۸ روش برای اینکه فروشنده تحمیل‌گری نباشیم

تغییر چند چیز کوچک در سبک ارتباطی‌تان می‌تواند تأثیر بزرگ و فوری بر نتایج فروش شما داشته باشد. اگر میزان «فروشنده به نظر رسیدن» خود را در حین معرفی محصول کم کنید، ایجاد سرنخ‌های فروش، شروع مکالمات و برقراری روابط برایتان آسان‌تر خواهد شد.

اکثر مشتریان بالقوه از تماس‌ها و ایمیل‌های مکرر و آزاردهنده‌ی بازاریابان خسته شده‌اند. پس خودتان را به درستی معرفی کنید تا زنگ خطر "فروشنده‌ای که وقت تلف می‌کند" در ذهن آن‌ها به صدا درنیاید. هشت نکته‌ی این مقاله به شما کمک خواهند کرد تا تاثیر مثبتی روی مشتری احتمالی بگذارید. با راه مدیران همراه باشید.

۸ روش برای اینکه فروشنده تحمیل‌گری نباشیم

۱. خود را به عنوان یک مشاور یا متخصص معرفی کنید

منظور ما به هیچ وجه این نیست که خود را به طور کامل وارونه جلوه دهید یا شرایط را دستکاری کنید. اما تفاوت بزرگی وجود دارد بین عمل کردن به عنوان یک فرد حرفه‌ای که نماینده یک شرکت و مجموعه‌ای از محصولات است، با یک فروشنده‌ی پُرتَکاپویی که سعی در فروش چیزی دارد.

خود را به عنوان یک متخصص در حوزه کاری‌تان در نظر بگیرید. شما چشم‌اندازی وسیع از صنعت مشتری احتمالی خود دارید، در حالی که آن‌ها در سطح پایین‌تری قرار دارند. از دانش گرانبهای خود برای ارائه توصیه و دیدگاه‌های جدید استفاده کنید.

۱. کمتر روی شرکت و محصولات خود تمرکز کنید

هیچ چیز به اندازه صحبت طولانی در مورد شرکت و محصولات‌تان، فریاد «فروشنده‌ی کلیشه‌ای» را نمی زند. در این بخش نمونه‌ای از ساختار رایج ایمیل برای یک فروشنده‌ای که سعی در فروش چیزی دارد آورده شده است:

سلام [نام مشتری احتمالی]

من در شرکت [نام شرکت] مشغول به کار هستم و ما محصول [محصول] را ارائه می دهیم. محصول ما [توضیح در مورد محصول] را فراهم می کند.

علاقه‌مند هستم برای صحبت در مورد اینکه چگونه [محصول] می تواند به شما کمک کند، یک جلسه با شما تنظیم کنم. چه زمانی برای یک جلسه ۱۵ تا ۲۰ دقیقه‌ای برایتان مناسب است؟

با احترام،

[نام شما]

در اینجا یک نسخه‌ی اصلاح‌شده از آن پیام که با رویکرد فروش مشورت‌محور مطابقت دارد، آورده شده است:

سلام [نام مشتری احتمالی]

تجربه شرکت ما نشان داده است که کسب و کارهای حوزه‌ی

شما اغلب با چالش‌های زیر دست و پنجه نرم می‌کنند:

• [درد شماره ۱] • [درد شماره ۲] • [درد شماره ۳]

آیا برای یک جلسه‌ی کوتاه ۱۵ تا ۲۰ دقیقه‌ای در صبح سه‌شنبه یا پنج‌شنبه‌ی آینده فرصت دارید تا در مورد چگونگی کمک ما به کسب و کارهای مشابه برای رفع این چالش‌ها صحبت کنیم؟

با احترام،

[نام شما]

ایمیل دوم شاید باعث نشود مشتری احتمالی شما بگوید "بله، به این نیاز دارم" - به هر حال، این واکنش به‌ندرت اتفاق می‌افتد. اما مهم‌تر از آن، این ایمیل، علاقهٔ خریدار برای صحبت را جلب می‌کند. هنگامی که اعتماد او را جلب کردید، می توانید به طور موثر محصول خود را معرفی کنید.

