

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>

معجزه‌ای در افزایش فروش

شما بعنوان فروشنده مانند پزشک هستید، نیاز مشتری را درک کرده و آن را برطرف کنید. در پاسخگویی به مشتریان صبور باشید. دقیقاً مانند زمانی که بیمار می‌شوید و از پزشک معالج توقع مهربانی دارید.

در این کتاب رایگان می‌آموزیم که چگونه :

- با رعایت نکات کوچک فروشمان را افزایش دهیم
- در برابر عبارت «این گران است» واکنش نشان دهیم
- اجناس بنجل را بفروشیم
- تخفیف ندهیم
- با مشتریان دو دل برخورد کنیم
- با مشتری بی‌علاقه چه کنیم
- از شنیدن «نه» نترسیم

و بسیاری از نکات طلایی دیگر.

ستار آرین آرا



ستار آرين آرا

* نویسنده کتاب موفقیت بدون مرز

ویزیتور، فروشنده حضوری، فروشنده تلفنی، کارشناس فروش، کارشناس تبلیغات، مدیر فروش، مدیر عامل و امروز : مشاور توسعه فروش مهارت ها :

- ✓ مشاور بازاریابی و تبلیغاتی
- ✓ مسلط به پیاده سازی مدرن ترین سیستم های افزایش فروش
- ✓ مسلط به تکنیکهای فروش، بازاریابی، تبلیغات، ارتباط موثر
- ✓ مسلط به فنون جمع آوری اطلاعات مشتریان
- ✓ مسلط به راه اندازی سیستم های فروش آنلاین متناسب با نیاز هر شرکت
- ✓ مسلط به موثرترین روش تبلیغات پیامکی، اینترنتی و ایمیل مارکتینگ
- ✓ نویسنده متن آگهی های تجاری و ارائه دهنده طرح های تبلیغاتی خلاق و جدید
- ✓ نویسنده مقالات سایت بازارسازان بهدیس
- ✓ مدرس کارگاههای آموزشی در حوزه کسب و کار
- ارائه مشاوره راهکارهای بهبود کسب و کار به :
- ✓ هتل چهار ستاره توس مشهد
- ✓ ماهنامه کارآفرین ناب
- ✓ دانشگاه پیام نور / دکتر احمد متقی زاده (مشاوره بهبود وب)
- ✓ گروه مشاورین شناخت (محبوب ترین گروه روانشناسی)
- ✓ پردیس هاستینگ
- ✓ بیمه های ایران و دانا
- ✓ و بسیاری دیگر.



باعث افتخار و خوشحالی من است که این
کتاب را به روش دلخواه تان تکثیر کنید.

و تنها خواهش من از شما در برابر این محصول رایگان
رعایت مسائل کپی رایت است.

لطفاً به ما لینک دهید

بازارسازان بهدیس

www.Behdis.org



حامی همیشگی و دلسوز ما که در سخت ترین شرایط
در کنارمان بود و با ارائه ایده های نو ما را برای حضور
در بازار ایران دلگرم کرد.

پردیس هاستینگ، ارائه دهنده خدمات میزبانی وب و

www.PardisHosting.com

ثبت دومین

اگر شما هم صاحب کسب و کار هستید از طریق ایمیل پشتیبانی نام و
لوگوی شرکت خود را برایمان ارسال نمایید تا به صورت رایگان در بخش
حامیان "بازارسازان بهدیس" قرار گیرید.

ایمیل تماس : Support@behdis.org

www.Behdis.org



بازارسازان بهدیس
راهی روشن برای
توسعه کسب و کار

* ناب ترین مقالات روز دنیا در حوزه کسب و کار

* مشاوره رایگان حضوری

* فرم مشاوره را از سایت دریافت کنید

فروشنده کیست؟

شما وقتی بیمار شوید به پزشک مراجعه می‌کنید،
 وقتی اتومبیل تان خراب شود به مکانیک مراجعه
 می‌کنید،
 وقتی در زندگی با مشکل خانوادگی روبرو شوید به
 مشاوره می‌روید،
 اگر هم اختلافی داشته باشید وکیل اختیار می‌کنید،
 فروشندگی دقیقاً مانند مثالهای بالا یک تخصص است،
 فروشنده نیازهای مشتری را درک میکند و آنها را
 برآورده میکند.
 فروشنده را دست کم نگیرید...

