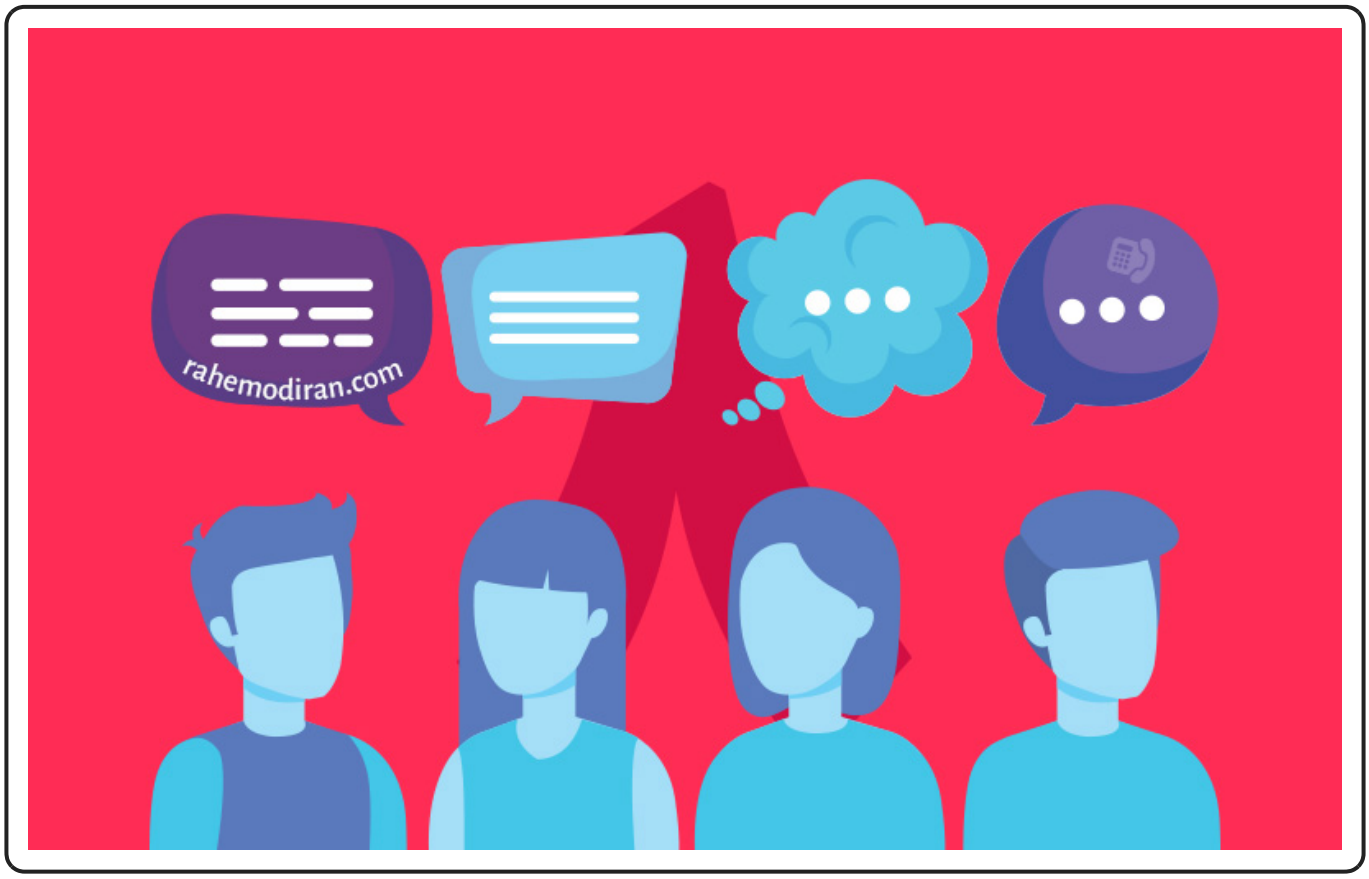

۸ سناریوی فروش برای تمرین مذاکره

سناریوهای فروش مانند بسیاری از مهارت‌ها، توانایی مذاکره شما فقط با تمرین بهبود می‌یابد. با این حال، به دست آوردن فرصت‌های تمرین مذاکره آسان نیست. در یک مذاکره واقعی با خریدار، موارد زیادی دخیل هستند. شما باید روی اهداف خود، اهداف مشتری، اعتراضات احتمالی و موارد این چنینی تمرکز کنید. علاوه بر این، تماس فروش، زمان مناسبی برای امتحان کردن یک تکنیک جدید نیست -

اگر آن تکنیک کار نکند و همه چیز بد پیش برود، ممکن است کل معامله را از دست بدهید. اینجاست که تمرین مذاکره از طریق نقش بازی کردن و تعریف کردن سناریو های مختلف، اهمیت زیادی پیدا می‌کند.