۳. روی مشتری احتمالی (ایجاد مشتری بالقوه)تمرکز کنید

موضوع مکالمات خود را از شرکت و محصولات خود به مشتری احتمالی و نیازهای او تغییر دهید. مطمئن نیستید که چگونه این

کار را انجام دهید؟ سؤالات عمیقی بپرسید. نه تنها مشتری احتمالی خود را تشویق می‌کنید تا صحبت کند، بلکه در مورد موقعیت او اطلاعات بیشتری کسب کرده و جزئیات ارزشمندی جمع‌آوری خواهید کرد.

ابتدا، به چالش‌هایی فکر کنید که محصول شما ممکن است به کاهش یا حل آن‌ها کمک کند. برای هر چالش یا نقطه‌ی درد، یک یا دو سؤال در نظر بگیرید تا مشخص کنید آیا مشتری احتمالی شما در مورد آن نقطه‌ی درد خاص نگران است.

۴. مشتری احتمالی را پیش‌صلاحیت‌سنجی کنید

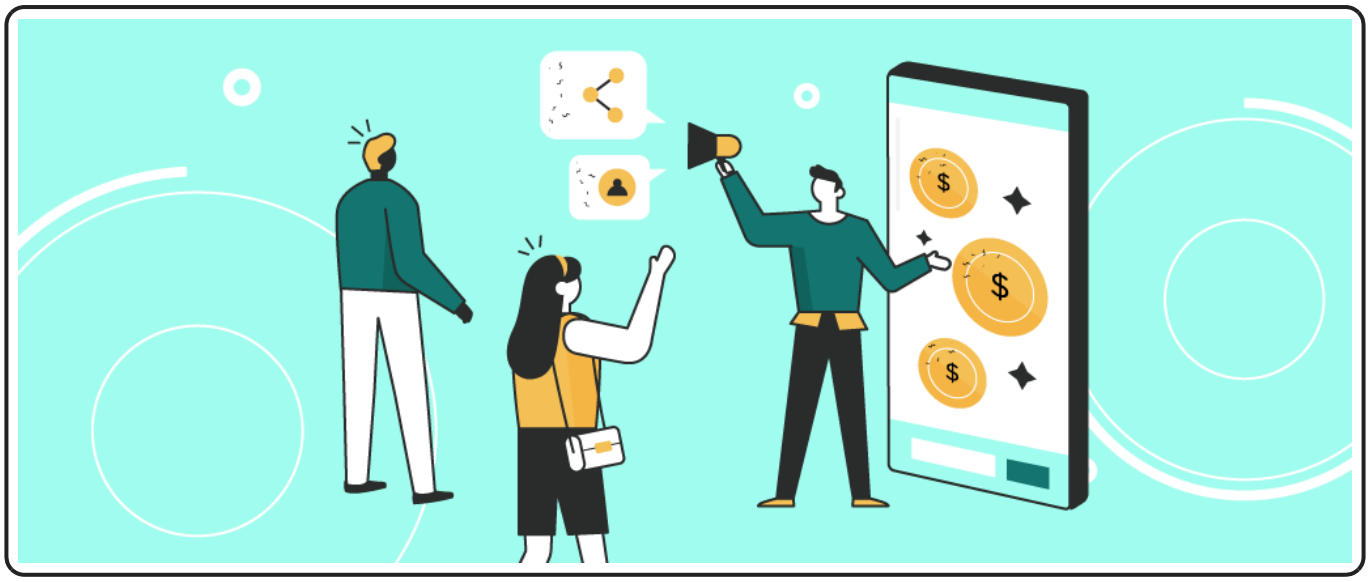
فروشندگان مشورت‌محور سعی می‌کنند مشتریان احتمالی‌ای را بیابند که به چیزی که آن‌ها می‌فروشند نیاز دارند. فروشندگان پرخاشگر سعی می‌کنند مشتریان را متقاعد کنند که به چیزی که می‌فروشند نیاز داشته باشند.

اطمینان حاصل کنید که با پرسیدن سؤالات پیش‌صلاحیت‌سنجی، خریداران مناسب را هدف قرار می‌دهید. سؤالات خوب از نقاط دردی که شما حل می‌کنید، نشأت می‌گیرند.