مقدمه

برای همه افرادی که به طور مستقیم در **شغل بسیار دلنشین فروشندگی** مشغول به کار هستند این سوال مطرح است که چگونه میتوانند فروش خود را افزایش دهند، مخصوصاً در این رکود بازار! نحوه ارتباط با مشتری، قیمتها، کیفیت، نحوه توضیح دادن شما به مشتری و بسیاری نکات ریز دیگر همه و همه در میزان فروش شما موثر هستند.

قصد دارم با طرح نکاتی بسیار حیاتی در این کتاب، فروش شما را با معجزه ای روبرو کنم.

طی چند سال گذشته، دروسی را به صورت آکادمیک در دانشگاه گذراندم و در کنار تحصیل آنها را در بازار تجربه کردم. طی تجربه شخصی ام که از ویزیتوری و فروشندگی شروع کرده و تا مدیر فروش و مدیر عاملی پیشرفتم، سعی کردم در کتاب حاضر فقط نکاتی را بنویسم که متناسب با بازار ایران بوده و واقعاً عملی و کاربردی باشد. اطلاعات این کتاب بخشی از دست آوردهای من طی چند سال تحصیل، تجربه و ارائه مشاوره های چند صد هزار تومانی به مشتریانم است. از شما میخواهم پس از مطالعه کامل کتاب به صفحه اختصاصی آن در سایت مراجعه کنید و نظرات تان را با من در میان بگذارید. نظرات شما راه مرا برای محصولات رایگان بعدی روشن تر میسازد.

لینک مطلب در سایت

<http://www.behdis.org/?p=۲۳۷>

دوستتان دارم

ستار آراین آرا

فروردین ۱۳۹۲

www.Behdis.org



بازارسازان بهدیس
راهی روشن برای
توسعه کسب و کار

* ناب ترین مقالات روز دنیا در حوزه کسب و کار

* مشاوره رایگان حضوری

* فرم مشاوره را از سایت دریافت کنید

۱- صادق و خوش برخورد باشید

اگر بخواهیم تمام آیتم های موفقیت در کسب و کار را به صورت اولویت دار لیست کنیم، من بدون تردید به شما میگویم اولین آنها صادق و خوش برخورد بودن شماست. مشتری به لبخند فروشنده دلخوش میشود و بسیاری از خریدها فقط و فقط بر اساس همین برخورد خوب صورت میگیرد. به طور معمول اگر با مشتری برخورد خوبی صورت نگیرد ۹۵٪ از آنها برای بار دوم مراجعه نخواهند کرد و از مهلک تر اینکه هیچ اعتراضی هم به فروشنده نکرده و فروشنده را در جهل خود باقی میگذارد و برعکس، طبق تحقیقات هر مشتری راضی بطور متوسط چهار مشتری جدید برای شما می آورد. پس لطفاً صادق و خوش برخورد باشید.

۲- هدف گذاری کنید

برای میزان فروش و درآمد خود هدف مشخص کنید. به طور مثال تعیین کنید در سال ۹۲ میخواهید ۱۰۰ میلیون تومان فروش داشته باشید. بنا به بازار مناسب دو ماه آخر سال ۳۰ میلیون تومان آن میبایست در دوماه آخر صورت گیرد و هفتاد میلیون تومان در ۱۰ ماه اول سال. پس به طور متوسط میبایست در هرماه هفت میلیون تومان بفروشید. حال باید برنامه ریزی کنید که برای این ماه چگونه هفت میلیون تومان اول تان را بفروشید.

۳- ظاهر دلنشین داشته باشید

ظاهر مناسبی داشته باشید. ظاهر حرفهای بسیاری برای مشتری دارد. مراقب کفشهایتان باشید. کفش ها باید همیشه تمیز باشند. نیازی به خرید و پوشیدن لباس

های گران قیمت و آنچنانی نیست، همین که ظاهر تان آراسته و تمیز باشد کافیهست. خلاقیت به خرج دهید و پیراهن هایی را که دارید با شلوارهای مختلف بپوشید تا هر بار در هر ملاقات متفاوت به نظر برسید.

- هیچوقت خارج از عرف نپوشید.

- اگر فروشگاه پوشاک و مخصوصاً کت و شلوار دارید از لباس های خودتان بپوشید و در هنگامی که مشتری در حال خرید است برایش توضیح دهید که خودتان هم از محصولات فروشگاه تان استفاده میکنید.