کار کردن از طریق یک سناریوی فرضی با یکی از اعضای تیم فروش یا مربی‌تان به شما فرصتی کم ریسک برای شناسایی نقاط قوت و ضعف و همینطور موانع پیش رو به شما می‌دهد. این فعالیت‌ها همچنین روش خوبی برای تمرین پاسخگویی به رویدادهای دشوار مانند درخواست‌های تخفیف غیرمنطقی یا درخواست‌های غیرمنتظره هستند.

سناریوهای فروش برای تمرین مذاکره

در این مقاله از مجله راه مدیران می‌خواهیم ۸ سناریو مذاکره را بررسی کنیم که می‌توانید برای بهبود مهارت‌های خود با همکاران یا مربیان‌تان انجام دهید:

۱. سناریوی مذاکره فروش شدید: تمرین مقابله با شرایط مبرم

بسیاری از مربیان ورزشی "ورزشکاران خود را بیش از حد تمرین

می‌دهند". آنها استدلال می‌کنند که "اگر می‌توانید شش مایل در ارتفاعات بالا بدوید، در شرایط عادی می‌توانید به راحتی سه مایل را بدوید."

همین مفهوم را می‌توان در فروش نیز اعمال کرد. هنگامی که با موفقیت در یک موقعیت شدید مذاکره کردید، از نظر ذهنی و عاطفی برای یک معامله ساده آماده خواهید بود.

این سناریو برای دو شرکت کننده طراحی شده است - یک فروشنده و یک مشتری. اگر می‌خواهید چالش بیشتری داشته باشید، فرض کنید فروشنده با دو یا چند مشتری مذاکره می‌کند.

دستورالعمل

- موقعیت‌های مذاکره شدیدی را که تا به حال تجربه کرده‌اید (مهلت زمانی محدود، معامله بزرگ، پیچیدگی‌های حقوقی و غیره) روی کاغذ بنویسید. کاغذها را مخلوط و یکی را به صورت تصادفی انتخاب کنید.
- انتخاب کنید که چه کسی نقش فروشنده و چه کسی نقش مشتری (ها) را بازی می‌کند.
- سناریو را اجرا کنید. پس از رسیدن به توافق یا رسیدن به بن‌بست، بازخورد بدهید. کدام پاسخ‌ها موثر واقع شدند؟ کدام یک ناموفق بودند؟ چگونه این برداشت‌ها را می‌توان در آینده به

کار گرفت؟

- می‌توانید مذاکره را با همان شرایط تکرار کنید یا سناریوی دیگری را از گزینه‌ها انتخاب کنید. کل تمرین را هر چند بار که می‌خواهید تکرار کنید.

اسکریپت سناریو

در این مثال، سناریو این است که مشتری به تازگی یک تامین‌کننده را از دست داده و در یک مهلت زمانی محدود دنبال یافتن یک راه حل است. می‌توانید این اسکریپت را با توجه به نیازهای فردی خود تنظیم کنید.

> مشتری: "سلام! شرکت من به تازگی قراردادش با تامین‌کننده [چیزی که کسب و کارتان ارائه می‌دهد] به پایان رسیده و ما امیدواریم که ظرف چند روز آینده بتوانیم یک قرارداد جدید با تامین‌کننده دیگری ببندیم."

فروشنده: "خوشحالم که با شما آشنا شدم! مطمئناً می‌توانم به شما کمک کنم. می‌توانم بپرسم که دقیقاً چه نیازهایی دارید تا بتوانم پاسخگوی سوالات شما باشم؟"

مشتری: "بله! ما فهرست مشتریان نسبتاً بزرگی داریم، حدود

۳۰۰ نفر، بنابراین به [نیاز مشتری] کافی برای ارائه هفتگی خدمات به آنها نیاز داریم. تامین‌کننده قبلی ما در [اطلاعات مورد نظر] عالی بود، اما همیشه می‌خواستیم که [چیزی که کسب و کار شما ارائه می‌دهد] را داشته باشیم. می‌دانم که زمان محدود داریم، اما واقعاً امیدواریم که بتوانیم کاری انجام دهیم!"

فروشنده: "من محدودیت‌های زمانی شما را درک می‌کنم! اگرچه این یک تغییر سریع است، فکر می‌کنم می‌توانیم آن را انجام دهیم. ما به طور خاص [ارزش پیشنهادی کسب و کار شما] را ارائه می‌دهیم، که به نظر می‌رسد همان چیزی است که به دنبال آن هستید. نرخ‌های ما [هزینه‌ها] است و ما به صورت ماهانه صورتحساب می‌نویسیم. در مورد شروع کار هم، معمولاً به یک دوره ۳ هفته‌ای نیاز داریم، اما ممکن است بتوانیم با یک هزینه اضافی برای این ماه، کار را زودتر شروع کنیم.

