۹ روش برای پاسخ به درخواست مشتری برای تخفیف

تخفیف دادن می‌تواند باعث سریع‌تر شدن فرآیند بستن معامله شود. ارائه تخفیف بین طرفین معامله حسن نیت ایجاد می‌کند و به فروشنده اهرمی جهت مذاکره قیمت‌گذاری می‌دهد. اما تخفیف تنها در صورتی تاثیرگذار خواهد بود که به صورت استراتژیک به مشتری احتمالی پیشنهاد شود. تخفیف‌های گاه و بیگاه و بدون برنامه تاثیرگذاری کمتری خواهد داشت. در این مقاله از راه مدیران به بررسی ۹ روش برای پاسخ به درخواست تخفیف از سوی مشتری را باهم بررسی خواهیم کرد.

> پیشنهاد تخفیف و پایین آوردن قیمت قبل از مذاکره می‌تواند پیامدهای منفی داشته باشد.

۱. ممکن است مشتری احتمالی ارزش کالا یا خدمات شما را پایین‌تر از آنچه هست متصور شود، بنابراین ارائه تخفیف بی‌تاثیر خواهد شد.
۲. تمرکز از ارزش محصول/خدمات به قیمت آن‌ها تغییر می‌کند. مشتریان احتمالی به جای فکر کردن در مورد تاثیر محصول بر حل مشکلاتشان، به قیمت و مقدار هزینه‌ی آن توجه می‌کنند.
۳. با ارائه تخفیف قبل از مذاکره، قدرت چانه زنی خود را از دست خواهید داد.

اگر در مراحل اولیه فرآیند فروش و قبل از جلسه‌ی مذاکره‌ی اصلی به مشتری تخفیف بدهید، در واقع فرصت درخواست مشتری برای تخفیف را از دست خواهید داد. در واقع تخفیف پیش از موعد، در مذاکره‌ی فروش به نفع شما نخواهد بود و مشتری مجددا زمانی که جلسه‌ی تنظیم قرارداد فرا برسد، مجددا از شما درخواست تخفیف خواهد کرد.

البته باید توجه داشته باشید که پاسخ به درخواست مشتری برای تخفیف در جلسه مذاکره چالش برانگیز است. در واقع باید راهی را

انتخاب کنید تا انتظارات مشتری را بدون از بین بردن حاشیه سود خود برآورده کنید. اگر در تلاش برای یافتن کلمات مناسب هستید، می‌توانید از پاسخ‌هایی که در ادامه می‌آوریم استفاده کنید. از این موارد در طول مکالمه‌ی فروش خود با مشتری احتمالی جهت پاسخ به درخواست مشتری برای تخفیف استفاده کنید.

نحوه‌ی مذاکره با مشتریان در مورد قیمت و درخواست تخفیف در طول مکالمه فروش

۱. در مکالمه فروش قبل از اینکه در مورد تخفیف صحبت کنید، باید ببینید مشتری به دنبال چیست، اینگونه می‌توانید قیمت دقیق‌تری را ارائه دهید.

اگر قیمت محصول یا خدمات شما تا حد زیادی به نیازها و موقعیت مشتری احتمالی بستگی دارد، پس برای بحث در مورد تخفیف‌ها خیلی عجله نکنید. بدون دانستن ارزش نهایی معامله، نمی‌توانید نرخ تخفیف را به گونه‌ای تعیین کنید که هم مشتری را راضی کند و هم حاشیه سودتان حفظ شود. برای مثال می‌توانید بگویید.

> سلام جناب احمدی

بله من حتماً درخواست شما را در نظر می‌گیرم. قبل از اینکه در

مورد تخفیف صحبت کنیم مایلم با دغدغه‌های شما بیشتر آشنا شوم تا بتوانم بهترین راهکار را به شما توصیه کنم. فکر می‌کنم آخر این هفته باید یک تماس ۳۰ دقیقه‌ای با هم داشته باشیم. تمایل دارید برای چهارشنبه یا پنج شنبه یک جلسه را با هم هماهنگ کنیم؟

بی‌توجهی شما به سوال مشتری نشان دهنده‌ی این است که بیش از مشتری به برنامه‌های خودتان اهمیت می‌دهید. بنابراین بهتر است از مشتری احتمالی تشکر کنید و جلسه‌ی مذاکره را به زمان دیگری موکول کنید.

۲. تمرکز مکالمه را به جای قیمت به ارزش محصول یا خدماتتان معطوف کنید

در مکالمه‌ی فروش و پاسخ به درخواست مشتری برای تخفیف همیشه ایراداتی وجود دارد که غیر قابل اجتناب هستند. اگر مشتری بلافاصله پس از آگاهی از قیمت، به شما درخواست تخفیف داد، بنابراین این احتمال وجود دارد که خرید به قیمت اصلی برای ایشان مقدور نباشد. بنابراین مشتری احتمالی تلاش می‌کند بفهمد که آیا شما تخفیف مازادی را در نظر خواهید گرفت یا خیر، و اگر مخالفت کنید به احتمال زیاد از خرید منصرف می‌شود.

