با یادگیری این نکات، هر محصول یا سرویسی را به مشتریان بفروشید!

محصولات معمولاً همان راه‌حلی هستند که مشکل مشتریان را حل می‌کنند. با اینکه فروش محصول به این خاطر که قابل لمس است نسبت به فروش سرویس مزایایی دارد اما لزوماً آسان‌تر نیست. در این مقاله از راه مدیران به طور خاص به موضوع فروش محصول و سرویس خواهیم پرداخت و نکاتی مهم درباره هرکدام را بررسی خواهیم کرد. با ما همراه باشید.

۳ نکته مهم در فروش محصول

برای موفق بودن در فروش محصول مشتریان باید قانع شوند که چرا محصول شما گزینه بهتری از سایر رقبا است. با رعایت نکات زیر تا حد زیادی می‌توانید مسیر موفقیت فروش محصول را طی کنید.

۱. روی نیازهای مشتریان تمرکز کنید

در مقالات قبلی راه مدیران توضیح دادیم که شما باید روی نقاط درد یا نیازهای مشتریان تمرکز کنید و ببینید چطور می‌توانید از طریق فروش محصول خود به آنها این نیازها را برطرف نمایید. در هنگام معرفی و فروش محصول نکته بسیار مهم این است که نیازها و خواسته‌های مشتری را در اولویت قرار دهید.

۲. روی ویژگی‌های اختصاصی یا جذاب محصول تاکید کنید

فروش محصول یعنی دادن چیزی قابل لمس و قابل دیدن به مشتری (مگر پای نرم افزار در میان باشد). به علاوه فرصتی به مشتری خواهید داد که تا بتواند محصول شما را با رقبا مقایسه کند. روی اینکه چه ویژگی‌هایی محصول شما را از سایرین متمایز می‌کند تاکید داشته باشید. دلایلی بیاورید که چرا ویژگی‌های محصول شما بهبودهایی نسبت به محصولات رقبا دارند که

می‌توانند نتایج بهتری برای مشتری به دنبال داشته باشند.

۳. از پیش نمایش یا ارائه بیشترین بهره را ببرید.

یکی از مزیت‌های فروش محصول این است که نشان دادن نحوه کار و عملکرد آن به مشتریان ساده‌تر خواهد بود. مشتری می‌تواند خود محصول را از نزدیک ببیند و شما هم ارزش‌های آن را به او در عمل نشان دهید. قرار نیست مشتریان حدس بزنند که چطور باید محصول شما کار کرد یا اینکه چگونه می‌تواند به آنها کمک کند. بلکه می‌توانند این موضوع را از نزدیک ببینند.

در هنگام فروش محصول هم در لحظه اجازه دهید مشتری لذت تجربه کار کردن با آن را بچشد هم مزایای محصول را به مشتری توضیح دهید. بیشتر مردم وقتی یک خودروی جدید می‌خرند می‌خواهند قبل از تصمیم‌گیری حتماً یکبار با آن رانندگی کنند. آنهایی که نرم افزاری می‌خرند هم می‌خواهند رابط کاربری آن را ببینند و قبل از خرید با آن کار کنند. این فرصت شماست تا محصول خود را به بهترین شکل ارائه کنید.

۳ نکته مهم در فروش سرویس

با اینکه فروش محصول ممکن است بیشتر نیاز به مراوده داشته باشد اما فروش سرویس نیاز به جزئیات بیشتری دارد. بدون داشتن

یک محصول قابل لمس، شما در واقع بینش و تصوری از سرویس خود را به مشتری ارائه می‌کنید تا او را مجاب نمایید که از طریق آن، زندگی یا کسب و کارش بهبود خواهد یافت.

۱. به جای فروش، روی ایجاد رابطه تمرکز کنید

ممکن است دور از عقل به نظر برسد که به جای فروش محصول یا سرویس روی ایجاد رابطه با مشتری تمرکز کنید؛ اما همین ساخت رابطه می‌تواند بسیار مهم باشد. بسیاری از مردم قرار نیست در همان قرار اول یا به محض اینکه سایت‌تان را می‌بینند از شما چیزی بخرند. پس فکر نکنید که با همان ارائه اول قرار است به فروش برسید. به جای آن به ایجاد یک رابطه بلندمدت بیندیشید که نتیجه آن فروش محصول یا سرویس شما باشد.

