



۴ تکنیک ثابت شده برای فروش به یک مشتری SMB

اگر بیشتر وقت خود را برای فروش به مشتریان SMB یا کسب و کارهای با اندازه متوسط و کوچک می‌گذرانید، خواندن این مقاله برای شما کاربردی خواهد بود. در این مطلب از راه‌مدیران، تکنیک‌های ثابت شده فروش را به اشتراک می‌گذاریم که به شما کمک می‌کنند تا به طور موثری با کسب و کارهای SMB ارتباط برقرار کنید.



منظور از فروشنده SMB چیست؟

اصطلاح SMB مخفف عبارت Small-and-medium-sized business است. فروشنده SMB هم کارشناس فروشی است که محصولات یا خدمات را به کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌فروشد. این کسب و کارها معمولاً کمتر از ۵۰۰ نفر کارمند دارند و معمولاً شامل استارت‌آپ‌ها، کسب و کارهای محلی یا شرکت‌های کوچک می‌شوند.

SMBها عموماً چرخه فروش کوتاه‌تری دارند و بستن معامله با آنها برای فروشندگان راحت‌تر از شرکت‌های بزرگ است. چرا که این شرکت‌ها چابک‌تر بوده و بوروکراسی یا کار اداری کمتری دارند.

قبل از اینکه به سراغ این موضوع برویم که چگونه می‌توانیم به SMBها بفروشیم، بد نیست نگاهی به تعاریف فروش SMB بیندازیم و ببینیم چرا فروش به SMB اهمیت دارد؟

چرا باید زحمت فروش به SMBها را بکشیم؟

بسیاری از کسب و کارها انتخاب می‌کنند که SMBها را ندیده



بگیرند و هدف خود را فروش به مشتریان بزرگتر مانند شرکت‌های تجاری بگذارند. از آنجایی که این شرکت‌ها بودجه بیشتری دارند، قدرت خرید بیشتری هم خواهند داشت. و در آخر سود شما از فروش به این شرکت‌ها بیشتر خواهد بود.

اما این سبک کاری معایبی دارد و در مقابل فروش به مشتریان SMB می‌تواند مزیت‌های زیر را داشته باشد:

- مشتریان با کسب و کارهای کوچک، خطوط قرمز کمتری دارند در نتیجه چرخه فروش آنها کوتاهتر است.
- ارتباط برقرار کردن با تصمیم گیرنده اصلی آسان تر است. در ۷۴ درصد از کسب و کارهای کوچک و متوسط، خود صاحب کسب و کار درباره محصولات یا خدمات جدید تحقیق می‌کند.
- پیدا کردن سرنخ‌ها و مشتریان احتمالی SMB راحت تر است. طبق گزارشی از ۲۹ ، Deloitte میلیون SMB در آمریکا فعالیت می‌کنند. این نشان دهنده ۹۹.۷ درصد کل کسب و کارهای آمریکا و تقریباً نیمی از کل اشتغال بخش خصوصی است.

همچنین به خاطر بسپارید که SMB ها همیشه SMB باقی نخواهند ماند. یک شرکت کوچک یا متوسط می‌تواند طی چند سال به یک کمپانی چند میلیون دلاری تبدیل شود. اگر شما از همان ابتدای کار با این مشتری همکاری کنید، می‌توانید در ادامه هم همکاری خود را



با موفقیت با آنها ادامه دهید.

۴ تکنیک برای فروش به مشتریان SMB

تا اینجا متوجه شدیم که فروش به مشتریان SMB ارزش بالایی دارد. در این قسمت می‌رویم به سراغ تکنیک‌های فروش موثر و ثابت شده که می‌توانید از آنها استفاده کنید.

۱. مطمئن شوید که به خوبی کیفیت سنجی کرده‌اید

وقتی سرنخ‌های خود را کیفیت سنجی می‌کنید، در واقع دارید مشخص می‌کنید که آیا این مشتری احتمالی با پروفایل مشتری ایده‌آل شما همخوانی دارد و می‌تواند به بستن قرارداد منجر شود یا نه.

کیفیت سنجی سرنخ‌ها، فارغ از اینکه چه بخشی از مشتریان را هدف قرار داده‌اید، مهم است. اما وقتی می‌خواهید به سراغ مشتریان SMB بروید، به طور خاص اهمیت پیدا می‌کند.