از طرف دیگر ممکن است مشتری احتمالی قادر به پرداخت نرخ عادی باشد، اما در صورت امکان تمایل به دریافت تخفیف دارند. بنابراین تا جایی که ممکن است تمرکز مکالمه را به صحبت در مورد ارزش محصول یا خدمات خود معطوف کنید. این مورد به شما کمک می‌کند تا انگیزه‌ی خرید را تغییر دهید.

حین ارائه فروش یا نمایش محصول

۳. "قطعا می‌توانیم در مورد ارقام خاص صحبت کنیم، اما بهتر است ابتدا مطمئن شویم که راه حل و اقدام مناسب

برای رفع نیازهای شما چیست"

در این مرحله از مکالمه‌ی فروش و پاسخ به درخواست مشتری برای تخفیف، بهتر است در نظر بگیریم که درخواست تخفیف معمولا نشان دهنده‌ی تمایل مشتری احتمالی برای خرید است. اکنون زمانی است که مشتری به وضوح به خرید محصول یا خدمات تمایل نشان داده و به جزئیات خرید فکر می‌کند. با این حال بهتر است به درخواست تخفیف قول آن‌ها قولی ندهید. پذیرش درخواست تخفیف مشتری با اشتیاق زیاد نشان دهنده‌ی تمایل شما به ادامه‌ی معامله طبق شرایط مشتری است که این مورد در جریان مذاکره فروش به نفع شما نخواهد بود.

همچنین ممکن است مشتری احتمالی فکر کند که در ارزش گذاری محصول یا خدمات شما دچار مشکل شده است. بهتر است از این پاسخ برای به تاخیر انداختن مکالمه استفاده کنید. البته نباید بگویید که قصد تخفیف دادن ندارید، اما به مشتری احتمالی یادآوری می‌کنید که قصد شما رفع نیاز ایشان است.

مذاکره فروش

۴. "آیا می‌توانم بپرسم چرا به دنبال تخفیف هستید؟ "

یورگن آپلو، نویسنده و سخنران، توصیه می‌کند که از یک پاسخ ساده و موثر هنگام مذاکره فروش با مشتریان احتمالی که به خاطر

قیمت درخواست تخفیف می‌کنند، استفاده کنید. یورگن توضیح می‌دهد که مشتری هنگام درخواست تخفیف، تصور می‌کند که قیمت بالاتری برای محصول در نظر گرفته شده و در صورت چانه زنی امکان رسیدن به قیمت مناسب‌تر وجود دارد. در صورت استفاده از پرسشی ساده می‌توان سمت و سوی مکالمه‌ی فروش را به نحوی پیش برد که مشتری احتمالی تمام مبلغ مورد نظر را پرداخت نماید.

سلام جناب احمدی

آیا می‌توانم بپرسم که چرا به دنبال تخفیف هستید؟ مایلم در مورد بودجه‌ای که برای خرید از ما در نظر گرفته‌اید بیشتر بدانم تا بتوانم راه حل مناسب تری را به شما پیشنهاد بدهم. خوشحال می‌شوم که فردا مجددا با شما در این مورد صحبت کنم.

البته توجه داشته باشید که به مشتریانی که درخواست تخفیف می‌کنند، "نه" نگویید. مشتری احتمالی ممکن است دلایل خوبی برای گرفتن تخفیف داشته باشند، اما اکثر این دلایل در جهت این است که ارزش محصول را پایین بیاورند.

۵. می‌توانم به شما X درصد تخفیف بدهم البته در صورتی که (چگونگی شرایط پرداخت خود را بیان کنید)

این نکته را به یاد داشته باشید که پاسخ به درخواست مشتری برای تخفیف، باید با سازش و مصالحه همراه باشد. درصد تخفیفی را پیشنهاد دهید که برای طرفین معامله مناسب باشد، حاشیه سود خود و شرایط مشتری احتمالی را حتما لحاظ کنید. این مورد فرصت خوبی را ایجاد می‌کند تا در مورد سایر شرایطی که در نظر دارید، مثل نحوه پرداخت به صورت قسطی یا نقدی یا دریافت تضامین یا اسناد اعتباری صحبت کنید.

