

## تکنیک هایی برای موفقیت در فروش

تصور کنید شما یک فروشنده هستید و قرار است امروز یکی از مهم ترین ملاقات های دوران کاری خود را برای به ثمر نشاندن یک فروش عمده داشته باشید، به نظر شما برای موفقیت در این ملاقات چه چیزهایی لازم است؟ شاید پاسخ شما به این پرسش مواردی از قبیل: رفتار مناسب، پوشیدن لباس شیک و رسمی، حضور به موقع سر جلسه و مواردی از این دست باشد اما یک نکته مهم در این جا وجود دارد و آن این که «فروشنندگان موفق، قبل از هر ملاقاتی با مشتری، برای این رویارویی تمرینات کافی دارند و از این حیث خودشان را کاملا آماده می کنند.»

این موضوع آن قدر ساده است که اغلب فراموش می شود، اما نشانه یک فروشنده حرفه ای، آمادگی کامل و مرور تمام جزئیات قبل از هر جلسه است بهترین فروشنندگان آن هایی هستند که به طور مرتب مطالبی را که قرار است بگویند و جزئیات مربوط به محصول را، قبل از هر جلسه با مشتری، مرور و بررسی کرده و پیش خود تکرار می کنند. هیچ ورزشکاری را نمی بینید که قبل از شروع مسابقه خود را کاملا آماده نکند. در واقع مدت زمان لازم برای تمرینات، خیلی بیش تر از زمان مسابقه است. همین موضوع در مورد نیروهای نظامی نیز صحت دارد و زمانی که نیروهای زبده نظامی را می بینید، بلافاصله آموزش ها و تمرینات منظم و گسترده ای در نظرتان مجسم می شود. در هر زمینه ای، افرادی که کامل ترین آمادگی ها را کسب کرده و خودشان را وقف کارشان می کنند، به بالاترین سطح ارتقا پیدا می کنند و فروشنده گی نیز از این موضوع مستثنا نیست.

با داشتن تجربه کم هم می توان وارد دنیای خرید و فروش شد، ولی قسمت آسان کار همین جا تمام می شود؛ از این مرحله به بعد، تلاش سخت و آموزش مستمر برای کسب موفقیت ضروری است. پس اگر می خواهید جزو بهترین ها باشید و بهترین نتایج را هم به دست آورید، باید راه بهترین ها را بروید، یعنی خود را از هر جهت آماده کنید و حتی بیش از حد لازم است این کار را انجام دهید.

به پرسش نخست باز می گردیم؛ یکی دیگر از مواردی که برای موفقیت در امر فروشنده گی لازم است، آشنایی شما به عنوان فروشنده، با وضعیت مشتری است؛ فروشنده ای که بیش ترین آشنایی را با وضعیت مشتری خود داشته باشد، به احتمال قوی برنده معامله خواهد بود. منظور از شناخت وضعیت مشتری، آگاهی از علایق، خواسته ها و سلیقه هایی است که مشتری را به سمت خرید سوق داده است. مثلا ممکن است مشتری شما از طرفداران پروپا قرص مدل های سنتی کالای مورد عرضه باشد، در این صورت هر چقدر شما بیش تر درباره نو بودن و مدرن بودن کالای خود با وی صحبت کنید، احتمال شکست خود را بالاتر می برید.

### ● روش فلدمن

بین انجام قطعی یک معامله و کیفیت پرسش هایی که به مشکلات مشتری تاکید دارد، رابطه ی مستقیمی وجود دارد. تنها راه اطمینان از شفافیت و ارتباط سوالات با موضوع این است که آن ها را قبل از ملاقات با مشتری، کلمه به کلمه روی کاغذ بنویسید. جالب است بدانید بعضی از موفق ترین فروشنندگان «متخصص طرح سوال» از مشتری بوده اند. بن فلدمن، فروشنده ای که برای شرکت بیمه نیویورک کار می کرد، به عنوان بزرگ ترین فروشنده عصر حاضر شناخته شده است؛ وی هر شب مدت دو ساعت به مرور و تمرین مطالبش می پرداخت تا روز بعد آمادگی کامل داشته باشد. او در کتاب «روش فلدمن» توضیح می دهد که موفقیت بزرگ وی عمدتا به خاطر توانایی های او در پرسیدن سوالات درست، در

زمان درست بوده است. فلدمن متوجه شده بود که پرسش هایی مناسب و به جا، می تواند یک فرد بی علاقه یا منفی را گاهی در عرض چند ثانیه به یک مشتری تبدیل کند.

هینز گلدمن، از دیگر صاحبان عرصه فروش نیز در کتاب خود با نام «مشتری شناسی» می گوید: «۹۵ درصد فروشندگان فقط با اصلاح جملات خود به هنگام ارایه مطالب می توانند نتایج بهتری به دست آورند. گزینش کلمات صحیح در یک پرسش یا پاسخ می تواند تاثیر عمیقی به جای بگذارد و تنها راه اطمینان از عالی بودن ساختار جملات، نوشتن آن ها روی کاغذ و تمرین مکرر آن هاست.»

#### ● همیشه برنامه ریزی قبلی داشته باشید

پیش از ملاقات با مشتری، هدف هایتان را از این دیدار مشخص کنید. چیزهایی را که امیدوارید در این دیدار به دست آورید به تفکیک بنویسید. پس از ملاقات هم فوراً هر چه را که بیان شده است یادداشت کنید. به حافظه تان اطمینان نداشته باشید؛ چینی ها ضرب المثلی دارند که می گویند: «دوام کم رنگ ترین مرکب، بیش تر از بهترین حافظه هاست.» قبل از هر ملاقات با مشتری صرف نظر از تعداد دیدارهای قبلی با او، چند دقیقه ای را صرف مرور و بررسی پرونده او، وضعیت فعلی و یادداشت های قبلی خودتان بکنید. با انجام این کار، از افزایش فوق العاده میزان آمادگی و تاثیرگذاری خود تعجب خواهید کرد و مشتری ها نیز همیشه متوجه می شوند که شما تکلیفتان را انجام داده اید.

موفق ترین فروشندگان در هر رشته ای قبل از شروع به فروش و ارایه مطالب و پایان دادن به معامله، خودشان را کاملاً آماده می کنند. آن ها همه چیز را پیشاپیش می سنجند و هیچ چیز را به شانس واگذار نمی کنند. به یاد داشته باشید که همین جزئیات، تفاوت بین موفقیت و شکست است. فروشنده ای که وقت زیادی را صرف آشنایی با نیازهای خاص مشتری کرده باشد، موفق به ایجاد بالاترین سطح اعتماد و برقراری بهترین رابطه با مشتری خواهد شد. پیش شرط اساسی هر معامله ای، ایجاد آمادگی کامل قبلی است

علیرضا پورمحمدی

روزنامه سرمایه