



**"رابطه سازی" مُرد: ۳ قانون مدل فروش
"چالشی" که مشتری را وادار به فکر کردن (و
خرید) می‌کند**

**"رابطه سازی" مُرد: ۳ قانون مدل فروش
"چالشی" که مشتری را وادار به فکر کردن (و
خرید) می‌کند**

مقدمه:

رابطه سازی: تله خطرناک "رابطه خوب"

برای شما هم این صحنه آشناست: یک تماس فروش تلفنی عالی را



پشت سر می‌گذارید. با مشتری می‌خندید، از تیم فوتبال مشترکتان صحبت می‌کنید و در مورد آب و هوا تفاهم دارید. مشتری شما را «دوست» خود می‌خواند و شما با حس فوق‌العاده‌ای تماس را قطع می‌کنید، مطمئن هستید که فروش قطعی است. اما هفته بعد، مشتری تماس‌های شما را پاسخ نمی‌دهد و در نهایت با یک ایمیل کوتاه عذرخواهی می‌کند. چه اتفاقی افتاد؟ شما در تله «فروشنده رابطه‌ساز» (The Relationship Builder) افتادید. برای دهه‌ها به ما گفته‌اند که کلید فروش، ایجاد یک رابطه صمیمی است. اما کتاب انقلابی «فروشنده چالشی» (The Challenger Sale)، بر اساس یکی از بزرگترین تحقیقات انجام شده روی هزاران فروشنده، این باور سنتی را کاملاً ویران کرد. این تحقیق نشان داد که در دنیای پیچیده امروز، «رابطه‌سازها» ضعیف‌ترین عملکرد را دارند. برنده واقعی، فروشنده‌ای است که به جای تایید مشتری، او را به چالش می‌کشد. این مقاله ۳ قانون اساسی این مدل را فاش می‌کند تا شما را از یک «فرد دوست‌داشتنی» به یک «مشاور ضروری» تبدیل کند.

قانون اول: پاسخ ندهید، "آموزش دهید" (چگونه با یک بینش تجاری، مشتری را شگفت‌زده کنید)

«فروشنده رابطه‌ساز می‌پرسد: چه چیزی شب‌ها بیدارتان نگه می‌دارد؟ فروشنده چالشی می‌گوید: چیزی که باید بیدارتان نگه دارد را من به شما می‌گویم.» اولین و اساسی‌ترین تفاوت، در هدف



مکالمه است. فروشنده سنتی تلاش می‌کند تا با پرسیدن سوالاتی مانند «بزرگترین چالش شما چیست؟»، نیازهای مشتری را کشف کند. اما مشکل اینجاست که مشتریان در بیشتر مواقع، نیاز واقعی یا ریشه مشکل خود را نمی‌دانند. فروشنده چالشی، با یک «بینش تجاری» (Commercial Insight) منحصر به فرد به مکالمه وارد می‌شود. او چیزی را به مشتری آموزش می‌دهد که مشتری در مورد کسب‌وکار خودش نمی‌دانست. این بینش، یک «آها!»ی قدرتمند در ذهن مشتری ایجاد می‌کند و فوراً چارچوب مکالمه را تغییر می‌دهد.

رویکرد سنتی: «نرم‌افزار ما می‌تواند هزینه‌های شما را کاهش دهد. آیا به کاهش هزینه علاقه‌مندید؟» (خسته‌کننده و قابل پیش‌بینی)

رویکرد چالشی: «تحلیل ما از شرکت‌های هم‌اندازه شما در صنعت ساختمان نشان می‌دهد که به طور میانگین ۷٪ از بودجه پروژه، به دلیل خطاهای هماهنگی بین تیم انبار و تیم اجرا هدر می‌رود؛ مشکلی که اغلب مدیران آن را در گزارش‌های خود نمی‌بینند. ما راهی برای شناسایی این نشتی مالی پیدا کرده‌ایم.»

این رویکرد، متقاعدسازی مشتری را از سطح محصول فراتر می‌برد. شما دیگر محصول خود را نمی‌فروشید؛ شما در حال فروش یک دیدگاه جدید و ارزشمند هستید که مستقیماً به سودآوری مشتری مرتبط است. مشتری برای شنیدن ادامه حرف‌های شما می‌خکوب می‌شود، زیرا شما چیزی را می‌دانید که او نمی‌داند.



قانون دوم: پیام را "شخصی‌سازی کنید" (چرا یک بیش عالی برای همه شکست می‌خورد)

«بیش تجاری شما یک گلوله است؛ شخصی‌سازی، تفنگی است که آن را دقیقاً به هدف می‌زند.» آموزش دادن یک بیش تجاری قدرتمند (قانون اول) کافی نیست. اگر این بیش به دنیای واقعی و دغدغه‌های فردی که پشت خط است متصل نشود، فقط یک تئوری جالب باقی می‌ماند. اینجا است که قانون دوم، یعنی «شخصی‌سازی» (Tailoring)، وارد می‌شود. شما باید عمیقاً تحقیق کرده باشید. فروشنده چالشی می‌داند که دغدغه مدیرعامل با دغدغه مدیر مالی یا مدیر فنی متفاوت است. بیش شما باید به زبان فردی که با او صحبت می‌کنید، ترجمه شود.