۴- کارشناس باشید

بدانید که چه چیزی را میفروشید. متخصص باشید. کارشناس باشید. اگر پارچه فروشی دارید بدانید که کیفیتها چگونه اند، ماندگاری و ثبات رنگ به چه صورت است، تفاوت پارچه ها را باهم بدانید و از همه مهمتر با زبانی ساده و روان برای مشتری توضیح دهید.

۵- عاشق محصول خود باشید

من در اولین جلسه مشاوره رایگانم این سوال را مطرح میکنم آیا خودتان از این محصول استفاده میکنید؟

بسیاری از فروشندگان ما خودشان هم از کیفیت محصولشان اطمینان ندارند، پس چگونه انتظار دارید مشتری به شما اعتماد کند؟

۶- عاشق کارتتان باشید

واقعاً این شعار نیست، باید عاشق باشید. وقتی عاشق کارتتان باشید میتوانید با شور و شوق درباره محصول توضیح دهید. اگر عاشق باشید دلسوز میشوید. اگر خودتان فروشنده نیستید، فروشنده های عاشق را استخدام کنید.

۷- دلسوز باشید

دلسوز مشتری باشید، فکر کنید خودتان میخواهید آن محصول را بخرید. اگر محصولی مناسب بودجه و نیاز مشتری نیست صادقانه بگویید خرید نکند.

۸- وقت بگذارید

وقتی مشتری از شما میپرسد چرا این جنس گران است و یا کیفیتش چطور است؟ با جملاتی نظیر: چون جنسش خوبه یا خیلی خوبه پاسخ ندهید. برای مشتری وقت بگذارید. کاملاً برایش توضیح دهید که چه چیزی را دارد میخرد و نشان دهید که برای وقت و پولش ارزش قائل هستید. مطمئن باشید حتی اگر در آن لحظه از شما خرید نکند، باز هم برمیگردد.

۹- خودتان از مشتری پرسید

شما تا زمانی که از دیدگاه مشتری به قضایا نگاه نکنید نیازهای او را نمیشناسید. پس اولین مزیت شناخت نیازهای مشتری، جلوگیری از اتلاف وقت خودتان است. بهترین راه برای دانستن نیازهای مشتری در فروش های حضوری پرسیدن از خود فرد است. مطرح کردن سوالات واضح که مشکل یا موقعیتی را مشخص میسازد، پرده از نیاز مشتری به محصول یا خدمات شما بر میدارد. بسیاری از مواردی که

مشتری علاقه ای به خرید نشان نمیدهد، پس از چند پرسش و پاسخ ساده رفع خواهد شد.

۱۰- زیاد صمیمی نباشید

در بسیاری از کتابهای ترجمه شده میخوانیم که با مشتری راحت باشید و وی را به اسم کوچک صدا کنید و یا از مراحل زندگی خانوادگی اش سوال کنید. باید بگوییم شخصاً تمام این موارد را رد میکنم. ما با فرهنگ خودمان زندگی میکنیم. دست دادن، لبخند زدن، مهربان بودن و رعایت تمامی نکات ادبی جای خود، اما ما موظف به رعایت عرف و فرهنگ جامعه خودمان نیز هستیم.

۱۱- چند ساعتی نباشید!

چقدر زیاد هستند فروشندگانی که پس از پرداخت وجه توسط خریدار و تحویل کالا، فرایند خرید را تمام شده در نظر میگیرند. آنها قبل از گرفتن سفارش سخت کار میکنند و علایق و خواسته های مشتری را در نظر میگیرند اما بلافاصله پس از اتمام خرید، خریدار را فراموش میکنند. آنها مشتری را فقط برای چند ساعت دوست دارند.

یک جمله معروف در این رابطه میگوید : ارتباط هرگز پس از اولین فروشِ موفقِ فروشنده به یک مشتری جدید، مشابه قبل نیست.

چند ساعتی نباشید.

۱۲- اهداف جلسه را مشخص کنید

اگر شما برای فروش محصولاتان جلسات مختلفی برگزار میکنید، حتماً قبل از شروع جلسه اهداف را برای خودتان لیست کنید. بدانید از جلسه چه میخواهید تا بتوانید مسلط جلوه کنید.

۱۳- پس از جلسه

پس از جلسه با مشتری تماس گرفته و از وی برای اینکه وقتش را در اختیار شما قرار داد تشکر کنید، اینکار را انجام دهید، حتی اگر خریدی صورت نگرفت.