برای شناسایی خواسته‌ها و نیازهای مشتریان باید سوال بپرسید. از این طریق است که می‌توانید متوجه شوید کدام ویژگی‌های سرویس شما ممکن است برای یک نیاز خاص مشتری مفید باشد. مشتریان باید به این باور برسند که شما صلاح آنها را می‌خواهید و قصدتان صرفاً فروش محصول یا سرویس خودتان نیست. بلکه نیاز آنها را در اولویت قرار داده‌اید.

۲. از اظهار نظر مثبت مشتریان برای اعتمادسازی استفاده کنید

وقتی مشتریان سرویسی را می‌خرند اینکار را بر اساس موفقیت احتمالی که برایشان در پی خواهد داشت انجام می‌دهند. هیچ

محصول قابل لمسی وجود ندارد که بخواهند به عنوان مرجع به آن تکیه کنند. پس اگر در حال حاضر مشتریانی دارید که از سرویس شما راضی هستند از آنها بخواهید که نظر مثبت خود را جایی ثبت کنند. این کار که تستمونیال گفته می‌شود کمک می‌کند تا مشتری احتمالی شما راحت‌تر به کسب و کارتان اعتماد کند. خصوصاً اگر برند شناخته شده‌ای از مزایای استفاده از خدمات شما صحبت کند.

با تستمونیال‌ها خریداران بالقوه می‌توانند خودشان را به عنوان یک مشتری خوشحال و راضی ببینند. آنها خواهند دید که آیا سازمان آنها طرح کسب و کار یا بیزینس مدل مشابهی دارد و درک بهتری از نحوه عملکرد سرویس شما خواهند داشت. تستمونیال به اعتمادسازی کمک می‌کند و کسب و کار شما را معتبر و متخصص جلوه خواهد داد. در نتیجه باعث خواهد شد مشتریان شما را در بین رقبا انتخاب کنند.

۳. روی مزایای خدمات خود تاکید کنید

شما می‌توانید هرچقدر می‌خواهید درباره اینکه سرویس‌تان چقدر فوق‌العاده است سخن بگویید. اما اگر نتوانید مشتری را ترغیب به خرید کنید، فقط وقت خود را تلف کرده‌اید. وقتی رابطه خوبی با مشتریان احتمالی ساختید و متوجه شدید که مشکل آنها چیست، می‌توانید با توضیح بیشتر درباره سرویس خود بگویید که چطور نیازهای آنها را برطرف خواهید کرد. آیا فرایندی وجود دارد که

سرویس شما می‌تواند ساده‌سازی کند؟ آیا استفاده از خدمات شما برای آنها منفعت مالی یا صرفه‌جویی در وقت به دنبال خواهد داشت؟ اگر بله، راجع به آن صحبت کنید و توضیحات دقیق‌تر درباره چگونگی آن بدهید.

فروش محصول یا سرویس موفق تا حد زیادی بستگی به این دارد که چطور درباره ارزش آنها به مشتری توضیح خواهید داد. باید به آنها کمک کنید تا بتوانند تصور کنند که چگونه سرویس شما به بهبود زندگی یا کسب و کارشان منجر خواهد شد.

چگونه هرچیزی را آنلاین بفروشیم؟

فروش محصول یا سرویس ممکن است به صورت آنلاین اتفاق بیفتد. در این شرایط استراتژی‌های فروش ممکن است متفاوت از چیزی باشد که تاکنون می‌دانسته‌اید. در بخش پایانی این مقاله به سراغ ۱۰ تکنیکی خواهیم رفت که برای فروش محصول یا سرویس به صورت آنلاین به کارتان می‌آیند.

۱. درباره صنایع مختلف تحقیق کنید

پیدا کردن محصول درستی برای فروش ممکن است در ابتدا کار آسانی به نظر برسد. اما پستی بلندی‌هایی در این مسیر وجود دارد. هر کسب و کار جدیدی خصوصاً آنهایی که فروش محور هستند،

باید قبل از شروع کار خود حتماً تحقیقات گسترده انجام دهند.

اول درباره صنعتی که قصد ورود به بازارش را دارید تحقیق کنید. می‌توانید این تحقیقات را دقیق‌تر انجام دهید تا بازار هدف را به خوبی بشناسید. همچنین با بازیگران اصلی این بازار که قرار است با آنها رقابت کنید آشنا شوید و پتانسیل کسب و کار خود را بسنجید. از منابع معتبر مانند Pew Research برای شروع استفاده کنید.