۲. سناریوی جدایی از مشتری: تمرین کنار آمدن با قطع همکاری با مشتری

جدایی سخت است، و حتی زمانی که باید به یک مشتری (و کمیسیون خود) خداحافظی بگویید سخت‌تر هم می‌شود. اما مهم است که این سناریوها را تمرین کنید چون می‌توانند برای نمایندگان

جدید که ممکن است دچار استرس شوند و برای نمایندگان باتجربه که می‌خواهند پاسخ‌های درستی بدهند، عصبی کننده باشند. شبیه سازی جدایی از مشتریان یک بخش مهم از آموزش فروش است، و اگر به درستی انجام شود می‌تواند در آینده به موفقیت شما کمک کند.

دستورالعمل

- انواع موقعیت‌هایی که ممکن است به قطع همکاری با مشتری منجر شود را بنویسید. شاید محصول / خدمات شما مناسب کسب و کار آنها نیست، آنها بودجه ندارند، یا فقط در حال حاضر آماده پیشنهاد شما نیستند.
- روی برگه‌های جداگانه، پاسخ‌های احتمالی مشتری را بنویسید، از جمله عصبانیت، ناامیدی و قدردانی.
- انتخاب کنید که چه کسی نقش فروشنده و چه کسی نقش مشتری (ها) را بازی می‌کند.
- سناریو را اجرا کنید. پس از رسیدن به توافق یا رسیدن به بن بست، بازخورد دهید. کدام پاسخ‌ها نتیجه دادند؟ کدام یک خوب نبودند؟
- می‌توانید مذاکره را با همان شرایط تکرار کنید یا سناریوی دیگری را از گزینه‌ها انتخاب کنید. کل تمرین را هر چند بار که می‌خواهید کامل کنید.

اسکریپت سناریو

مشتری: "ما با [موضوع مدنظر] مشکل داشته‌ایم و می‌خواهیم از ابزار شما برای کمک به حل این مشکل استفاده کنیم."

فروشنده: "متوجه شرایط شما هستم اما متأسفانه، خدمات ما برای [نیاز مشتری یا موضوع گفته شده] طراحی نشده است، ما تمایل داریم بیشتر روی [کاربرد واقعی ابزار شما] تمرکز کنیم. فکر نمی‌کنم محصول ما بهترین گزینه برای این موقعیت خاص باشد، اما شاید شما مشکلات دیگری هم داشته باشید که بیشتر به چیزی که ما ارائه می‌دهیم مربوط باشد؟"

مشتری: "نه، در حال حاضر این تنها مشکل ماست - پس شما هیچ گزینه دیگری ندارید؟"

فروشنده: "شوربختانه نه، متاسفم که نمی‌توانم به شما کمک کنم. اگر شرایطتان به نوعی تغییر کرد که ما بتوانیم به شما کمک کنیم، خوشحال خواهم شد که دوباره با هم صحبت کنیم."

۳. سناریوی فروش، معامله متوقف شده: مشتریان را به چالش بکشید

هر فروشنده‌ای یک سری معامله متوقف شده در دوران کاری خود خواهد داشت. مشتری شما ممکن است بارها و بارها جلسه دمو را به تعویق بیندازد، هفته‌ها تماس شما را بی‌پاسخ بگذارد، یا در لحظه آخر درخواست تغییرات جزئی را مطرح کند. هر چه که باشد، این هزینه زمانی و مالی برای نمایندگان است. مهم است که بتوانید این موقعیت‌ها را شناسایی و علت اصلی را کشف کنید تا بتوانید با موفقیت تشخیص دهید که آیا باید ارتباط خود را قطع کنید یا معامله را به پیش ببرید.

دستورالعمل

- دلیل اینکه مشتری ممکن است معامله را متوقف کند را بنویسید (بودجه کاهش یافته، رئیس آنها می‌خواهد تامین کننده دیگری را انتخاب کند، یا آنها فقط نمی‌دانند چگونه "نه" بگویند).
- این دلایل را روی برگه‌های جداگانه بنویسید و آنها را بین نمایندگان پخش کنید.
- سناریو را اجرا کنید. پس از رسیدن به توافق یا رسیدن به بن بست، بازخورد دهید. چه روشی کار کرد و چه چیزی کار نکرد؟ چگونه این برداشت‌ها را در آینده به کار خواهید گرفت؟
- می‌توانید مذاکره را با همان شرایط تکرار کنید یا سناریوی دیگری

را از گزینه‌های این مقاله انتخاب کنید. کل تمرین را هر چند بار که می‌خواهید کامل کنید.

سناریوی بازی نقش فروش

> فروشنده: "سلام [نام مشتری]، من می‌خواهم ببینم آیا هنوز علاقه‌مند به بررسی محصول ما هستید."

مشتری گیر کرده: "بله، البته! ما هنوز در حال بررسی گزینه‌های خود هستیم."

