



چگونه معامله را ببندیم؟ لیست کاملی از تکنیک های بستن فروش

از آنجایی که مشتریان احتمالی، فرصت‌هایی که دارید و همینطور نوع شخصیت افراد باهم خیلی متفاوت هستند، نمی‌توان یک روش بستن فروش مشخص برای همه تعریف کرد. پس چگونه معامله را ببندیم؟ در این مقاله لیست کاملی از تکنیک های بستن فروش را باهم خواهیم دید که در این زمینه به شما کمک خواهند کرد. با راه مدیران همراه باشید.

شانس تنها یکبار در خانه شما را می‌زند! همین ضرب المثل برای بستن فروش هم صدق می‌کند. اگر در همان یکبار شانس خود



موفق باشید، تمام سختی‌هایی که هفته‌ها و بعضاً ماه‌ها برای آن معامله کشیده‌اید، جبران خواهد شد. اما اگر ناموفق باشید، همه زحمات‌تان برای هیچ بوده است. به همین خاطر هم بستن معامله یکی از مهمترین بخش‌های فروش است. با این مقدمه برویم به سراغ تکنیک های بستن فروش؛

تکنیک های بستن فروش: چگونه با ترفندهای مدرن معامله را ببندیم؟

به تعویق انداختن بستن فروش

از این تکنیک زمانی استفاده می‌شود که متوجه می‌شوید مشتری احتمالی شما هنوز برای تصمیم گیری آماده نیست. پس به جای اینکه او را مجبور به بستن معامله کنید، به او زمان بیشتری برای فکر کردن می‌دهید.

بیشتر خریداران انتظار دارند که شما به عنوان فروشنده آنها را مجبور به خرید کنید. وقتی از تکنیک های بستن فروش مدرن، مانند به تعویض انداختن استفاده می‌کنید، اعتمادشان را به دست می‌آورید. به علاوه تحقیقات نشان داده است که چنین معامله‌هایی معمولاً سود بیشتری هم خواهند داشت چراکه مجبور نمی‌شوید به مشتری تخفیفات بیش از اندازه بدهید.



چگونه این کار را انجام دهیم؟ بگویید: «می‌دانم که این تصمیم مهمی برای شرکت شماست و من نمی‌خواهم عجله کنید. برای فردا زمانی رو هماهنگ کنیم که صحبت را ادامه دهیم؟»

بستن فروش استادکارانه

تاکید کنید که چقدر زمان، فکر، مهارت و انرژی برای طراحی محصولی که قصد فروشش را دارید، صرف شده است. هرچه ساخت چیزی سخت‌تر باشد یا نیاز به مهارت و دانش بیشتری داشته باشد، افراد برای آن ارزش بیشتری قائل خواهند شد. فروشندگان گاهی فراموش می‌کنند که مشتری احتمالی آنها چندان دانشی درباره محصول ندارد و وظیفه آنهاست که این توضیحات را به مخاطب بدهند.

چگونه؟ بگویید: «ده نفر به طور خاص در شرکت مسئول ارتقاء **داشبورد** سایت هستند تا در بهینه‌ترین حالت خود باشد. این حجم از تمرکز و انرژی برای توسعه محصول ما در این صنعت مثال‌زدنی است»

تکنیک «باید از مدیر سوال کنم»

یکی از بهترین تکنیک‌های بستن فروش، تکنیک باید از مدیر سوال کنم است. به جای اینکه درخواست مشتری برای دریافت تخفیف را شخصاً تایید کنید، به آنها بگویید که باید با مدیریت یا رئیس



مربوطه درخواست آنها را در میان بگذارید. سپس بعد از تایید مدیر، خبر خوب را بهشان بدهید.

اینکه به مشتری احتمالی خود نشان دهید که می‌خواهید قیمت را تا جایی ممکن کم کنید و طرف آنها باشید، اعتبار شما را بالا می‌برد. به علاوه شانس بیشتری خواهید داشت تا آنها تمایل به خرید پیدا کنند.

چگونه از این تکنیک استفاده کنیم؟ بگویید: «برای این حجم از تخفیف باید از مدیریت تایید بگیرم. اجازه بدهید بپرسم ببینم امکان این کار وجود دارد.» سه ساعت بعد: «خوشبختانه مدیر من چراغ سبز را نشان داد. قیمت جدید برای شما»

ترازنامه از بهترین تکنیک های بستن فروش

یکی دیگر از تکنیک های بستن فروش، اشاره به صورت وضعیت مالی است. سود و ضرر خرید را برای مشتری محاسبه کنید تا او بتواند درک درستی از ارزش محصول شما پیدا کند و دلیل خرید خود را بداند. مشتری شما همین حالا هم لیستی از مزایا و معایب محصول شما در ذهن یا روی کاغذ دارد. با ساخت یک ترازنامه می‌توانید این فرایند را در کنار اعتمادسازی، خودتان کنترل کنید. همچنین می‌توانید کاملاً مشخص کنید که چقدر در این خرید ریسک وجود دارد.