۱۴- فروش را ببندید

منظور از بستن فروش، جمله ای است که بتوانید با آن نتیجه گیری کرده و سفارش مشتری را قطعی کنید. این یکی از اصلی ترین بخش های فرایند فروش است. روزی برای خرید کفش به فروشگاهی مراجعه کرده بودم که پس از پوشیدن چند جفت یکی را انتخاب کردم. به فروشنده گفتم همین را پسندیدم، او گفت : مدل های دیگری هم داریم اگر میخواهید نشان بدهم. همین جمله وی باعث شد تا با ارائه مدل های دیگر من سردرگم شوم و خرید را انجام ندهم. بعضی از فروشنده های ما با گفتن جملاتی نظیر این، فکر میکنند در حق مشتری لطف کرده اند اما چنین حرفهایی جز سردرگمی برای مشتری و رکود برای خود فروشنده چیزی در پی نخواهد داشت.

البته موضوع مهم اینجاست، اگر خریدار کالایی را انتخاب کرد که از نظر کارشناسی شما برایش سودی نخواهد داشت، بهتر است صادقانه این موضوع را با وی مطرح کنید.

۱۵- خلاصه گویی نکنید

رعایت تعادل بسیار مهم است. بعضی از فروشندگان ما به زور و با سختی به خریدار پاسخ میدهند. انگار شغل آنها فروشندگی نیست. آیا کاری مهم تر از پاسخگویی به مشتری دارید که در ازای آن پول دریافت کنید؟

۱۶- سخنرانی هم نکنید!

و بر عکس، عده ای دیگر هستند که اگر مشتری از رنگ بندی کالا سوالی مطرح کند فروشنده چندین موضوع دیگر را هم توضیح میدهد.

مسئله ای که من همیشه شاهد آن هستم این است که فروشندگان ما بسیار پرحرف هستند و دائم حرف مشتری را قطع میکنند. این دسته از فروشنده ها مشتری را در قالب دشمن یا رقیب تصور میکنند، فردی که نیت و هدفش از پرسیدن سوالات تخریب و پایین آوردن مطلوبیت کالای ماست. این دیدگاه را کنار بگذارید، مشتری میپرسد تا آگاه شود. فراموش نکنید مشتری پول پرداخت میکند پس حق دارد بداند، مشتری حقوق شما را میدهد.

مهارتی در علم روانشناسی مطرح است تحت عنوان : «گوش دادن فعال». گوش دادن فعال یعنی بدانید چه زمانی سکوت کنید و چه زمانی حرف بزنید، از این

مهمتر بدانید که چه باید بگویید. صحبت‌های شما باید به مشتری نشان بدهد که با تمام وجود حرف‌هایش را شنیده‌اید.

پاسخ شما میبایست ؛

کامل ، با اشتیاق و در محدوده ی پرسش خریدار باشد.

۱۷- دوستان، بهترین مشتریان

تفکری در ایران وجود دارد که بعضی از افراد تمام تلاش خود را میکنند تا از "آشنا" خرید نکنند. شما سعی کنید این طرز تفکر را بشکنید. یعنی سعی کنید به دوستان و اقوام خود بفروشید. این نکته زمانی حیاتی تر میشود که محصول شما در آغاز ارائه به بازار است. در این صورت حتی پیشنهاد میکنم به دوستان خود محصولاتتان را رایگان ارائه کنید تا ضمن دریافت بازخور از کیفیت کالا، آنها برایتان به صورت مجانی تبلیغ کنند و مشتری بیاورند.

۱۸- اصرار نکنید

یک بار در منطقه ای بسیار معروف تهران برای خرید لباس رفته بودم. پس از ورود به اولین مغازه و نسپندیدن آن، فروشنده با اصرار تمام که باید لباس را بپوشی و بعد نظر بدهی تا جایی که نحوه اصرار وی به گستاخی کشیده شد. که این رفتارش باعث خروج از آن مغازه برای همیشه شد.

برای مشتری شعور و شخصیت قائل شوید، اگر میگوید کالا را نمیخواهد موقعیت را بسنجید و در صورتی که امکان ادامه فرایند فروش وجود نداشت، از اصرار بیجا پرهیز کنید.

۱۹- از «نه» شنیدن هم وحشت نکنید

باید یاد بگیرید تعادل را رعایت کنید. در کنار اینکه نباید اصرار بیجا کرد، با شنیدن «نه» هم نباید عرصه فروش را خالی کنید.

بیاپید بررسی کنیم دلیل احتمالی اینکه مشتری «نه» میگوید چیست.

