

یک فروش به یادماندنی

یکی از مسایل مهمی که فروشندگان را به موفقیت می‌رساند، این است که بتواند فروش را در ذهن مشتری خاطره‌انگیز و به یاد ماندنی کند. بر این اساس، چگونگی نوع برخورد و صحبت با مشتریان و فنون شروع و خاتمه مذاکره، بسیار مهم و تاثیرگذار خواهد بود. در ادامه پنج نکته کلیدی برای پایدارتر کردن تاثیر صحبت‌هایتان در ذهن مشتری ذکر می‌شود که به کارگیری آن برای انجام یک «فروش به یادماندنی» ضروری است.

۱) شروع تاثیرگذار

قانون «اولین برخورد، موثرترین برخورد است» را همیشه در ذهن داشته باشید. برای تاثیرگذار بودن شروع، نیازی به صحبت کردن با صدای بلند یا حرکت‌های تند نیست بلکه باید طوری صحبت را آغاز کرد که شور، اشتیاق و علاقه را به خریدار منتقل کند. وقتی ما به عنوان فروشنده، واقعا مشتاقانه و با علاقه‌مندی در مورد کالا یا محصولاتمان صحبت می‌کنیم، این اشتیاق به خریدار منتقل می‌شود. در فروش‌هایی که فقط یک ملاقات لازم است، باید بتوانیم مخاطب را به سرعت و بلافاصله وارد گفت‌وگوی فروش کنیم. هر چند پرسیدن نام مشتری و تکرار آن در طول ملاقات برای ایجاد فضایی دوستانه مفید است، اما باید سعی کنیم اولین جملات ما متمایز از دیگر فروشندگان باشد. در جلسات فروش با مشتریانی که قبلا با آنها آشنا شده‌اید و نام و عادت‌های خرید آنها را می‌دانید، مشتری را به اسم خطاب کنید. ضمن این که در جست‌وجوی راه‌های جدید و خلاقانه‌تری برای احوالپرسی و شروع صحبت باشید و از صحبت‌های دیگران الگوبرداری نکنید.

۲) تکرار عالمانه

فروشندگان حرفه‌ای سعی می‌کنند با شناسایی نیازهای مشتری و تکمیل تصویر ذهنی او، نکاتی را که برای او بهتر است و به آنها نیاز دارد، بیش‌تر تکرار کنند. فراموش نکنیم که برای تاثیرگذاری قوی روی حافظه‌ی مشتری باید نیازهای اطلاعاتی او را با جملات مناسب تامین کنیم و با تکرار پی در پی جملات رضایت او را جلب کنیم تا خریدار به نقطه تصمیم‌گیری برای خرید برسد. پس باید به صحبت‌های مشتری به دقت گوش دهیم و سعی کنیم دلیل واقعی مراجعه او را دریابیم. پرسیدن سوالات مکمل برای تشخیص نیاز واقعی مشتری ضروری است، زیرا ممکن است مشتری نتواند به طور واضح خواسته خود را بیان کند.

۳) تاکید عاقلانه

اگر بتوانیم ویژگی‌های اصلی و مزایای محصولمان را به شیوه‌ای نامتعارف یا سرگرم‌کننده به مشتری معرفی کنیم، تاثیرگذاری قوی‌تری خواهد داشت و مدت‌های زیادی مغز و ذهن مشتری را درگیر خواهد کرد. گاهی وقت‌ها روش‌ها به قدری مبتکرانه و جالبند که خریدار تا سال‌ها بعد هم آنها را فراموش نمی‌کند. در واقع محصول ما هر قدر هم که معمولی باشد، با کمی اندیشیدن و خلاقیت می‌توانیم آن را به نحوی به مشتری معرفی کنیم که اشتیاق او را برای خرید تحریک کنیم.

۴) مشارکت صمیمانه

به طور معمول، فروشندگان به نمایش کالاها و خدمات به مشتری بسنده می‌کنند و تمایل به امتحان محصول توسط مشتری ندارند و یا بارها دیده شده که فروشندگان ابتدا با بیان پرسش‌هایی از خرید مشتری اطمینان حاصل می‌کنند و بعد محصول را

جهت امتحان در اختیار مشتری قرار می‌دهند. در حالی که موثرترین روش این است که تلاش کنیم تا مشتری کالا را حتما امتحان کند و به نوعی خدمات ما را تجربه کند. هر فروشنده بسته به نوع محصولی که می‌فروشد، می‌تواند راه‌های ابتکاری جالبی برای مشارکت دادن مشتری و خرید و ایجاد فرصت امتحان محصول پیدا کند.

(۵) پایان به یادماندنی

ما به عنوان یک فروشنده باید بهترین برنامه خود را برای پایان جلسه فروش نگه داریم و آن را با زیبایی تمام اجرا کنیم؛ جلسه را در نقطه اوج خود به پایان ببریم و خاطره‌ای فراموش ناشدنی و جاودانه برای خریدار بیافرینیم. در این مرحله بیان جملاتی که روحیه و اعتماد به نفس را در مشتری تقویت می‌کند و رضایت حاصل از خرید را در او افزایش می‌دهد، الزامی است. مثلا بیان جمله «اگر من هم به جای شما بودم، همین تصمیم را می‌گرفتم» باعث می‌شود که مشتری با احساس مثبت از شما جدا شود و این پیام مثبت را که «کار خوبی کرده‌ام که موجب رضایت‌م شده است» را در ذهن خود مرور می‌کند و به این ترتیب علاقه‌مندی‌اش برای مراجعه مجدد بیش‌تر می‌شود.

منبع: خانه کارافرینان ایران

روزنامه تفاهم