چگونه این تکنیک را به کار ببریم؟ بگویید: «اجازه بدهید مزایا و معایب استفاده از پلتفرم مدیریت کارمندان ما را با هم بررسی کنیم. از طرفی شما یک سیستم از قبل درون سازمان خود دارید. احتمالاً کارمندان‌تان از تغییر این سیستم چندان خوشحال نخواهند شد. چند هفته ای زمان لازم است تا داده‌های قبلی را به پلتفرم جدید منتقل کنید و به کارمندان نحوه کار با ابزارهای جدید را آموزش بدهید. اما محاسبات ما نشان می‌دهد که با اینکار می‌توانید حداقل ۱۰۰۰ دلار در هفته صرفه‌جویی کنید. همچنین با توجه به تجربیات مشتریان قبلی، استفاده از این پلتفرم جدید، کار ساده‌تری است؛ خصوصاً که پشتیبانی ۲۴ ساعته در ۷ روز هفته را دارد.»

تکنیک بهترین زمان بستن

روی اهمیت خرید در همین لحظه تاکید کنید. یکی از تکنیک‌های بستن فروش این است که اضطرار و محدود بودن زمان را به مشتری گوشزد کنید. همین حالا که مشتری از هر زمان دیگری بیشتر راغب به خرید است، او را تشویق کنید که معامله را ببندد. زمان می‌تواند شانس شما برای بستن فروش را کم کند.

البته این تکنیک بدین معنا نیست که درباره محصول دروغ بگویید یا غیر اخلاقی برخورد کنید. این رفتارها می‌تواند تاثیر منفی زیادی روی برندینگ شما داشته باشد. به دنبال یک دلیل قانع کننده برای مشتری خود باشید تا او توجیه شود که هرچه زودتر به راه حل شما



نیاز دارد. اگر مشتری درست را انتخاب کرده باشید، اینکار نباید چندان سخت باشد.

مثلاً بگویید: «اگر می‌خواهید در رویداد بعدی خود از این محصول استفاده کنید، باید قرارداد را نهایتاً تا پایان وقت کاری امروز نهایی کنیم تا بتوانیم تحویل به موقع داشته باشیم.»

تکنیک تقویم از تکنیک های بستن فروش

به جای اینکه در لحظه بخواهید قرارداد را ببندید، که معمولاً مشتریان آماده اینکار نیستند، یک قرار ملاقات بعدی تنظیم کنید. گرفتن یک تعهد مشخص از مشتری کلید اینکار است. اگر قبل از اینکه تماس خود را به اتمام برسانید، سر یک تاریخ و ساعت مشخص برای تماس بعدی موافقت کرده باشید، شانس بیشتری خواهید داشت که ادامه صحبت را از سر بگیرید. اگر مشتری علاقه ای به اینکار نداشت، احتمالاً از اول هم در خرید خود جدی نبوده است.

مکالمه را اینطور پیش ببرید که: «من معمولاً در این مرحله درباره کاربران نهایی مشتریانم پرس و جو می‌کنم تا درباره فرایندهای روتین آنها اطلاعاتی کسب کنم. آیا دو یا سه نفر از اعضای تیم مالی شما برای چهارشنبه آینده آزاد هستند تا در اینباره صحبت کنیم؟»



بستن شرطی

از دیگر تکنیک های بستن فروش، شرطی کردن آن است. با توجه به شرایط موجود یک قرار با مشتری بگذارید. اگر با شرایط مشتری موافقت کنید، آنها هم یک قدم جلوتر خواهند آمد. این استراتژی از تکنیک های بستن فروش احساس عادلانه بودن را در مشتری برمی‌انگیزاند و به آنها نشان می‌دهد که قصد شما کنار آمدن با خواسته‌های مشتری است تا بتوانید به یک توافق برد برد برسید.



مثلاً بگویید: «قراردادهای ما معمولاً چند ساله هستند. اما اگر



بتوانید ۶ ماه را پیش پرداخت بدهید ، می‌توانم یک قرارداد یکساله برای شما ببندم»

تکنیک هزینه مالکیت

هزینه کلی برای مالک شدن محصول خود را حساب کنید. این هزینه شامل هزینه‌های اجرایی، خدمات، نگهداری، ارتقا و به روزرسانی می‌شود. سپس آن را با یکی از محصولات رقبای خود مقایسه کنید. اگر محصول شما مقرون به صرفه‌تر بود به مشتری نشان دهید که چطور تفاوت‌های کوچک می‌تواند در طی زمان آنقدر در هزینه‌های صرفه‌جویی کند.