همچنین می‌توانید از پرسونای خریدار (buyer persona) استفاده کنید. به‌طور دوره‌ای معاملات بسته‌شده / برنده‌شده‌ی خود را بررسی

کنید تا مطمئن شوید که مشتریان واقعی‌تان با مشتریان ایده‌آل شما مطابقت دارند - آیا آن‌ها از صنایع مشابه، در شرکت‌هایی با اندازه‌ی مشابه، فروش محصولات یا خدمات مشابه و غیره هستند؟

داشتن درکی شفاف از اینکه چه کسی به محصول شما نیاز دارد، به شما امکان می‌دهد به‌صورت واقعی و با کارآیی بیشتری بفروشید.



۵. در مورد مزایا و نه ویژگی‌ها صحبت کنید

در ارائه‌ی فروش خود، مزایایی که محصول‌تان ارائه می‌دهد را، بگنجانید.

صحبت کردن در مورد عملکرد محصول و قابلیت‌هایی که ارائه می‌دهد، آسان است. اما آن قابلیت‌ها به مشتری احتمالی شما کمک می‌کند چه کاری را انجام دهد یا چه چیزی را بهبود بخشد؟

آیا محصول به مشتری احتمالی شما کمک می‌کند تا کارآمدتر کار کند، در وقت آن‌ها صرفه‌جویی شود، هزینه‌ها را کاهش یا سودآوری را بیشتر کند، درآمد را افزایش دهد یا استرس را کاهش دهد؟ بر روی این ارزش‌ها تمرکز کنید.

۶. مشتری احتمالی خود را درگیر کنید

فروشنده‌ای که می‌خواهد چیزی بفروشد، بیشتر صحبت می‌کند. با درگیر کردن مشتری احتمالی خود در تماس‌های تلفنی و جلسات، از این کار اجتناب کنید. پرسیدن سؤالات باز خوب به شما در رسیدن به این هدف کمک خواهد کرد.

۷. در صورت لزوم از ترفند رد کردن فروش (sales takeaway) استفاده کنید

در مورد میزان تناسب یا دلیل برای پیشروی، ابهام خود را بیان کنید.

برای مثال، ممکن است در ابتدای ارائه‌ی فروش چیزی شبیه به این بگویید:

> «ما به کسب‌وکارها برای افزایش درآمدشان از حساب‌های جدید کمک می‌کنیم. اما مطمئن نیستم که بتوانیم به شما به همین

> شکل کمک کنیم.»

همچنین می‌توانید از این استراتژی زمانی استفاده کنید که مشتری احتمالی نسبت به پیشروی بی‌تفاوت یا مردد به نظر می‌رسد. مثلاً بگویید:

> «شاید این چیزی نباشد که واقعاً در حال حاضر به آن نیاز داشته باشید.»

هرکسی که می‌خواهد به هر قیمتی معامله را نهایی کند، این جملات را بیان نمی‌کند - اما یک مشاور یا متخصصی که منافع مشتری احتمالی را در نظر دارد، از این ترفند استفاده می‌کند. رد کردن فروش باعث کاهش محافظه‌کاری و ایجاد اعتماد می‌شود.

۸. به آن‌ها اجازه دهید تا در مورد مراحل بعدی تصمیم بگیرند

اگر می‌خواهید کمتر شبیه یک فروشنده و بیشتر شبیه یک مشاور به نظر برسید، با پرسیدن «دوست دارید بعد از این چه کار کنید؟»

یا «از این نقطه به بعد می‌خواهید به کدام سمت حرکت کنید؟» به مشتری احتمالی کمی استقلال بدهید.

قطعاً می‌توانید چند پیشنهاد ارائه دهید، اما هنگامی که به مشتری احتمالی و تبدیل آن به (ایجاد مشتری بالقوه) اجازه دهید بدون فشار تصمیم بگیرد، مانند یک مشاور به نظر خواهید رسید. این تغییرات کوچک به شما امکان خواهد داد تا گفتگوهای بیشتری را با مشتریان احتمالی آغاز کنید و روابط قوی‌تری با آن‌ها برقرار نمایید.

شما چه نکته ای به نظرتان می رسد که به این مقاله اضافه شود؟

[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/]