- از کیفیت کالا نامطمئن است

- در معتبر بودن شرکت شما تردید دارد

- بودجه کافی ندارد

- اجازه خرید ندارد

- در خرید مردد است

● باید تلاش کنید تا مشکل وی را حل کنید اما هیچوقت مشاجره نکنید. در

پاسخگویی به مشتریان صبور باشید. دقیقاً مانند زمانی که بیمار میشوید و از پزشک

معالاج توقع مهربانی دارید.

۲۰- هزینه های خرید را به مشتری توضیح دهید

هزینه ی خرید یعنی هزینه هایی که فرد پس از خرید یک کالا یا خدمات **متحمل**

میشود. در واقع قبل از خرید، خریدار اطلاعی از آنها ندارد و تصور میکند در بازاری

که تمام عرضه کنندگان محصولی را بین هزار تا هزار و صد تومان میفروشند، اگر

جایی را پیدا کند که آن محصول خاص را نهصد تومان خریداری کند، سود کرده

است در صورتی که از هزینه های خریدش بی اطلاع است!

البته گاهی هزینه های خرید، چندماه پس از خرید یک کالا با کیفیت پایین رخ میدهد، که اگر فرد در ابتدا دقت بیشتری به خرج میداد میتواند از بروز آنها جلوگیری نماید.

در دنیای امروز **هزینه های خرید**، یکی از اصلی ترین و مهم ترین **ملاکها** برای خرید یک محصول به حساب می آید.

به طور خلاصه و مفید به مشتری بگویید که خرید محصول با کیفیت پایین چه هزینه های جانبی برای وی دارد. در قراردادهای کلان این هزینه های جانبی را روی کاغذ برای طرف قرار داد بنویسید و توضیح دهید.

۲۱- تخفیف ندهید

تخفیف میزان نقدینگی شما را کم میکند. سعی کنید به جای تخفیف دادن از محصولاتی که دارید و فروش آنها کم است استفاده کنید و به صورت هدیه برای مشتری ارسال نمایید. حتی توصیه میشود در فروش های بزرگ این ارسال هدیه پس از انجام خرید باشد نه در همان لحظه.

یک مثال : محصول شما ۵۰ تومان است، اگر ۱۰ درصد تخفیف بدهید میزان نقدینگی تان ۴۵ تومان خواهد شد. اما اگر به جای تخفیف دادن محصولی را حتی با ارزش همان ۱۰ درصد خرید (در این مثال ۵ تومان) به مشتری بدهید بازهم سود کرده اید، چراکه اولاً میزان نقدینگی تان را افزایش میدهید و ثانیاً کالاهای موجود در انبار را نیز به اتمام میرسانید. نکته مهم این است که هدیه شما میبایست درخور خرید مشتری باشد و کیفیتی قابل قبولی داشته باشد، در غیر این صورت توهین تلقی شده و نتیجه عکس خواهد داد.

۲۲- در لحظه فروش بیشتر بفروشید

کسب و کارهایی مانند موبایل فروشی ها، سود بیشتر را از طریق نرم افزارها و خدمات جانبی دریافت میکنند.

شما هم در هر زمینه ای که فعالیت میکنید میبایست یک یا چند خدمت جدید را پیدا کنید تا بتوانید در لحظه فروش آنها در کنار کالای اصلی به فروش برسانید.

● روزی در مطب دکتر منتظر بودم تا نوبت به من برسد. در این حال مشغول صحبت با خانمی بودم که کنارم نشسته بود. حرفه ایشان آرایشگری بود و سالن آرایش داشتند. به وی توصیه کردم در کنار خدمات آرایش میتواند به فروش محصولات آرایشی و بهداشتی پردازد طوری که یک قفسه جداگانه طراحی کند و لوازم آرایش با کیفیتی از بازار انتخاب کند و به مشتریان خود از آنها بفروشد. پیدا کردن خدمات جانبی چندان سخت نیست، کفایت با دقت بیشتری فکر کنید.

۲۳- واکنش در برابر «این جنس گران است»

خب بگذارید به شما تبریک بگویم! اگر مشتری گفت این جنس گران است در اکثر مواقع به این معنی است که محصول شما را پسندیده و این بخش عمده ای از فرایند فروش است. پس لطفاً در برابر جمله گران است جبهه نگیرید. به مشتری حق بدهید، قیمت بالا به طور ناخداگاه یک ترس در درون فرد ایجاد میکند، او میترسد کالایی بخرد که در برابر پول پرداختی ارزش نداشته باشد. و اما کارهایی که میتوانید در برابر این جمله انجام دهید :

● سکوت کنید تا مشتری از فروشگاه (یا شرکت شما یا تماس تلفنی تان) خارج شود.