تکنیک توجه به مشتری

بعد از اینکه معامله ای را از دست دادید، برای مدت زمانی مناسب صبر کنید و بعد دوباره با مشتری تماس بگیرید و از او درباره تجربه خریدی که با شما داشته صحبت کنید. علاقه نشان دادن به نظرات مشتری به آنها این احساس را می‌دهد که مهم و قابل احترام هستند. همچنین نشان می‌دهد که شرکت شما به مشتریانش احترام می‌گذارد و ممکن است به این طریق نظر آنها را درباره خرید تغییر دهید.

به علاوه متوجه خواهید شد که دلیل آنها برای خرید نکردن از شما



چه بوده است. حتی اگر مشتری نظرش را تغییر ندهد باز هم یک قدم به خریدهای احتمالی آینده آنها نزدیک شده اید. می‌توانید این تماس پیگیری را به این صورت انجام دهید:

« سلام آقای احمدی؛ اگر امکان دارد ممنون می‌شوم به چند سوال درباره تماس قبلی که ماه گذشته داشتیم پاسخ دهید. من شخصاً همیشه به دنبال بهبود کار خودم هستم و پاسخ شما می‌تواند در این امر به من کمک کند. آیا اطلاعاتی که به شما دادم کافی بودند؟ آیا سرعت فرآیند مناسب بود؟ آیا اعتراض یا دغدغه ای داشتید که من نتوانستم به خوبی برطرف کنم؟ چگونه می‌توانم این کار را بهتر انجام دهم؟ »

تکنیک هزینه‌های هفتگی

حساب کنید محصول شما در هفته یا روز یا ماه، چقدر هزینه برای مشتری در پی دارد. راه حل شما وقتی از نظر مالی به بخش‌های کوچکتری تقسیم شود، مقرون به صرفه تر به نظر خواهد رسید. حتی می‌توانید این هزینه کاهش یافته را با هزینه‌های روزمره ای مانند یک لیوان قهوه یا بلیط سینما مقایسه کنید. به طور مثال:

« این محصول فقط روزی یک دلار برای شما هزینه خواهد داشت که از پول یک لیوان قهوه برای هر کارمند شما هم کمتر است »



تکنیک نیازها

لیست تمام مواردی که مشتری شما گفته است که از محصول شما انتظار دارد را بنویسید. سپس با توجه به آن لیست محصول خود را معرفی کنید. وقتی محصول شما تمام نیازهای مشتری را پاسخ دهد ثابت خواهد شد که گزینه خوبی برای اوست. ممکن است نتوانید تمام خواسته مشتری را پاسخگو باشید اما خریدار در نهایت از این گفتگو نتیجه خواهد گرفت که این مامله، خرید خوبی برایش خواهد بود.

چگونه اینکار را انجام دهیم؟ می‌توانید بگویید: «اجازه بدهید مطمئن شوم که هرچیزی که به دنبالش هستید را درست متوجه شده‌ام؛ شما ابزاری می‌خواهید که به وسیله آن بتوانید پیامک‌های زمان بندی شده برای مشتریانان بفرستید. میزان درآمد بدست آمده از هر کمپین پیامکی را متوجه شوید و بتوانید به راحتی از طریق معیارهایی همچون نرخ پاسخ دهی و CTR، عملکرد سیستم را بازبینی کنید. درست است؟ بسیار خب محصول ما می‌تواند برای هزار نفر مشتری پیامک زمان بندی شده ارسال کند و آنالیزهای پیشرفته‌ای در اختیار شما می‌گذارد که...».

تکنیک عواقب منفی از تکنیک های بستن فروش

برای مشتری شرح دهید که توجه نکردن به مشکلی که دارد چه



تبعات منفی برای او یا شرکت به دنبال خواهد داشت. برای اینکار از اطلاعاتی که مشتری احتمالی در حین فرایند دیسکاوری یا کشف به شما می‌دهد استفاده کنید. تاکتیک‌های ترس، اضطراب و شک می‌توانند خریدار را ترغیب کنند که اقدام به خرید نماید. اینکار روشی موثر برای کمک به آنهاست تا بتوانند بر شک و تردید خود غلبه کنند.