مسلماً شما نمی‌خواهید به سراغ مشتریانی بروید که:

- همین هفته گذشته کسب و کار خود را راه انداخته‌اند
- هنوز مدل کسب و کار خود را مشخص نکرده‌اند



• هیچ پولی برای سرمایه گذاری ندارند

به این دلیل باید سرنخ‌های خود را کیفیت سنجی کنید که مطمئن باشید زمان خود را برای دنبال کردن تماس‌هایی هدر نمی‌دهید که گزینه مناسبی برای شما نیستند. اما اینکار را چگونه باید انجام داد؟ با ساخت یک مدل امتیازدهی به سرنخ‌ها که به شما این امکان را می‌دهد تا بتوانید با استفاده از اطلاعات بنگاه شناسی، به سرنخ‌های ورودی خود امتیاز دهید.

با این مدل، نمایندگان فروش شما می‌توانند سرنخ‌های مهم را اولویت بندی کنند. در نتیجه دنبال این سرنخ‌ها نرخ بستن معامله‌ها بالاتر می‌رود و شانس برنده شدن برای تیم فروش شما بیشتر خواهد شد.

۲. شناختن طرز فکر مشتری

اگر اولین بار است که می‌خواهید به مشتریان SMB چیزی بفروشید، بهتر است زمانی را برای شناختن مشتری اختصاص دهید و طرز فکر آنها را درک کنید. وقتی به درک درستی از نیازها، خواسته‌ها و چالش‌های آنها رسیدید، ساختن یک رابطه با مشتری و در نهایت بستن معامله با او کار راحتی خواهد شد.



برای مثال کسب و کارهای متوسط و کوچک بیشتر از کسب و کارهای بزرگ بحث جریان مالی برایشان اهمیت دارد. در این شرایط شما باید شرایط پرداخت منعطف را برای آنها فراهم کنید و به آنها توضیح دهید که چطور با استفاده از خدمات و محصولات شما می‌توانند درآمد خود را در مدت زمانی کوتاه، افزایش دهند.

۳. مشتری را با اصطلاحات تخصصی سردرگم نکنید

تصویر کنید شما صاحب یک کسب و کار هستید که با تبلیغات کلیک‌ای آشنا نیست. با یک آژانس تبلیغاتی تماس می‌گیرید و می‌خواهید تبلیغات کلیک‌ای گوگل را آغاز کنید. اما آنها به شما



می‌گویند که:

« بله حتماً ما کمکتان می‌کنیم که اینکار را انجام دهید. ما در انواع تبلیغات **PPC** گوگل مثل CPA و ROAS تجربه داریم. بهتر است اول یک تست A/B انجام دهیم و ببینیم برای شما چه گزینه‌ای بهتر است. ممکن است در ماه اول با CPA های بالایی مواجه شویم ولی قطعاً می‌توانیم CTR شما را افزایش دهیم تا در طولانی مدت CPA شما را پایین بیاوریم...»

بعد از شنیدن این صحبت‌ها به احتمال زیاد شما سردرگم، تحت فشار و گیج خواهید بود. پس شما به عنوان فروشنده هم نباید چنین فشاری را به مشتری خود بیاورید. کسب و کارهای SMB به اندازه شرکت‌های تجاری بزرگ، متخصص، منابع و ابزارهای لازم را ندارند. وقتی با آنها مذاکره می‌کنید، به زبان ساده و واضح صحبت کرده و مشتری خود را با اصطلاحات تخصصی گیج نکنید.

۴. خیال مشتری را راحت کنید

به طور کلی کسب و کارهای متوسط و کوچک ریسک کمی را قبول می‌کنند. چرا که بسیاری از آنها تازه کار خود را شروع کرده‌اند و هر



هزار تومانی برای آنها ارزشمند است.

به خاطر داشته باشید که باید هرکاری می‌توانید انجام دهید تا خیال آنها آسوده باشد که قرار نیست به ماشین پرداخت پول تبدیل شوند. می‌توانید به آنها:

- یک نسخه رایگان از محصول خود را پیشنهاد دهید
- تضمین برگشت پول در صورت نارضایتی بدهید
- به جای بستن قرارداد سالانه، پرداخت ماهیانه درخواست کنید
- نظرات مشتریان قدیمی را در اختیارشان بگذارید و اعتماد آنها را جلب نمایید

در این مطلب به ۴ تکنیک مهم برای فروش به SMB ها پرداختیم. نکات بیشتر و مثال‌های عملی در این زمینه را می‌توانید در **دوره فوق ستاره فروش راه مدیران** یاد بگیرید. برای دیدن توضیحات و سرفصل‌های دوره کافیست روی تصویر زیر کلیک کنید.



از همراه شما تا پایان این مطلب سپاسگزاریم. به نظر شما آیا این استراتژی‌ها می‌توانند در بالا رفتن فروش به شما کمک کنند؟ شما چه تجربه‌ای در این زمینه دارید که می‌توانید با ما به اشتراک بگذارید؟ در بخش نظرات برای ما بنویسید.

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پرکردن فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

[align="center" class="" type="info" width="100%"]این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/align]



[""=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/]