فروشنده: "خوب، عالی است! من می‌دانم که شما اخیراً به ما گفتید که بودجه شما کاهش یافته است، آیا این موضوع هنوز مطرح است؟"

مشتری گیر کرده: "بله، تا حدی."

فروشنده: "بسیار عالی. اگر سوالی هست یا نیاز به راهنمایی دارید من در خدمتم"

۴. سناریوی اعتراضات رایج: تمرین پاسخگویی به

سوالات روزمره.

هر تیم فروشی با چند اعتراض رایج مواجه می‌شود. مهم است که بتوانید به این اعتراضات به روشی موثر پاسخ دهید تا معامله را به پیش ببرید. این تمرین برای کارمندان جدید مرکز تماس بسیار موثر است و می‌تواند به مدیران فروش کمک کند تا شرایط واقعی را شبیه‌سازی کنند.

دستورالعمل

- اعتراضات رایجی که تیم فروش شما با آنها مواجه می‌شود، فهرست کنید.
- این اعتراضات را روی برگه‌های جداگانه بنویسید و آنها را بین نمایندگان پخش کنید.
- سناریو را اجرا کنید. پس از رسیدن به توافق یا رسیدن به بن بست، بازخورد دهید. چه کار کرد و چه کار نکرد؟ چگونه این برداشت‌ها را در آینده به کار خواهید گرفت؟
- می‌توانید مذاکره را با همان شرایط تکرار کنید یا سناریوی دیگری را از گزینه‌ها انتخاب کنید. کل تمرین را هر چند بار که می‌خواهید کامل کنید.

اسکریپت سناریوی بازی نقش فروش

مشتری: "قیمت شما خیلی زیاد است."

فروشنده: "می‌فهمم که قیمت موضوع مهمی است. ما می‌خواهیم مطمئن شویم که مشتریان ما ارزشی را که برای آن پول می‌پردازند دریافت می‌کنند. آیا می‌توانید به من بگویید که دقیقاً چه چیزی باعث نگرانی شما می‌شود؟"

مشتری: "من فکر می‌کنم می‌توانم چیز مشابهی را با قیمت کمتر پیدا کنم."

فروشنده: "این امکان وجود دارد. با این حال، مهم است که به یاد داشته باشید که هزینه تنها عاملی نیست که باید در نظر گرفت. همچنین باید کیفیت، پشتیبانی و ارزش کلی محصول یا خدمات را در نظر بگیرید. آیا می‌توانید به من بگویید که چه چیزی برای شما در یک محصول یا سرویس مهم است؟"

مشتری: "من به دنبال چیزی هستم که قابل اعتماد و آسان برای استفاده باشد."

فروشنده: "سابقه ما در این زمینه بسیار خوب است. محصولات ما به طور خاص ساده و قابل اعتماد ساخته شده‌اند. خصوصاً این ویژگی‌ها که می‌تواند به شما کمک کند تا تصمیم بگیرید:

[لیست ویژگی‌ها]."

سناریوی بازی نقشی فروش: تمرین نحوه مدیریت مشتری که تحقیق‌کرده

گاهی اوقات، مشتریان قبل از اینکه با شما صحبت کنند حسابی تحقیق کرده‌اند و از کسب‌وکار شما و محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید آگاه هستند.

این تمرینی خوب برای یادگیری نحوه ارتباط با مشتریانی است که ممکن است سؤالات سطح بالاتری نسبت به مشتری معمولی داشته باشند، و به نمایندگان یادآوری می‌کند که مهم است دانش محصول خود را بدانند تا اطمینان حاصل کنند که می‌توانند سؤالات را در همه سطوح پاسخ دهند.

دستورالعمل

- یک نفر به عنوان کارشناس فروش و دیگری مشتری بالقوه است.
- مشتری بالقوه باید کمی تحقیق انجام دهد و به یک سؤال سطح بالاتر برسد که به طور معمول پرسیده نمی‌شود.
- مشتری بالقوه باید سوالی مطرح و مکالمه را شروع کند. او قبلاً تحقیقات زیادی انجام داده، بنابراین از فروشنده سؤالات خاصی

در مورد مشخصات محصولات خواهد پرسید زیرا مشتری بالقوه می‌داند که چه می‌خواهد.

- پس از اینکه مشتری بالقوه از پاسخ راضی شد، گروه می‌تواند نکات مهم را یادداشت کند و در مورد اینکه فکر می‌کنند آیا سؤال بر اساس سطح دانش مشتری بالقوه پاسخ داده شد، بحث کند.

اسکریپت سناریو

> مشتری بالقوه: من یک شرکت کوچک تجارت الکترونیکی دارم که به دنبال یک راه‌حل برای اتوماسیون بخش بازاریابی خود هستیم. متوجه شدم که شما یک محصول دارید که می‌تواند به ما کمک کند، اما چند سؤال دارم.