اگر با مدیر مالی صحبت می‌کنید: «آن ۷٪ نشتی بودجه که صحبت کردیم، مستقیماً بر حاشیه سود خالص شما تاثیر می‌گذارد و بازگشت سرمایه (ROI) پروژه‌های شما را کاهش می‌دهد.»

اگر با مدیر پروژه صحبت می‌کنید: «آن ۷٪ نشتی بودجه، به این معنی است که تیم شما هر هفته ۱۰ ساعت کاری را صرف اصلاح خطاهایی می‌کند که می‌توانستند از آن برای تمام کردن پروژه زودتر از موعد استفاده کنند.»

این سطح از شخصی‌سازی، فراتر از دانستن نام مشتری است. این



یعنی شما برای کسب‌وکار او، صنعت او و نقش خاص او در سازمان ارزش قائل شده‌اید. این نوعی از آموزش فروش پیشرفته است که نشان می‌دهد شما یک فروشنده تلفنی معمولی نیستید که صرفاً یک لیست شماره را شماره‌گیری می‌کند؛ شما یک استراتژیست تجاری هستید.

قانون سوم: "کنترل کنید" (چگونه محترمانه مخالفت مشتری را به چالش بکشید)

«فروشنده رابطه‌ساز از تنش فرار می‌کند؛ فروشنده چالشی از تنش سازنده استقبال می‌کند.» اینجاست که مدل چالشی، بیشترین فاصله را از مدل سنتی می‌گیرد. فروشنده رابطه‌ساز به هر قیمتی می‌خواهد مکالمه‌ای آرام و بدون تنش داشته باشد. به محض شنیدن اولین مخالفت (مثلاً «قیمت شما بالاست»)، عقب‌نشینی کرده یا شروع به تخفیف دادن می‌کند. اما فروشنده چالشی کنترل مکالمه را در دست می‌گیرد (Take Control). این به معنای پرخاشگری نیست، بلکه به معنای هدایت قاطعانه مکالمه به سمت ارزش است. او اجازه نمی‌دهد مکالمه توسط فرضیات اشتباه مشتری از مسیر خارج شود.

مخالفت مشتری: «ممنون، ما از سیستم فعلی خود راضی هستیم.»

پاسخ رابطه‌ساز: «بسیار خب. باعث خوشحالی بود با شما صحبت



کردم. اگر نظرتان عوض شد تماس بگیرید.»

پاسخ چالشی (با احترام): «متوجهم که سیستم فعلی کار شما را راه می‌اندازد. اما اجازه دارم یک سوال را به چالش بکشم؟ بسیاری از مشتریان ما هم قبل از همکاری، از سیستم قبلی خود "راضی" بودند، چون از آن ۷٪ نشتی بودجه‌ای که در صنعت شما پنهان است، خبر نداشتند. آیا "راضی بودن" به قیمت از دست دادن ۷٪ سود در هر پروژه، واقعاً رضایت‌بخش است؟»

این یک تنش سازنده ایجاد می‌کند. شما به انتخاب مشتری حمله نمی‌کنید، بلکه به «فرض» او مبنی بر اینکه «راضی بودن» به معنای «در بهترین حالت بودن» است، حمله می‌کنید. شما مشتری را وادار می‌کنید تا دوباره فکر کند. فروشنده چالشی از صحبت در مورد پول نمی‌ترسد و مکالمه را با اعتماد به نفسی که از «ارزش» و «بینش» خود (قانون ۱ و ۲) گرفته است، به سمت نتیجه هدایت می‌کند.

نتیجه‌گیری: دوست‌داشتنی نباشید، "ضروری" باشید

در پایان روز، مشتریان به فروشندگانی که آن‌ها را دوست دارند، پول نمی‌دهند. آن‌ها به فروشندگانی پول می‌دهند که برایشان ارزش ایجاد می‌کنند. مدل فروش چالشی به ما می‌آموزد که در فروش تلفنی مدرن، هدف ما نباید صرفاً جلب رضایت مشتری باشد، بلکه باید ذهنیت او را تغییر دهیم. یک فروشنده رابطه‌ساز ممکن است



یک دوست پیدا کند، اما یک فروشنده چالشی، یک قرارداد می‌بندد و یک مشتری وفادار می‌سازد که نه به خاطر صمیمیت، بلکه به خاطر ارزشی که به کسب‌وکارش اضافه کرده‌اید، به شما احترام می‌گذارد. در تماس بعدی خود، به جای پرسیدن «چه مشکلی دارید؟»، کدام «بینش تجاری» جدید را به مشتری خود آموزش خواهید داد تا بازی را برای او تغییر دهید؟

برای یادگیری عمیق‌تر اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.