریف و تمجید می‌تواند تاثیر مثبتی روی طرف مقابل داشته باشد. به این معنا که حتی اگر تعریف شما از مشتری از روی اجبار هم باشد، باز تاثیر خود را خواهد داشت.

* با معرفی کردن مقالاتی که مناسب مشتری احتمالی شماست، این احساس را در آنها به وجود آورید که برای شما مهم هستند.

* روی اشتراکات خود، هرچند نامعمول پافشاری کنید؛ مثل یکسان بودن روز تولد، نام یا حتی مدرسه‌ای که به آن رفته‌اید.

چرا این تکنیک فروش جواب می‌دهد؟

ما انسان‌ها توسط احساسات برانگیخته می‌شویم. طبق گفته پروفسور جرالد زالتمن از مدرسه کسب و کارهاروارد، ۹۵ درصد از تصمیمات خرید به صورت ناخودآگاه صورت می‌گیرند. احساس یک فرایند ناخودآگاه قدرتمند و غریزی است. تصمیماتی که می‌گیریم به سادگی تحت تاثیر احساسات ما هستند.

۵. داشتن حس شوخ طبعی

کمی شوخ طبعی می‌تواند مشتری احتمالی که از کار شما خوشش نمی‌آید را، خلع سلاح کند. با چاشنی خنده و شوخ طبعی می‌توانید از سایر فروشنده‌های تلفنی که فقط به تکنیک‌های فروش خشک و روتین چسبیده‌اند، فاصله بگیرید. با این کار ممکن است مشتری لبخندی بزند و پاسخ درخواست شما را بدهد.

چگونه در عمل از شوخ طبعی استفاده کنیم؟

* در ایمیل‌های تبلیغاتی یک گیف بامزه قرار دهید.

* قبل از تماس با مشتری، اکانت‌های سوشال مدیای او را بررسی کنید تا موضوع یا سرگرمی مشترکی پیدا کنید که بتوانید در حین مکالمه به آن ارجاع داده و با او صمیمی‌تر شوید.

* با محوریت همذات پنداری با مشتری، با خودتان شوخی کنید تا به او نشان دهید که کاملاً از مشکل او باخبر هستید و خودتان هم چنین تجربه‌ای دارید.

چرا این تکنیک فروش جواب می‌دهد؟

ساده است؛ چون افراد بانمک دوست داشتنی تر هستند. شوخ طبعی کاری برخلاف عرف اجتماعی یا انتظار مشتریان است. فروشنده‌های تلفنی معروف هستند به این که از یک سری جملات از پیش آماده استفاده می‌کنند و برایشان اهمیتی ندارد که چه کسی پشت خط است. شوخ طبعی می‌تواند نقطه مقابل این قضیه باشد و مخاطب شما را در موقعیتی آرامش بخش قرار دهد.

نکته: قبل از انجام هرنوع شوخی‌ای، به مخاطب هدف خود فکر کنید. ممکن است شوخ طبعی شما برای دسته‌ای از مشتریان، بیشتر حکم کنایه زدن را پیدا کند.

۶. در اختیار قرار دادن گزینه‌های جایگزین

این یا آن؟ تصمیم گیری می‌تواند در شرایطی، بسیار سخت باشد. ساده کردن فرایند خرید با پیشنهاد دادن دو گزینه به مشتری، می‌تواند تکنیک فروش خوبی باشد. برای به کارگیری این تکنیک فروش، این روش‌ها را امتحان کنید:

* دو زمان مناسب برای تماس مجدد با مخاطب خود را به او اعلام کنید.

* یک نسخه آزمایشی از محصول خود یا یک جلسه معرفی محصول

به مشتری خود پیشنهاد کنید.

* از او بپرسید که همین حالا با او درباره خدمات‌تان صحبت کنید یا قرار ملاقات حضوری بگذارید.

چرا این تکنیک فروش جواب می‌دهد؟

تصمیم گیری می‌تواند کار سختی باشد. فرقی نمی‌کند بخواهید انتخاب کنید که برای ناهار چه چیزی بخورید یا اینکه محصولی را بخرید یا نه، بالاخره مردم با گرفتن این تصمیمات پای تلفن، کمی مشکل دارند.

یک تحقیق از دانشگاه نیویورک پیشنهاد می‌دهد که محدود کردن انتخاب با کاهش دادن گزینه‌ها می‌تواند خلاقیت بیشتری را به همراه داشته باشد. ما وقتی گزینه‌های کمتری پیش روی خود داشته باشید، تصمیمات بهتری می‌گیریم. با حق انتخاب‌های کمتر می‌توانیم فرایند فکر کردن خود را گسترش دهیم.

۷. همدردی با مشتری

هیچ چیزی به اندازه ای که کسی حرف ما را بفهمد، ترغیب کننده نیست. فرقی نمی‌کند موضوع فروش باشد یا سیاست یا هر چیز دیگری در زندگی روزمره. برای اینکه از این تکنیک فروش استفاده

کنید، روش‌های مختلفی وجود دارد:

- اگر مخاطب شما با استفاده از خدماتی که ارائه می‌کنید، وظایفش کمتر می‌شود، باید به او نشان دهید که چطور می‌توانید وضعیت او را آسان‌تر کنید.
- با مطالعه مقالات و پست‌هایی که مشتری احتمالی شما در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارد، راه حل‌هایی را به او ارائه کنید که به مشکلش را حل می‌کند.
- اگر رقیب شما با مشکلی در ارائه خدمات مواجه است، با مشتریانش تماس بگیرید و کاری کنید که متوجه شوند خدمت یا محصول شما، آن مشکلات را در بر نخواهد داشت.

چرا این تکنیک فروش جواب می‌دهد؟

گزارشی از مدرسه کسب و کار هاروارد نشان می‌دهد که همدردی اشتیاق به خرید را افزایش می‌دهد خصوصاً وقتی که به مخاطب خود، کاربرد چیزی که می‌فروشید را نشان دهید. با شناسایی نگرانی‌های مخاطب و بررسی آنها می‌توانید به حل مشکل آنها کمک کنید و احترام آنها را بخرید.

کلام آخر

تکنیک‌های مختلف فروش را امتحان کنید و ببینید کدام یک از آنها

برای جامعه هدف شما جواب می‌دهد. ما در این مقاله سعی کردیم چند تکنیک فروش که در غالب شرایط می‌توانند موفقیت آمیز باشند را معرفی کنیم. شما چه تکنیک‌های دیگری را امتحان کرده‌اید؟ در بخش نظرات برای ما بنویسید.

اگر می‌خواهید در بازاریابی و فروش تلفنی، مانند یک ستاره بدرخشید، پیشنهاد ما شرکت در دوره فوق ستاره فروش راه مدیران است. برای دیدن توضیحات دوره و سرفصل‌های آن، روی تصویر زیر کلیک کنید. از همراهی شما 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/]