اول اینکه، چگونه می‌توانم مطمئن شوم که این محصول برای نیازهای من مناسب است؟ من می‌خواهم مطمئن شوم که می‌توانم از آن برای ارسال ایمیل‌های خودکار، ایجاد کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی و ردیابی نتایج خود استفاده کنم.

دوماً، چقدر طول می‌کشد تا این محصول را راه‌اندازی کنم؟ من می‌خواهم مطمئن شوم که می‌توانم آن را به سرعت و به راحتی پیاده‌سازی کنم.

سوم، چقدر هزینه دارد؟ می‌خواهم مطمئن شوم که این

محصول در حد بودجه من قرار دارد.

فروشنده: این سؤالات عالی هستند. بگذارید به آنها پاسخ دهم.

در مورد سوال اول، ما یک برنامه آزمایشی رایگان ارائه می‌دهیم که به شما امکان می‌دهد محصول را برای مدت محدودی امتحان کنید تا ببینید آیا برای شما مناسب است یا خیر. همچنین یک تیم پشتیبانی داریم که می‌تواند به شما کمک کند تا محصول را پیکربندی کنید تا نیازهای خاص خود را برآورده کنید.

مشتری بالقوه: "عالی است. و در مورد هزینه؟"

فروشنده: "هزینه محصول ما بر اساس تعداد کاربران و عملکردهای مورد نیاز شما متفاوت است. پس از اینکه کمی بیشتر در مورد نیازهای شما بدانم، می‌توانم قیمت دقیق را به شما ارائه دهم.

مشتری بالقوه: "خوب، فکر می‌کنم که این محصول می‌تواند برای ما مفید باشد. من می‌خواهم برنامه آزمایشی رایگان را امتحان کنم تا ببینم آیا برای ما مناسب است یا خیر."

فروشنده: "عالی است. حتماً. من همچنین می‌توانم یک جلسه

> مشاوره با شما ترتیب دهم تا در مورد نحوه پیاده‌سازی محصول به شما کمک کنم."

در این مثال، فروشنده به سؤالات مشتری بالقوه به طور کامل و جامع پاسخ می‌دهد. او از دانش محصول خود استفاده می‌کند تا به سؤالات مشتری پاسخ دهد، حتی اگر سؤالات سطح بالاتری باشند. او همچنین به مشتری بالقوه نشان می‌دهد که به کمک به او برای یافتن بهترین راه‌حل علاقمند است.

سناریوی بازی نقشی فروش: شناسایی و غلبه بر ضعف‌های مذاکره شخصی

مهم است که از شعف‌های مذاکره خود آگاه باشید. به عنوان مثال، ممکن است شما مستعد اضطراب و ارائه تخفیف زودهنگام باشید - یا برعکس، عدم تمایل شما به سازش منجر به ترک بسیاری از خریداران بالقوه شود. این سناریو به شما کمک خواهد کرد.

دستورالعمل

- یک حوزه شخصی برای بهبود در زمینه مذاکره را انتخاب کنید.
- انتخاب کنید که چه کسی نقش فروشنده و چه کسی نقش مشتری بالقوه را بازی خواهد کرد. (می‌توانید بارها بازی کنید تا

هر عضو تیم یک بار به عنوان فروشنده بازی کند.)

- از یک مذاکره استاندارد بگذرید. فردی که نقش فروشنده را بازی می‌کند بر روی غلبه، اجتناب یا کنار آمدن با ضعف خاص خود تمرکز می‌کند.
- پس از رسیدن به توافق یا تصمیم‌گیری در مورد عدم انطباق نیازهای خود، تجزیه و تحلیل کنید. فردی که نقش فروشنده را بازی می‌کند عملکرد خود را برای بهتر شدن در حوزه خاصی مورد بررسی قرار می‌دهد. فردی که نقش مشتری بالقوه را بازی می‌کند سپس بازخورد خود را می‌دهد.
- نقش‌ها را تغییر دهید. فروشنده می‌شود مشتری بالقوه، و مشتری بالقوه می‌شود فروشنده. تمرین را دوباره با فروشنده جدیدی که بر ضعف شخصی خود تمرکز دارد تکرار کنید.

اسکریپت سناریو

در این شرایط، فروشنده در حال کار بر روی مشکل سازش با مشتری است.

> فروشنده: «قیمت استاندارد ما برای [محصول، خدمات] [قیمت گذاری] است. این قیمت شامل تمام ویژگی‌هایی است که نیاز دارید تا [نقاط درد مشتری] را برطرف کنید.»