- با وی جر و بحث کنید تا اثبات کنید جنس تان گران نیست.
- اگر واقعاً از کیفیت کالای خود اطمینان دارید به مشتری توضیح دهید که شاید در کوتاه مدت قیمت کالا گران به نظر برسد اما در بلند مدت به دلیل با دوام بودن کالا، ارزش خرید را دارد. مشتری فقط و فقط میخواهد از این مطمئن شود که کالا ارزش خرید دارد.
- فراموش نکنید: قیمت یک کالا پس از چند روز فراموش میشود، اما کیفیت عالی آن تا مدتها در ذهن خواهد ماند.

۲۴- پنج سوال حیاتی در برابر اعتراض به قیمت

- اگر مشتری اعتراض کرد و یا بی میل به خرید بود، میتوانید با پنج سوال اساسی از پس کوجه های ذهن وی با خبر شوید.
- آیا علت عدم خریدتان قیمت است؟
 - چگونه قیمت محصول ما را با سایر محصولات مشابه مقایسه میکنید؟
 - اگر قبلاً تجربه چنین خریدی را داشتید، آیا آن موقع ارزان تر بود؟
 - آیا در خریدهای قبل با قیمت پایین تر، همین کیفیت را دریافت میکردید؟
 - برای خرید این کالا، نیاز به گرفتن تایید از فرد دیگری هستید؟

۲۵- از جزئیات محصول رقبا، با خبر باشید

وقتی مشتری درباره کالای رقیب صحبت میکند شما باید از جزئیات آن خبر داشته باشید تا بتوانید تفاوتها را برای وی توضیح دهید، تا میتوانید درباره سایر محصولات و مخصوصاً نقایص آنها اطلاعات جمع آوری کنید.

۲۶- مشتری دو دل را دوست بدارید

باور کنید مردم حق دارند که در شرایط فعلی در خریدشان تردید داشته باشند. آنها به سختی پول در می آورند و انتظار دارند مطلوب ترین کالا را به دست آورند. البته همیشه تردید در خرید به دلیل قیمت نیست، گاهی مشتری در همان لحظه به کالای ما نیاز ندارد و یا کالای فعلی ما با سلیقه اش همخوانی ندارد. شما در هر صورت مشتری دو دل را دوست بدارید و مانند سایر خریداران برایش وقت بگذارید. به شما قول میدهم روزی همین مشتری دو دل به یکی از خریداران شما تبدیل خواهد شد.

■ برای مشتریان فعلی (بالفعل) و مشتریان دو دل (بالقوه) میتوانید از نکته بسیار طلایی زیر استفاده کنید.

۲۷- مشتری دو دل / بخش دوم!

دو راه بسیار عالی برای جلب نظر مشتریان مردد (و یا حتی بی علاقه) وجود دارد، اول اینکه به وی پیشنهاد دهید محصول شما را در حجم کم تهیه کند و پس از اطمینان از کیفیت و قیمت، آنرا به قدر نیاز برایش ارسال کنید. راه دوم که البته مکمل اولیست، این است که آن مقدار کم را به صورت هدیه به مشتری تقدیم کنید. بگذارید شما را محک بزند و مطمئن شود.

۲۸- اجناس بنجل

شاید طرح این موضوع کمی غیر حرفه ای باشد، اما واقعیت این است که در بسیاری از مشاغل و مخصوصاً در خرده فروشی ها پس از مدتی فعالیت اجناسی از

رده خارج میشوند. البته این از رده خارج شدن بیشتر به دلیل تغییر سلیقه مردم و همچنین ارائه کالاهای جدیدتر است نه اینکه کالا در اصل بی کیفیت باشد.

برای فروش چنین کالاهایی میبایست ظاهر و بسته بندی آن را عوض کرد، و با ظاهری متفاوت و روشی جدید آن را مجدداً ارائه نمود. در ایران بسیاری از کسب و کارهای مطرح و به نام، محصولات خود را با بسته بندی جدید و از طریق سوپر مارکت ها به فروش میرسانند.

این روش تقریباً همان استراتژی نفوذ در بازار در طراحی های پلن های بازاریابی است.

۲۹- محصولات خوب را باز هم بفروشید

اگر محصولی خوب فروش رفت، مجدداً آن را ارائه کنید و سعی کنید بیشتر و بیشتر از آن بفروشید. میتوانید از طریق تبلیغات بیشتر آن کالا را محبوب تر کرده و فروش آن را چندین برابر کنید.

