فروش «فشار آب» به جای «پمپ آب»

فروش «فشار آب» به جای «پمپ آب»: ۴ تکنیک تخصصی برای فروش تلفنی تجهیزات آبرسانی

مقدمه: شما آهن نمی‌فروشید، آسایش می‌فروشید

تلفن زنگ می‌خورد و صدای کلافه‌ی مشتری شنیده می‌شود: «آقا یک پمپ یک اسب می‌خواستم، قیمت چند؟» این شروع ۹۰٪ مکالمات در بازار تأسیسات است. مشتریانی که به دلیل فشار کم آب در طبقات بالا، نوسان دمای آب زیر دوش یا سوختن پمپ قبلی، مستاصل شده‌اند. اشتباه مرگبار فروشندگان آماتور در این لحظه چیست؟ آن‌ها بلافاصله لیست قیمت می‌خوانند: «پمپ چینی داریم

X تومان، ایتالیایی داریم Y تومان.» اما فروشنده حرفه‌ای تجهیزات صنعتی می‌داند که مشتری "پمپ" نمی‌خواهد؛ او "فشار آب قوی و بدون نوسان" می‌خواهد. او می‌خواهد وقتی دوش می‌گیرد، آب سرد و گرم نشود. در این مقاله، یاد می‌گیریم چطور پشت تلفن، از یک فروشنده قطعات یدکی، به یک «کارشناس سیالات» تبدیل شویم و حتی محصولات گران‌قیمت‌تر (مثل بوستر پمپ‌های هوشمند) را به راحتی بفروشیم.

فشار آب

تکنیک اول: دکترِ ساختمان باشید (تشخیص قبل از

تجویز)

«سوالات فنی بپرسید تا اعتماد بسازید» وقتی مشتری می‌گوید «یک پمپ یک اسب بده»، اگر بگویید «چشم»، شما یک انباردار هستید نه فروشنده. شاید پمپ یک اسب برای ساختمان او کم باشد و فردا با شکایت برگردد. شاید زیاد باشد و لوله‌هایش بترکد. برای جلب اعتماد، باید سوالات تخصصی (دیاگنوستیک) بپرسید:

«ساختمان شما دقیقاً چند طبقه است و شما در کدام طبقه هستید؟»

«چند واحد در هر طبقه وجود دارد؟ (برای محاسبه دبی یا حجم آب)»

«آیا مشکل شما فقط فشار است یا نوسان فشار هم دارید؟»

«قطر لوله ورودی ساختمان چقدر است؟» وقتی این سوالات را می‌پرسید، مشتری پشت تلفن حس می‌کند با یک متخصص طرف است. اینجاست که گارد قیمتی او می‌شکند و آماده شنیدن پیشنهاد شما می‌شود.

تکنیک دوم: فروش «سکوت» در آپارتمان‌های پر سر

و صدا

«صـدای پمـپ، دشمـن اعصـاب همسایه‌هاسـت» یکـی از بزرگتریـن شکایات در مورد پمپ‌های آب، صدای ناهنجار آن‌هاست، مخصوصاً برای واحدهای طبقه اول. اگر محصول شما (پمپ‌های بشقابی یا هوشمند) صدای کمی دارد، این بزرگترین برگ برنده شماست. ویژگی فنی «دسی‌بل پایین» را به منفعت «خواب راحت» تبدیل کنید. دیالوگ طلایی: «جناب مشتری، پمپ جتی که قیمت کردید ارزان‌تر است، اما صدایی شبیه جاروبرقی دارد که نصف شب کل ساختمان را بیدار می‌کند. پیشنهادی که من به شما می‌دهم (پمپ بشقابی یا سایلنت)، شاید ۱۰٪ گران‌تر باشد، اما "سکوت مطلق" است. یعنی شما متوجه روشن شدن آن نمی‌شوید. آیا آرامش اعصاب خودتان و همسایه‌ها برایتان این مقدار ارزش ندارد؟»

تکنیک سوم: فروش منبع تحت فشار به عنوان «بیمه عمر پمپ»

«چرا باید مخزن بزرگتر بخرم؟» مشتریان معمولاً فکر می‌کنند منبع تحت فشار (مخزن دیافراگمی) فقط یک مخزن قرمز رنگ اضافی است و سعی می‌کنند کوچکترین سایز را بخرند یا کلا نخرند (فقط ست کنترل ببندند). وظیفه شما این است که به آن‌ها آموزش دهید منبع، محافظ پمپ است. از این تشبیه استفاده کنید: «استفاده از ست کنترل بدون منبع برای طبقات بالا، مثل این است که با ماشین

دنده یک، مدام گاز و ترمز بگیرید. پمپ شما هر بار شیر آب باز شود روشن می‌شود و زود می‌سوزد. اما اگر یک منبع ۱۰۰ لیتری بگذارید، پمپ استراحت می‌کند، عمرش ۵ سال بیشتر می‌شود و قبض برق شما نصف می‌شود. در واقع پولی که برای منبع می‌دهید، با نسوختن پمپ به جیب شما برمی‌گردد.»

تکنیک چهارم: مدیریت اعتراض «قیمت پمپ چینی نصف اینه!»

«جنس ارزان، گران‌ترین خرید شماست» در بازار پمپ، کالاهای بی‌کیفیت (طرح پنتاکس، طرح لوارا) فراوانند. وقتی مشتری می‌گوید: «فلان جا همین مدل را نصف قیمت می‌دهد»، نترسید. روی «سیم‌پیچ مس» و «شفت استیل» تمرکز نکنید، روی «خرابی در بدترین زمان» تمرکز کنید. دیالوگ دفاع از قیمت: «کاملاً درست است، پمپ‌های سیم‌پیچ آلومینیومی در بازار ارزان هستند. اما تصور کنید وسط حمام یا زمانی که مهمان دارید، پمپ بسوزد و آب قطع شود. هزینه باز کردن، تعمیر و بستن مجدد پمپ، به اضافه آبروریزیِ بی‌آبی، خیلی بیشتر از این اختلاف قیمت است. پمپی که من به شما می‌دهم "گارانتی تعویض واقعی" دارد، یعنی ما کیفیت را تضمین کرده‌ایم تا شما غافلگیر نشوید.»

نتیجه‌گیری: جریان آب، جریان زندگی است

در فروش تجهیزات آبرسانی، شما مسئول کیفیت زندگی روزمره مردم هستید. یک انتخاب اشتباه در پمپ، می‌تواند سال‌ها اعصاب یک خانواده را خرد کند. پس پشت تلفن، فقط کد محصول نخوانید. مشاوره دهید، محاسبه کنید و بهترین راهکار را (حتی اگر گران‌تر است) پیشنهاد دهید. مشتریان برای "فشار آب خوب" همیشه حاضرند پول خرج کنند.

برای یادگیری عمیق 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.