مشتری بالقوه: «با توجه به اینکه ما یک شرکت کوچک هستیم، این قیمت در محدوده بودجه ما نیست. بودجه ما بیشتر با مدل پایین‌تر محصولات شما همخوانی دارد، اما ما به عملکردهای خاص ارائه شده توسط این محصول نیاز داریم. چه کنیم؟»

فروشنده: « قیمت ما نمی‌تواند تغییر زیادی کند؛ ابزار خاص مورد نیاز شما چیست؟»

مشتری بالقوه: «ما بیشترین استفاده را از [ابزار رایج] خواهیم کرد. در گذشته از این کار موفقیت زیادی کسب کرده و در کمتر از یک سال درآمد خود را دو برابر کرده‌ایم. ما قطعاً از ابزار شما استفاده خواهیم کرد و مایل هستیم به جای ماهانه به صورت سالانه پرداخت کنیم تا نشان دهیم که متعهد هستیم.»

فروشنده: «می‌فهمم. ممنون از توضیحات خوبی که دادید. ما معمولاً چنین استثنایی را قائل نمی‌شویم، باید با اعضای تیم خود مشورت کنم تا بهترین تصمیم را بگیریم.»

سناریوی بازی نقشی فروش دشوار: تمرین مذاکره با

مشتریان تندخو

مذاکره‌های معمولی به اندازه کافی چالش برانگیز هستند. مذاکره با خریداران غیر منطقی یا تندخو ممکن است یکی از چالش برانگیزترین موقعیت‌هایی باشد که شما به عنوان یک فروشنده با آن روبرو خواهید شد. هر چه تمرین بیشتری داشته باشید، شانس بیشتری برای ایجاد معامله‌ای که به نفع هر دو طرف باشد خواهید داشت. این تمرین به شما تجربه آرامش در برخورد با شخصیت‌های دشوار را خواهد داد.

دستورالعمل

- فردی که نقش مشتری دشوار را بازی می‌کند دو تا چهار رفتار را برای استفاده در طول بازی نقش بازی انتخاب می‌کند. ایده‌ها عبارتند از قطع کردن مکرر، تهدید کردن، ارائه «همه یا هیچ» نهایی، تغییر ناگهانی عقیده، مطرح کردن جزئیات بی‌ربط، استفاده از زبان انتقادی، بلند شدن بیش از حد و ...
- مذاکره استاندارد را به مدت ۱۰ دقیقه انجام دهید.
- پنج دقیقه را صرف نوشتن اینکه کدام پاسخ‌ها و تکنیک‌ها کار کرده‌اند و کدام‌ها کار نکرده‌اند کنید.
- نقش‌ها را عوض کنید و دوباره تمرین را انجام دهید.
- یادداشت‌های خود را مقایسه کنید. چه چیزی کار کرد؟ چه چیزی نکرد؟

اسکریپت سناریو

این مثالی از سناریویی است که در آن مشتری بی‌اعتنایی می‌کند و مایل به مذاکره در مورد راه‌حل‌های مختلف نیست. می‌توانید این اسکریپت را با توجه به نیاز خود تغییر دهید.

> **مشتری:** «من روز دیگر این مخلوط کن را در پست سفارش دادم و کار نمی‌کند. من به یک بازپرداخت نیاز دارم.»

فروشنده: «وای، واقعاً متاسفم که این را می‌شنوم. این مطابق با استانداردی نیست که ما خود را به آن پایبند می‌کنیم، بنابراین خوشحالم که در این زمینه به شما کمک کنم. می‌توانم بپرسم چرا کار نمی‌کند -»

مشتری: «من محصول را دیروز سفارش دادم اما خراب است و پولم را می‌خواهم.»

فروشنده: «می‌فهمم. امیدوارم بتوانم مشکل دقیق را درک کنم تا بهترین راه حل را به شما ارائه دهم، که ممکن است بازگشت وجه باشد.»

مشتری: «اگر محصول به این شکل رسیده و کار نکرده، به وضوح مشکل شماست. فقط می‌خواهم کار خود را انجام دهید

و وجه بازگشتی را به من بدهید - آیا باید با مدیرتان صحبت کنم؟»

فروشنده: «متاسفم بابت این موضوع، اجازه بدهید -»

مشتری: «لطفاً مرا به مدیرتان وصل کنید.»

۸. سناریوی فروش مذاکره برد-باخت: ارزش مذاکره‌های دوجانبه را بیاموزید

سه روش مذاکره اساسی، مذاکره برد-باخت (یک نفر به ضرر دیگری سود می‌برد)، مذاکره برد-برد (هر دو نفر سود می‌برند) و مذاکره با انگیزه‌های مختلط (هر دو طرف سود می‌برند) هستند. بازی دو دلاری از MIT ، که همه این موارد را پوشش می‌دهد و نشان می‌دهد که مذاکره با انگیزه‌های مختلط معمولاً به نتایج مطلوب‌تری منجر می‌شود.