۳۰- تاییدیه بگیرید

مطلوب است که بتوانید از مشتریان سابق خود تاییدیه ای با محتوای رضایت خرید از شما بگیرید و آن را به طور مناسب به مشتریان جدید ارائه کنید.

- میتوانید با مشروط قرار دادن هدیه ای خاص، از مشتری بخواهید فرم نظرات را درباره محصولات شما پر کند.

۳۱- اطلاعات مشتریان را جمع کنید

یک دقیقه به این سه جمله فکر کنید :

- هزینه فروش به مشتریان جدید چهار برابر فروش به مشتریان فعلی است.
- احتمال آنکه مشتری فعلی خرید خود را تکرار کند ۲۵ برابر بیشتر از مشتریانی است که تاکنون هیچ خریدی از شما انجام نداده است. (ران والپر)
- مشتریان دو دل (بالقوه) روزی به مشتری وفادار شما تبدیل خواهد شد.
- با این وجود به نظر شما آیا ارزش ندارد که سیستمی طراحی کنید تا اطلاعات مشتری را جمع آوری کنید؟ شاید برایتان سوال شود که چگونه باید اینکار را عملی کرد.

چهار مثال واقعی :

- در یکی از کارهای عملی برای یکی از فروشگاههای پوشاک مردانه دفتری گذاشتیم و صادقانه به مشتریان گفتیم هر بار که محصولات جدید بیاوریم و یا فروش های ویژه برگزار کنیم، از طریق پیامک اطلاع رسانی خواهیم کرد. فقط همین را میگویم سود غیر قابل باوری در اولین بار که پیامکها را ارسال کردیم عاید صاحب فروشگاه شد.
- همچنین در وب سایت یکی از آژانس های مسافرتی به نام تهران، بخشی قرار دادیم تا افراد با ارسال شماره موبال خود از تورهای لحظه آخری مطلع شوند. طبق آماري که پس از چند هفته گرفتیم به طور متوسط ۷۰٪ از بازدیدکنندگان عضو این سیستم شده بودند، که این بی نظیر است.
- برای یکی از شرکتهای مطرح ارائه خدمات وب، فایل صوتی آموزشی تهیه کردیم و با طراحی فرم دانلود به ازای دریافت ایمیل، ایمیل کاربران سایت را جمع آوری کردیم.

- برای یکی از فروشگاههای تهران، کارت قرعه کشی طراحی و چاپ کردیم و از مشتریان خواستیم با ارسال نام خود در قرعه کشی پایان ماه شرکت کنند.

● در تماس های تلفنی هم که به شرکت تان میشود حتماً شماره تلفن مستقیم و یا تلفن همراه فرد را در فایل تان ذخیره کنید.

- شما هم میتوانید یک راه برای جمع آوری اطلاعات مشتریان تان پیدا کنید. این کار بسیار ساده است، کافیت کمی فکر کنید.

۳۲- فروشنده ی دیگران باشید

بله تعجب نکنید، یکی از بهترین روش های افزایش فروش تبادل محصول است. نترسید که محصول دیگران را بفروشید، مطمئن باشید آنها هم اینکار برایتان جبران خواهند کرد. محصولات مرتبط از شرکتهای همکار (و با قیمت همکاری) را بیاورید و در ازای آن از محصولات خود به آنها بدهید. این روش باعث افزایش محبوبیت شما بین همکاران و بین مشتریان خواهد شد.

۳۳- مشتریان کلیدی را فراموش نکنید

طبق قانون پارتو هشتاد درصد از کل فروش ما را بیست درصد از مشتریان انجام میدهند. پس هر شرکت و یا فروشگاه مشتریان کلیدی دارد که میبایست برای آنها برنامه خاصی طراحی و پیاده سازی کنند.

۳۴- تبلیغ کنید

هیچوقت تبلیغات مستقیم را فراموش نکنید. برای بعضی از شرکتهای تبلیغ کردن به منظور به یاد ماندن در ذهن مشتری (برند سازی) یک نیاز اساسی است. حتی اگر تمام

تبلیغات شما منجر به فروش هم نشود باز هم باید هزینه کنید و تبلیغات انجام دهید. نکته اصلی در این بخش پیدا کردن روش موثر و مقرون به صرفه برای تبلیغ است.

