۲ مانع فروش و چگونگی رفع مانع فروش؟

مانع فروش می توانند در موارد زیر خلاصه شود. برخی افراد بر این باورند که بزرگترین مانع فروش قیمت است، اما ما کاملاً با این نظر مخالفیم. اجازه دهید دلیل آن را به شما بگوییم. مشتری بالقوه معمولاً اعتراض قیمت را در طول یا بعد از اولین دیدار و تماس شما با آنها بیان می‌کند. اما بزرگترین مانع فروش معمولاً قبل از اینکه حتی اولین جلسه شما را بدست آورید، رخ می‌دهد و بسیار بیشتر اتفاق می‌افتد.

یک فروشنده محصولات خود را معرفی می‌کند و مشتری بالقوه با چیزی شبیه به ما در حال حاضر این محصول را از تامین کننده X

دریافت می‌کنیم و از آنها راضی هستیم پاسخ می‌دهد.

این مشتری بالقوه به وضوح در حالت خرید وضعیت موجود قرار دارد و شما تا به حال می‌دانید که داغترین مشتری بالقوه - کسانی که ۱۰ برابر بیشتر از شما خرید می‌کنند - تصمیم گیرندگان در وضعیت خود نارضایتی هستند. به طور کلی، توصیه ما این است که آنقدر با این تصمیم گیرندگان تماس بگیرید تا زمانی که یک رویداد محرک آنها را از وضعیت موجود ناراضی کند.

حال سوال پیش می‌آید که چگونه می‌توانم رویدادهای محرک ایجاد کنم که یک تصمیم گیرنده را از تامین کننده یا راه حل فعلی خود ناراضی کنم؟

چگونه از پس مهمترین مانع فروش بربیاییم؟

برخی می‌گویند پاسخ این است که وضعیت موجود آنها را به چالش بکشید. تنها مشکل این رویکرد این است که اگر کسی قبلاً با یک تامین کننده رابطه کاری داشته باشد، احتمالاً ایده‌های شما را "قرض" خواهد گرفت و از تامین کننده فعلی خود می‌خواهد که همان کار را انجام دهد.

با این حال، اگر رابطه خوبی با تصمیم گیرنده دارید، یا نگران نیستید که ایده شما را بگیرند و آن را به یک فروشنده که رابطه بهتری با آنها

دارد بدهید، دو سوال زیر را برای ایجاد نارضایتی امتحان کنید. این سوالات می‌توانند به شما کمک کنند تا مشتری بالقوه را در مورد نقاط ضعف وضعیت فعلی خود آگاه کنید و به آنها انگیزه دهید تا به دنبال راه حل‌های جدیدی باشند.

۱. آیا تامین کننده فعلی شما تا به حال شما را ناامید کرده است؟

اگر مشتری بالقوه پاسخ مثبت داد، درباره تأثیر آن ناامیدی سؤال کنید و اجازه دهید آنها توضیح دهند.

وقتی صحبت کردن آنها تمام شد، قبل از پرسیدن سؤال دیگری شش ثانیه صبر کنید. اغلب، طرف مقابل با سکوت شما احساس ناراحتی کرده و شروع به توضیح بیشتر در مورد مشکل خواهد کرد.

اگر بعد از شش ثانیه اطلاعات بیشتر را داوطلبانه ارائه داد، آخرین دو یا سه کلمه آنها را با لحن کنجکاو تکرار کنید. به عنوان مثال، اگر گفتند ما در تحویل محصولات خود به موقع مشکل داشتیم، شش ثانیه صبر کنید. سپس، به سادگی بپرسید به موقع؟ سپس مشتری بالقوه اطلاعات بیشتری در مورد مشکل و تأثیر آنچه اتفاق افتاده است به شما خواهد داد.

بعد از توضیحات مشتری، مکالمه را با سوالات زیر ادامه دهید:

- چه کاری انجام داده‌اند تا از تکرار این اتفاق جلوگیری کنند؟
- برای به حداقل رساندن تأثیرات این اتفاق در صورت بروز مجدد،، چه کاری انجام کرده‌اند؟

وقتی بیشتر در مورد این مشکل اطلاعات کسب کردید، از آنها بپرسید آیا می‌خواهند با تامین کننده قابل اعتمادتری همکاری کنند که مجددا با چنین مشکلی مواجه نشوند؟

اما اگر تامین کننده فعلی مشتری شما، هرگز آنها را ناامید نکرده است، با سوال زیر مکالمه خود را شروع کنید.

۲. تصور کنید اتفاقی برای تامین کننده فعلی شما افتاده که باعث شود دیگر هرگز نخواهید با آنها کار کنید. در این شرایط چه نوع تامین کننده‌ای را دنبال خواهید کرد؟

بعد از پرسیدن این سوال مشتری بالقوه ویژگی‌ها و نیازمندی‌هایش را لیست می‌کند. در همین حین که این ویژگی ها را برای شما بازگو می کنند احتمالاً با خودشان فکر خواهند کرد که تامین کننده فعلی این نیازهای آنها را پاسخ نمی دهد. حالا شما فرصتی ایجاد کرده و بدون اینکه نگران باشید مشتری ایده‌های شما را بگیرد و آنها را به تامین کننده فعلی خود بدهد، نظر او را جلب کرده‌اید.

مانع فروش

کلام آخر

بعد از مرور این نکات حالا می‌دانید که چگونه بر بزرگترین مانع فروش غلبه کنید. وقتی می‌شنوید ما از فروشنده X خدمات می گیریم و از آنها راضی هستیم، کافی است از تصمیم گیرنده بخواهید که دو دقیقه از وقت او را بگیرید تا چند سوال سریع بپرسید. در مقالات قبلی راه مدیران می توانید اسکریپت های حرفه ای برای پیشبرد صحبت ها با مشتری احتمالی را ببینید و از آنها استفاده کنید.

همچنین برای ارتباط بیشتر با راه مدیران می توانید از طریق سایت و یا شماره های مرتبط در تماس 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/]