بازی دو دلاری به یک مدیر و حداقل شش بازیکن نیاز دارد، بنابراین از مدیر فروش خود یا عضو دیگری از تیم خود بخواهید که این بازی را هدایت کند.

بازیکنان: سه (یا چند) گروه دو نفره

دستورالعمل

- به همه بگویید که آنها سه بار با سه شریک مختلف مذاکره خواهند کرد.
- همه را به صورت تصادفی جفت کنید. به هر جفت گفته می‌شود که دو دلار دارند و باید آن دو دلار را بین خود تقسیم کنند.
- بازیکنان معمولاً ابتدا فکر می‌کنند: «این کار آسان است - هر کدام یک دلار خواهیم داشت.» با این حال، هر کس یک برگه با دستورالعمل‌های مخفی دریافت می‌کند.

دستورالعمل مخفی برای دور اول سناریوی فروش

گروه اول: به یکی گفته شده که هرچقدر بیشتر می‌تواند از این دو دلار را ببرد و به نفر دوم گفته شده که حداقل ۵۰ سنت را بگیرد. اگر توانست بیشتر از آن مذاکره کند و برنده شود.

گروه دوم: به یکی گفته شده که هرچقدر بیشتر می‌تواند از این دو دلار را ببرد و به نفر دوم گفته شده که حداقل ۸۰ سنت را بگیرد. اگر توانست بیشتر از آن مذاکره کند و برنده شود.

گروه سوم: به یکی گفته شده که هرچقدر بیشتر می‌تواند از این دو دلار را ببرد و به نفر دوم گفته شده که حداقل ۱ دلار را بگیرد. اگر توانست بیشتر از آن مذاکره کند و برنده شود.

گروه چهارم: به یکی گفته شده که هرچقدر بیشتر می‌تواند از این دو دلار را ببرد و به نفر دوم گفته شده که حداقل ۱.۵ دلار را بگیرد. اگر توانست بیشتر از آن مذاکره کند و برنده شود.

گروه پنجم: به یکی گفته شده که هرچقدر بیشتر می‌تواند از این دو دلار را ببرد و به نفر دوم گفته شده که حداقل ۱.۶ دلار را بگیرد. اگر توانست بیشتر از آن مذاکره کند و برنده شود.

- به هر گروه ۱۰ دقیقه فرصت مذاکره بدهید.
- آنها را به گروه‌های جدیدی تقسیم کنید و بگذارید کل تمرین را دوباره انجام دهند. به هر نفر برگه‌ای با دستورالعمل‌های مخفی بدهید.

دستورالعمل مخفی برای دور دوم

گروه اول: به یک نفر گفته شده که هرچه بخواهد می‌تواند بگوید تا بیشترین پول را در مذاکره با همکار خود بگیرد. در حالی که به دیگری گفته شده که مهم نیست اگر این مذاکره در این دست به نتیجه نرسد. آنها شانس مذاکره مجدد با این فرد را بعداً دارند.

گروه دوم: به یکی گفته شده که به عنوان یک مذاکره کننده بی‌رحم شناخته می‌شود در حالی که به دیگری گفته شده قرار نیست دیگر هیچ وقت این فرد را ببینند. اما هرکس دیگری که می‌شناسند

منتظرند تا ببینند این دو نفر چگونه موثر مذاکره می‌کنند. آنها باید هرچیزی که فکر می‌کنند برای گرفتن بیشترین مقدار از ۲ دلار لازم است را بگویند.

گروه سوم: به یکی از افراد این گروه گفته شده که طرف مقابل مذاکره غیرقابل اعتماد است. اما به دیگری گفته شده که به هر توافقی با این فرد برسد مشکلی نیست.

گروه چهارم: به یک نفر گفته شده که کمترین صحبت را در این مذاکره بکند و به دیگری گفته شده که طرف مقابل در این مذاکره به خوبی به سوالاتش پاسخ خواهد داد.

گروه پنجم: به یک نفر گفته شده که سرسخت باشد و تنش ایجاد کند. اما به دیگری گفته شده که وجهه اجتماعی او بستگی به این مذاکره و خروجی آن دارد.

- شرکت کنندگان باید یکبار دیگران جاهای خود را عوض کنند. برای نشان دادن اهمیت توافق بر سر چیزی که هر دو طرف از آن بهره ببرند، کافیست از آنها بخواهید برای بار سوم همین تمرین را با پارتنر فعلی خود انجام دهند.
- برای این دور دیگر هیچ دستورالعمل مخفی نداریم. شرکت کنندگان می‌توانند از هر استراتژی‌ای که می‌خواهند استفاده کنند. بعضی از مذاکره‌کنندگان می‌توانند لطف طرف مقابل در دست‌های

قبلی را در این دور جبران کنند. اما بعضی‌ها ممکن است انتقام بگیرند.