۳۵- خلاق باشید

کمی فکر کنید، بهتر بگوییم، کمی بیشتر فکر کنید! شغل و حرفه شما حداقل نیمی از زندگی تان است. باید به طور مستمر و هرروز به بهبود آن فکر کنید. خلاقیت به خرج دهید، نترسید و ایده های جدید و بکر را اجرایی کنید.

۳۶- هدیه بدهید

از شگفت انگیزترین راههای تاثیر گذاری بر روی مشتری، هدیه دادن است. هدیه لازم نیست صرف هزینه های کلان باشد، حتی یک پیامک زیبای صبح روز تولد نیز میتواند بهترین هدیه برای مشتری شما باشد.

۳۷- خرید احساسی

همیشه نیاز نیست برای مشتری دلایل منطقی و توجیهاات علمی و حساب شده بیاورید تا از شما خرید کند. سعی کنید روی احساس مشتریان اثر بگذارید. طبق تحقیقات رسمی انجام شده، اکثر خرید به صورت احساسی انجام شده ولی با دلایل منطقی توجیه میشود. به طور مثال افراد خودرو بی ام دبلیو را خریداری میکنند تا از وجهه و جایگاه اجتماعی آن برخوردار شوند اما با عبارت "یک عمر کار میکند" خرید چند صد میلیون تومانی خودشان را توجیه میکنند، در صورتی که همه میدانیم هیچکس بی ام دبلیو را یک عمر نگه نمیدارد!!

شما هم فکر کنید و راههایی برای ایجاد توجیحات احساسی در مشتری پیدا کنید، راهی که مختص به کسب و کار خودتان است.

۳۸- نگران نباشید ، بهترین باشید

بعضی از مشتریان دائم ابراز نگرانی میکنند که چرا در ارائه فلان کالا اول نبوده اند و تصور میکنند چون اولین نبوده اند نتوانسته اند جایگاه مناسبی در بازار پیدا کنند. کاملاً مشخص است که چنین دیدگاهی رد شده است. به جای نگرانی و افسوس خوردن های بی مورد برای اول بودن، لطفاً بهترین باشید. شما میتوانید همان محصول را از طریق یک سیستم فروش مناسب در حد عالی به فروش برسانید.

۳۹- شبکه های اجتماعی را فراموش نکنید

این نکته ی طلایی در حوزه تجارت الکترونیک است. امروزه دیگر هر شخص و یا شرکتی (حتی کوچک) یک صفحه در فیسبوک برای خود دارد. بحث فروش محصولات به کنار، حضور در شبکه های اجتماعی برای شما محبوبیت می آورد.

۴۰- و در آخر ؛ چون و چرا نیاورید

کافیه! لطفاً بهانه گیری برای شرایط اقتصادی و سیاسی و سایر مسائل را کنار بگذارید، امروز وقت اجرا کردن ایده هاست. شرایط نامطلوب اقتصادی مورد قبول است اما اگر بررسی کنید متوجه خواهید شد رقبای شما در همین بازار نامناسب از سهم بازار و میزان فروش مناسبی برخوردار هستند، پس **چون و چرا نیاورید.**

یک خبر حیرت آور

سی دی صوتی رایگان

"معجزه ای در افزایش فروش"

ما در حال تهیه یک سی دی MP3 با موضوع "معجزه ای در افزایش فروش" هستیم که قرار است جدیدترین مطالب روز دنیا که در بازار ایران کاربرد دارند را برایتان جمع آوری کنیم.

ما قصد داریم این مجموعه را به صورت کاملاً رایگان (واقعاً رایگان) در اختیار کاربرانمان قرار دهیم.

به محض آماده شدن این مجموعه که قرار است به صورت کاملاً اورجینال تهیه شود، از طریق ایمیل به اطلاع تان میرسانیم.

به لینک زیر مراجعه نمایید و مشترک سایت شوید تا ضمن دریافت مطالب جدید در حوزه کسب و کار، از آماده شدن سی دی نیز مطلع شوید.

<http://behdis.org/landing/>

در انتهای هر ایمیل این امکان برای شما فراهم است که بتوانید از عضویت خارج شوید، ما اهل ارسال اسپم نیستیم. دوستان دارم، ستار آرین آرا

www.Behdis.org



بازار سازان بهدیس
راهی روشن برای
توسعه کسب و کار

* ناب ترین مقالات روز دنیا در حوزه کسب و کار

* مشاوره رایگان حضوری

* فرم مشاوره را از سایت دریافت کنید



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

