

اصول فروش متفاوت

پنج نکته اساسی وجود دارد که در زمان رویارویی با مشتریان بالقوه در نظر داشته باشید.

1_ حتی الامکان از یادآوری رقبا به اسم خودداری کنید:

این روش به منزله یک شیوه تبلیغاتی بدون هزینه بوده و به سادگی اعتماد مشتری را در مقابل رقبا افزایش می دهد. بسیاری از فروشندگان این روش را نمی دانند. به هر شیوه ای در مورد رقبا صحبت کنید اما هرگز از رقبا نام نبرید و به جای آن واژه هایی مانند شرکت های دیگر یا عرضه کنندگان دیگر استفاده کنید.

2_

2_ حتی الامکان در مورد رقبایتان صحبتی به میان نیاورید: صرفا به این دلیل که در بازار رقابتی هستید، هرگز وانمود نکنید که در راس این رقابت قرار دارید. در صورتی که از مشتریان بپرسید که آیا غیر از شما شخص دیگری را در این راس می بینند، احتمالا آنها در مورد این موضوع به تفکر و تفحص خواهند پرداخت.

به جای آن، برای اینکه جایگاه خود را در صحنه رقابت ارزیابی کنید، از آنها بپرسید: آیا تا کنون هیچ کار دیگری در این مورد انجام داده اید؟ یا چقدر با این مسئله درگیر بوده اید؟ یا برای بهبود این وضعیت چه طرح هایی دارید؟

3_ اگر مجبورید در مورد رقبا صحبت کنید از عباراتی مانند رقبای ما یا رقابت ما را مقایسه کنید، استفاده نکنید. تمامی این عبارات به سادگی، به باور پذیری قدرت رقبایتان می افزاید. اگر کسی بپرسد رقبایتان چه کسانی هستند؟ (سوالی کاملا منطقی

برای یک مدیر اجرایی زیرک) با قاطعیت و شوخ طبعی پاسخ دهید: « نمی دانم، ما رقیبی نداریم، تعدادی شرکت در این زمینه فعالیت دارند. حتی برخی از آنها محصولاتی با نام مشابه محصولات ما تولید می کنند، ولی اکنون مساله پایان یافته

، زیرا...»

و سپس روی وجه تمایز آن تاکید نمایید و محصول متفاوت خود را بفروشید.

4_ از رقبای خود عیب جویی نکنید:

خرده گیری یک عمل غیر حرفه ایی و ناشیانه محسوب می شود و هم چنین خلاف قاعده اصلی تجارت است. با هر دست که بدهی با همان دست پس می گیری. به هر حال نباید تحت تاثیر قرار گیرید. این اصل را به یاد داشته باشید « از ضعیف ترین

رقبای خود بیشترین تحسین را به عمل آورید ». تحسین و ستایش بهترین تاثیر را در مقابل رقبایی که از شما بد می گویند

خواهد داشت و به خاطر داشته باشید که، عیب جویی نکردن الزاما به این معنا نیست که به نقطه ضعف ها و ایرادهایشان اشاره نکنید بلکه، به این معناست که سخنان ناخوشایند و زننده در مورد آنان نگویید. (محصولات و خدمات و پرسنل و

اعمال آنان را انتقاد و محکوم نکنید).

5_ روی نقاط قوت خود تاکید کنید:

اطمینان حاصل کنید که مشتری دلیل این که فکر می کنید محصولات و خدمات شما بهتر است را می داند و معنای آن را هم درک می کند. پس در مورد عدم توانایی هایتان خیلی نگران نباشید در عوض به توانایی های خود متکی باشید و نتیجه نقاط

قوت خود را بفروشی

منبع

www.qmp.ir