۲. محصول یا سرویس خود را انتخاب کنید

مرحله بعدی باید انتخاب کنید آیا قصد فروش محصول دارید یا فروش سرویس. وقتی با مشتری وارد گفتگو می‌شوید هر کدام از این گزینه‌ها ممکن است جهت مکالمه را به سمت دیگری ببرند و نیازهـای مختلفـی از مشتـری را شامـل شونـد. محصـولات معمـولاً می‌تواننـد بـدون تعامـل رو در رو هـم فروختـه شونـد امـا فـروش خـدمات نیـاز بـه گفتگـوی حضـوری بـا نماینـده‌ای از شرکـت دارد کـه بتواند عملکرد آن را توضیح دهد.

برای فروش محصول باید هزینه‌های حمل و نقل، طراحی سایت و زنجیـره تـامین را درنظـر بگیریـد. بـرای فـروش خـدمات بایـد روی زمان‌بندی، مدیریت پروژه و کنترل کیفیت تمرکز کنید.

۳. مشتری هدف را مشخص نمایید

تا اینجای کار صنعت و محصولی که قرار است ارائه دهید را انتخاب کرده‌اید. اما به چه کسی قراره بفروشید؟

شناسایی مشتری هدف چالشی است که بیشتر فروشندگان با آن مواجه هستند. اما این چالش به آنها اجازه می‌دهد تا نقاط درد و نیازهای خریداران احتمالی را به سرعت پیدا کنند و خود را برای ارائه به مشتری آماده نمایند. مهمترین نکته درباره فروش محصول به صورت آنلاین این است که می‌توانید همانطور که مشتری هدف خود را بازتعریف می‌کنید، بارها ارائه متفاوتی داشته باشید. اگر متوجه شدید که یکی از مخاطبین شما به سراغ رقبا رفته است اما

دیگری خرید محصول از شما را انتخاب کرده، می‌توانید اختلاف بین این دو را متوجه شوید.

۴. قیمت‌گذاری کنید

برای یک فروشنده حرفه‌ای هرچیزی قابل مذاکره است. اما به این معنا نیست که هر قیمتی خواستید برای فروش محصول یا سرویس خود در نظر بگیرید. قیمت محصولی که می‌فروشید بستگی به هزینه تولید و حاشیه سودی که برای آن درنظر گرفته‌اید دارد. این موضوع نه تنها از کسب و کار شما محافظت می‌کند بلکه مشتری هم متحمل هزینه غیرضروری نخواهد شد. با یک تعرفه مشخص می‌توانید روی قیمت مذاکره کنید و بسته به نیازهای مشتری به یک نقطه مشترک برسید.

۵. یک پلتفرم فروش انتخاب کنید

همیشه برای فروش محصول یا سرویس نیاز به وب سایت اختصاصی ندارید. بسیاری از شرکت‌های B۲B از طریق پلتفرم‌هایی مانند آمازون، شاپیفای یا Etsy فروش خود را انجام می‌دهند. گرچه پیشنهاد ما این است که سایت خود را داشته باشید. فارغ از کانالی که برای فروش محصول یا سرویس خود استفاده می‌کنید، باید راهی در اختیار مشتریان احتمالی قرار دهید تا از طریق آن بتوانند قبل از شروع فرایند فروش درباره شما، شرکت و محصول‌تان تحقیق

کنند.

۶. سرنخ تولید کنید

تحقیق درباره صنعت، انتخاب مشتری هدف، قیمت گذاری و ساخت یک وب سایت تنها شروع فرایند فروش محصول یا سرویس به صورت آنلاین است. حالا نوبت به تولید سرنخ می‌رسد. اگر تیم مارکتینگ دارید اینجا مرحله‌ای است که باید وارد کار شوند. اما اگر همه کارها به عهده خودتان است به سراغ فعالیت‌های کم هزینه و پربازخورد مثل ایمیل مارکتینگ، دیجیتال مارکتینگ محلی و یافتن مشتریان احتمالی در لینکدین بروید.