نگاه اجمالی: مذاکره با مشتریان مختلف را تمرین کنید

بازی‌های نقشی فروش روشی عالی برای بهبود مهارت‌های مذاکره شما است. با تمرین در سناریوهای مختلف، می‌توانید توانایی خود را در پاسخگویی به اعتراضات مشتریان، ارائه پیشنهادات موثر و بستن قراردادها توسعه دهید. در ادامه چند سناریوی بازی نقشی فروش را لیست می‌کنیم که می‌توانید برای تمرین استفاده کنید:

۱. مشتری سخت‌گیر

در این سناریو، مشتری سخت‌گیر است و مایل به مذاکره نیست. هدف او دریافت قیمت پایین‌تر یا ویژگی‌های اضافی محصول بدون افزایش قیمت است. چالش شما مذاکره با مشتری برای رسیدن به توافقی است که برای هر دوی شما مفید باشد.

۲. مشتری درخواست بازگشت وجه می‌کند

در این سناریو، مشتری محصول معیوب دریافت کرده است و درخواست بازگشت وجه می‌کند. هدف شما درک مشکل مشتری و حل آن به سرعت و موثر است. اگر محصول قابل تعمیر نیست، باید راهی برای جبران خسارت مشتری پیدا کنید.

۳. مشتری گزینه‌های مختلف را در نظر می‌گیرد

در این سناریو، مشتری در حال بررسی خرید محصول از شما یا رقیب‌تان است. هدف شما متقاعد کردن مشتری است به اینکه محصول شما بهترین گزینه برای نیازهای اوست. باید ویژگی‌ها و مزایای منحصربه‌فرد محصول خود را در مقایسه با رقیب توضیح دهید.

۴. مشتری آگاه از رقابت

در این سناریو، مشتری محصول شما را با محصول رقیب مقایسه می‌کند. هدف شما برجسته کردن مزایای محصول شما بر رقیب است. باید توضیح دهید که محصول شما چگونه متفاوت است، چرا بهتر است و چطور مشتری با انتخاب محصول شما سود می‌برد.

۵. مشتری تخفیف می‌خواهد

در این سناریو، مشتری درخواست تخفیف در قیمت محصول شما را دارد. هدف شما مذاکره بر سر تخفیفی است که برای هر دوی شما قابل قبول باشد. باید بودجه مشتری را درک کنید و مایل به دادن چیزی برای بستن معامله باشید.

۶. مشتری عصبانی است

در این سناریو، مشتری عصبانی است و ممکن است فریاد بزند یا توهین کند. هدف شما آرام کردن مشتری و حل مشکل است. باید به آرامی و با لحن آرام صحبت کنید و به مشتری نشان دهید که نگران او هستید.

۷. مشتری ناآگاه است

در این سناریو، مشتری در مورد محصول یا خدمات شما ناآگاه است.

هدف شما آموزش مشتری در مورد مزایای محصول یا خدمات شما است. باید به زبان ساده و واضح صحبت و از مثال‌های ملموس استفاده کنید.

۸. مشتری به دنبال یک معامله است

در این سناریو، مشتری به دنبال یک معامله خوب است. هدف شما ارائه پیشنهادی است که برای هر دوی شما مفید باشد. باید بودجه مشتری را در نظر بگیرید و آماده باشید.

۹. مشتری به دنبال یک رابطه بلندمدت است

در این سناریو، مشتری به دنبال یک رابطه بلندمدت با شرکت شما است. هدف شما باید ایجاد اعتماد و نشان دادن اینکه شرکت شما ارزشمند است باشد. باید به نگرانی‌های مشتری گوش دهید و راه‌هایی برای نشان دادن ارزش خود پیدا کنید.

۱۰. مشتری به دنبال یک راه حل خاص است

در این سناریو، مشتری به دنبال یک راه حل خاص برای نیاز خود است. هدف شما درک نیاز مشتری و ارائه راه‌حلی است که نیازهای آنها را برآورده کند. باید به سؤالات مشتری به دقت گوش دهید و راه‌حل‌های خلاقانه ارائه دهید.

اینها فقط چند نمونه از سناریوهای بازی نقشی فروش هستند که می‌توانید برای تمرین استفاده کنید. با تمرین در سناریوهای مختلف، می‌توانید مهارت‌های مذاکره و فروش خود را بهبود بخشید و شانس خود را برای موفقیت در مصاحبه‌های فروش افزایش دهید. همچنین می‌توانید برای افزایش مهارت‌های فروش، در دوره‌های راه مدیران شرکت کنید و از تجربیات اساتید ما استفاده نمایید.

https://rahemodiran.com/%D۹%۸۶%D۹%۸۲%D۸%B۴-%D۹%۸۱%D۸%B۱%D۹%۸۸%D۸%B۴-%D۸%AF%D۸%B۱-%D۸%B۳%D۸%AV%D۸%B۲%D۹%۸۵%D۸%AV%D۹%۸۶/

[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/]