اما مطمئن شوید که این کار را کاملاً اخلاقی انجام می‌دهید. یعنی فقط عواقب واقعی را مطرح کنید. مثلاً بگویید: «شما در حال حاضر به ۴۶۲ نقطه در بیش از ۸۰ منطقه سرویس‌دهی دارید. اگر یکی از مسیرهای تامین شما دچار مشکل شود، که با توجه به آنچه برای من شرح دادید هر دو سال یک بار تقریباً اتفاق می‌افتد، شما حداقل دسترسی به یک سوم این نقاط را از دست خواهید داد. این اتفاق برای شما یک میلیون دلار هزینه خواهد داشت.»

بستن معامله بی دردسر

تا جایی که می‌شود فرایند خرید را برای مشتری احتمالی خود راحت کنید. برای مثال کاغذبازی‌های اداری را خودتان انجام دهید تا به مرحله‌ای برسد که نیاز است مشتری اسناد قانونی و قراردادها را امضا کند. خلاص شدن از جزئیات اداری یک فرایند خرید می‌تواند تاثیر به سزایی در گرفتن تایید از سمت مشتری داشته باشد. همچنین آنها را ترغیب می‌کند که برای جبران کمکی که بهشان کردید، از شما خرید



کنند.



این مکالمه استفاده از این تکنیک بستن فروش را نشان می‌دهد: «من برای شما مقاله‌ای را ایمیل کردم که نقد و بررسی محصول شرکت ما در قیاس با شرکت ایکس است. می‌توانید این گزارش را به مدیریت نشان دهید تا بهتر متوجه شوند که چرا محصول شرکت ایکس گزینه مناسبی برای نیاز شما به نظر نمی‌رسد. همچنین یک ویدیوی راهنما درباره محصول فرستادم که به شما کمک می‌کند تصمیم‌گیری راحت‌تری داشته باشید.»



بستن با کیفیت فروش

به جای اینکه با تمرکز روی قیمت سعی در فروش محصول داشت باشید، روی ارزش آن تاکید کنید. اینکه چقدر ماندگاری دارد، استفاده از آن چقدر آسان است، نگهداری و پشتیبانی از آن چند وقت یک بار ضروری است، چه نوآوری‌هایی در ساخت آن به کار رفته و غیره. بیشتر مشتریان احتمالی توجهشان به قیمت است اما کمک کردن به آنها برای درک ارزش، در طولانی مدت مهم‌تر است و باعث می‌شود که معامله را به سرانجام برسانید. آن هم بدون نیاز به دادن تخفیف‌های بسیار.

به طور مثال می‌توانید بگویید: «محصول ما سه درصد از هرکدام رقبا، سریع‌تر عمل می‌کند که می‌تواند تاثیر به سزایی به ازای نفر ساعت برای شرکت شما داشته باشد.»

تکنیک بستن معکوس

به مشتری احتمالی خود بگویید که مطمئن نیستید مخاطب درستی برای محصول شما باشند. شرکت آنها کوچکتر، ناپخته‌تر یا تازه‌کارتر از مشتریان معمول شما هستند. مردم همیشه به دنبال چیزی هستند که نمی‌توانند داشته باشند. پس وقتی بدانند محصول شما از دسترس‌شان خارج است، تمایل بیشتری پیدا می‌کنند تا آن را بخرند. این قدرت تکنیک بستن معکوس معامله است. به جای



اینکه شما به آنها بفروشید، آنها به شما می‌فروشند.

به علاوه وقتی نشان دهید که صرفاً برای پول به دنبال فروش محصول نیستید، معتبرتر و قابل اعتمادتر به نظر خواهید رسید. اما بهتر است از این تکنیک - به طور کلی تمام تکنیک های بستن فروش - بیش از اندازه استفاده نکنید. فقط برای آن دسته از خریدارانی که واقعاً جزو پرسونا های مشتری معمول شما نیستند آن را به کار ببرید.

امتیازدهی از تکنیک های بستن فروش

از مشتری احتمالی خود بپرسید که چقدر از خرید خود از صفر تا ده راضی هستند. وقتی عدد خود را گفتند متعجب شوید و بگویید که فکر می‌کردید عدد آنها پایین‌تر باشد. از آنها بخواهید تجربه خرید خود را شرح دهند. پاسخ‌های آنان را به خودشان برگردانید. سپس بگویید که کمی گیج شده‌اید. اگر اینقدر از محصول شما راضی هستند چرا امتیاز ده را ندادند؟



این تکنیک اولویت‌های اصلی خرید و همین‌طور اعتراضات آنها را نشان می‌دهد. در واقع بعد از این مکالمه می‌توانید صریح‌تر درباره محصول و نیازهای مشتری با او صحبت کنید. پاسخ‌های شما می‌تواند شامل مثال زیر باشد:

«از یک تا ده، یک به معنای اینکه اصلاً خرید نخواهید کرد و ده به معنای اینکه حتماً و فوراً خرید خواهید کرد، نظر شما در حال حاضر روی چه عددی است؟»

«تعجب می‌کنم که شما عدد ۵ را انتخاب کردید. من فکر می‌کردم نهایتاً امتیاز ۳ را بدهید. علت انتخاب شما چه بود؟»



«پس به نظر می‌رسد که شما امتیاز ۵ را به دلایل ایکس و ایگرگ و زد انتخاب کردید. اما اگر چنین دلایل خوبی برای انجام این خرید دارید، تعجب میکنم که امتیاز ۱۰ را ندادید.»

تکنیک شباهت

درباره خریداری که مشکلی مشابه با مشکل آنها داشته است صحبت کنید که بعد از استفاده از محصول شما موفقیت‌های بسیاری کسب کرده است. اگر مشتری احتمالی شما درباره چالشی که با آن مواجه هستند نگران است، شنیدن درباره اینکه فرد دیگری دقیقاً با همان شرایط بر مشکل خود غلبه کرده است می‌تواند اضطراب‌شان را کم کند. همچنین نشان می‌دهد که شما چقدر به نیاز و راه حل مورد نظر آنها مسلط هستید.

این مکالمه می‌تواند به این صورت پیش رود: «من با شرکت دیگری در حوزه صنعت حمل و نقل کار در سال گذشته کار کردم که مثل شما حدوداً ۵۰ کارمند داشتند. مشکل آنها هم استخدام کارگران عملیاتی بخش ساحلی بود. بعد از اینکه از استراتژی برندینگ پیشنهادی ما استفاده کردند، درخواست‌های برای استخدام در آن موقعیت شغلی دوبار بر شد.»



استفاده از نظرات کاربران قبلی

به جای اینکه تلاش کنید با گفتن مزایای راهکار خود، مشتری احتمالی را ترغیب به خرید نمایید، اینکار را با استفاده تجربیات مثبت و رضایت بخش مشتریان قبلی خود انجام دهید. شما می‌توانید نظرات کاربران را به صورت نوشتاری در سایت داشته باشید یا به یکی از مشتریان خود ارجاع دهید تا مشتری احتمالی شما را توجیه کند.

یک شخص مستقل یا یک کسب و کار می‌تواند قانع کننده تر از شما باشد. چرا که تعصب کمتری روی محصول یا خدمات دارد. این فرایند معرفی می‌تواند اعتماد و اعتبار شما را هم افزایش دهد. نمونه یکی از مکالمه‌هایی که از این تکنیک بستن فروش در آن استفاده شده است:

« متوجه شدم که به ویژگی ایکس محصول ما علاقه‌مند هستید. می‌خواستم در همین راستا ایمیلی که از سمت یکی از مشتریان قبلی ما ارسال شده است را به شما نشان دهم که توضیح می‌دهد چگونه استفاده از محصول ما باعث شده تا بتوانند فرایند موجود در شرکت خود را بهینه‌تر و آسان‌تر کنند.»

تکنیک ۱-۲-۳ از معروف ترین تکنیک های بستن فروش



ویژگی‌های محصول، مزایا و کاربردهای آن را در سه مورد خلاصه کنید. این تکنیک با نام اصول سه گانه نیز شناخته می‌شود. سه چیزی که باهم به عنوان مجموعه ای عمل می‌کنند که پیامی قانع کننده به گوش مخاطب می‌رسانند. مثلاً بگویید: «ابزارهای ما به شما کمک می‌کنند تا مشتریان احتمالی خود را پیدا کنید، آنها ارزیابی کرده و قراردادها را ببندید.»

در کنار این تکنیک های بستن فروش آشنا شدن با نیاز بازار روز ایران نیز می‌تواند به توسعه مهارت‌های شما کمک بسیاری کند. به همین خاطر مجموعه راه مدیران با تدوین دوره فوق ستاره فروش شوید، در جهت تحقق این مورد گام برداشته است. شما عزیزان می‌توانید با کلیک روی تصویر زیر، مشخصات و توضیحات این دوره را ببینید و در آن شرکت کنید.





برای دیدن سرفصل های دوره
اینجا کلیک کنید

<https://rahemodiran.com/%d8%aa%da%a9%d9%86%db%8c%da%a9-%d8%a8%d8%b3%d8%aa%d9%86-%d9%81%d8%b1%d9%88%d8%b4>

همچنین می توانید از طریق سایت **راه مدیران** 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.