۷. ارائه خود را آماده کنید

تصور کنید جلوی اولین مشتری احتمالی خود نشسته‌اید. او داوطلبانه فرمی را روی سایت شما پر کرده و این قرار ملاقات تنظیم شده است. آیا برای فروش محصول یا سرویس به او آماده هستید؟

ممکن است از همان ابتدا وسوسه شوید که فروش محصول یا سرویس را آغاز کنید. اما در مقابل این وسوسه بایستید. یک ارائه مناسب آماده کنید که تمام بخش‌ها را شامل شود. حتی اگر مشتری از قبل با خرید این محصول موافق است باز هم این وظیفه شماست که همه چیز را با آنها درمیان بگذارید.

اینکه چطور در جلسه ملاقات ظاهر شوید می‌توانید تاثیر طولانی مدتی روی آنها به عنوان یک مشتری بگذارد. ارائه خود را کوتاه نگه دارید و سر اصل مطلب بروید. همچنین زمان برای پاسخ دادن به سوالات مشتری نیز در نظر بگیرید.

۸. معامله را ببندید

کار تقریباً تمام است. بستن معامله مرحله بعدی کار شما خواهد بود که برای فروشندگان تازه‌کار احتمالاً بسیار شگفت‌انگیز خواهد بود. اینکار ممکن است به سادگی همراهی کردن مشتری تا صندوق برای تکمیل خرید باشد یا نیاز باشد تا از مشتری بخواهید چندین قرارداد را امضا کند. در هر صورت، مهم است که این معامله را به صورت رسمی ببندید.

۹. محصول یا سرویس را تحویل دهید

روش‌های ارسال یا تحویل بستگی به محصول و سرویس شما دارد. اما نکته در اینجاست که باید در سریع‌ترین زمان ممکن اتفاق بیفتد. اگر محصول شما نیاز به نصب دارد، مشتری را در فرایند آن همراهی کنید. اگر دریافت خدمات برای مشتری زمان‌بر خواهد بود، از سیستم نوبت‌دهی استفاده کنید تا مشتری دقیقاً بداند چه زمانی امکان دریافت سرویس را دارد.

هر فعالیتی که بتوانید برای سرعت بخشیدن به فرایند تحویل محصول یا سرویس انجام دهید از شما برند بهتری خواهد ساخت. فراموش نکنید که باید روی مشتری تاثیر مثبت بگذارید تا او در آینده نزدیک خدمات یا محصولات شما را به دیگران پیشنهاد کند.

۱۰. از مشتریان بخواهید که شما را معرفی کنند

درباره تستمونیال و نظرات مثبت مشتری در این مقاله توضیح دادیم. این مرحله را شاید بتوان آخرین مرحله فرایند فروش محصول یا سرویس در نظر گرفت. اینکه از مشتریان بخواهید شما را به دیگران معرفی کنند به این معنا خواهد بود که از خدمات‌دهی شما راضی بوده‌اند و تجربه کاربری خوبی ایجاد کرده‌اید.

اگر جایی معرفی شدید، فرصت را از دست ندهید. خود را به این مشتریان احتمالی جدید معرفی کنید و توضیحات لازم را به آنها بدهید. نترسید از اینکه از افرادی جدیدی که با شما تماس می‌گیرند بپرسید که چطور با شما آشنا شده‌اند. اینکار نه تنها به شما اعتبار بیشتری می‌دهد بلکه سر صحبت را با افرادی که نمی‌شناسید باز می‌کند. تعریف و تمجید مشتریان قبلی بسیار تاثیرگذارتر از هر ارائه شما خواهد بود. مردم به دوستان خود اعتماد بیشتری نسبت به فروشندگان دارند.

کلام آخر

با اینکه نکات گفته شده درباره فروش محصول و سرویس در این مقاله می‌توانند برای تقریباً هر موضوعی مورد استفاده قرار گیرند اما توصیه می‌کنیم بسته به نوع محصول یا خدمتی که ارائه می‌کنید، آنها را شخصی‌سازی نمایید. راه مدیران هم در این مسیر در کنار شماست تا بتوانید کاربردی‌ترین ترفندها و تکنیک‌های فروش و بازاریابی تلفنی را بیاموزید و به کار ببندید.

https://rahemodiran.com/%d۸%a۷%d۸%b۳%d۸%aa%d۸%b۱%d۸%a۷%d۸%aa%da%۹۸%db%۸c-/%d۸%a۷%d۸%b۱%d۸%ac%d۸%a۷%d۸%b۹

[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/]