۶. چه نوع تخفیفی منطقی است؟

می‌توانید از پاسخ مشتری برای طرح سوال استفاده کنید. فرض کنید قیمت محصول شما ۱۰۰ میلیون تومان است، خریدار از شما درخواست ۱۵ درصد تخفیف را دارد. از او بپرسید که آیا فکر می‌کند ۱۰۰ میلیون تومان برای این محصول زیاد است یا اینکه نمی‌خواهد بیشتر از ۸۵ میلیون تومان پرداخت کند. این مورد تعیین می‌کند که مشتری احتمالی خریدار واقعی محصول است یا خیر و اینکه اگر قصد خرید واقعی محصول را دارد بنابراین بودجه‌ی مورد نیاز برای آن را ندارد. در صورت درستی مورد دوم می‌توانید گزینه‌هایی با قیمت مناسب‌تر را پیشنهاد دهید. البته بهتر است که تفاوت‌های محصول ارزان‌تر را ذکر کنید تا مشتری متوجه ارزش محصول اصلی بشود.

در صورت به کار گرفتن این تکنیک، می‌تواند سرمایه و ارزش محصول خودتان را حفظ کنید. وقتی مشتری از شما جنس گران با قیمت کمتری درخواست کند، در آن صورت شما می‌توانید در مورد کیفیت محصول و ارزش آن توضیح دهید.

پاسخ به نمونه نامه درخواست تخفیف

سلام جناب احمدی

محصول فعلی که برای شما در نظر گرفته‌ایم، شامل ۱۰ سال گارانتی و خدمات پس از فروش است، اما چنانچه درخواست تخفیف دارید، محصول دیگری را به مبلغ ۸۰ میلیون تومان به شما پیشنهاد می‌کنم که البته این محصول شامل گارانتی و خدمات پس از فروش نمی‌شود و معمولا در یکسال، دو الی سه بار احتیاج به تعمیرات پیدا می‌کنند که هر بار حدود ۵ میلیون تومان برای شما هزینه دارد.

زمانی که مشتری احتمالی متوجه شود که محصول شما در دراز مدت باعث صرفه جویی در هزینه او می‌شود، احتمالا محصول اول را انتخاب می‌کند.

۷. "چه اتفاقی باید بیافتد تا پیشنهاد ما برای شما ارزشمندتر شود؟"

زمانی که قیمت را به مشتریان احتمالی پیشنهاد می‌دهید، این احتمال را در نظر بگیرید که آن‌ها بودجه خرید محصول را نداشته باشند و حتی این امکان وجود دارد که نتوانید به راحتی محصول خود را به آن‌ها بفروشید. در صورتیکه از نیاز مشتریان به کالای خودتان اطلاع داشته باشید، می‌توانید قیمت پیشنهادی خودتان را افزایش دهید یا کالا و خدماتتان را به قیمت اصلی بفروشید.

۸. برنامه اقساطی خود را پیشنهاد کنید

به هر حال ممکن است برای بعضی از محصولات یا خدماتتان قادر به ارائه تخفیف نباشید. اما در این موارد می‌توانید برنامه‌هایی مثل پرداخت اقساطی را جایگزین نمایید. چنانچه برای پرداخت مشتریان به صورت اقساطی برنامه‌ریزی کنید، می‌توانید رضایت ایشان را حتی در صورت عدم ارائه تخفیف، به دست آورید. با ارائه این مورد، ثابت می‌کنید که شرایط مشتری احتمالی برای شما مهم است و شرایط ایشان را درک کرده‌اید.

۹. آیا ممکن است ارتباط مجدد ما سه ماه دیگر باشد؟ آیا فکر می‌کنید بودجه بیشتری در سه ماه آینده خواهید

داشت؟

گاهی اوقات بودجه مشتریان برای خرید از شما کافی نیست. زمانی می‌رسد که فرصت‌های کار با مشتری که به خرید از شما تمایل نشان داده است را از دست می‌دهید. به برنامه‌های فروش جایگزین فکر کنید. سعی کنید هر دو طرف معامله را به بهترین گزینه هدایت کنید. مطمئن شوید که تمام فرصت‌ها را برای کار با مشتری احتمالی که به پیشنهاد شما تمایل نشان داده است، استفاده کرده‌اید.

سخن پایانی

با در نظر گرفتن این موارد جهت پاسخ به درخواست مشتری برای درخواست تخفیف و واکنش‌هایی که در مقابل مشتریان خود می‌توانید داشته باشید، هرگز از شنیدن واژه‌ی تخفیف از زبان مشتریان خود نمی‌ترسید. دانستن اینکه چطور تعاملی مناسب و عقلانی با مشتریان احتمالی خود داشته باشید و حتی در صورت کمبود بودجه آن‌ها، راهکار مناسبی ارائه دهید، می‌تواند رضایت مخاطبان شما را به نحو مطلوبی افزایش دهد. همچنین اگر بخواهید سایر مهارت‌های فروش خود را توسعه دهید و به عنوان یک کارشناس خبره در حوزه بازاریابی و فروش فعالیت کنید، راه مدیران کنار شما خواهد بود. دوره‌های تخصصی و کاربردی مذاکره و فروش را در سایت راه مدیران می‌توانید ببینید و از آخرین روش‌های موثر روز دنیا بهره ببرید.

[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/]