

www.myindustry.ir

www.myindustry.ir

اصول ومهارت های فروش

سید علیرضا محسنی • سید حمیدرضا عظیمی

www.myindustry.ir

نشر لوح فکر



۱۳۹۴

اصول و مهارت‌های فروش

سیدعلیرضا محسنی • سید حمیدرضا عظیمی

صفحه‌آرایی و اجرای جلد: سمیه باقری • ویرایش: محمدرضا رهبر

قیمت: ۸۰۰۰ تومان • شابک: ۳-۵۵-۸۵۷۸-۹۶۴-۹۷۸

چاپ اول: بهار ۱۳۹۴ • تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه • چاپ و صحافی: خجسته

www.myindustry.ir

فهرست

۷	پیش‌گفتار.....
۹	مقدمه.....
۱۵	اصول فرآیند فروش.....
۲۷	مهارت‌های اصلی که هر فروشنده‌ای باید داشته باشد.....
۴۹	مدل‌های اولیه فروش.....
۷۱	حفظ روابط مشتری.....

www.myindustry.ir

پیش‌گفتار

آیا انسان‌ها، فروشنده‌ها، فروشنده‌ها می‌شوند؟ یا این‌که توانایی‌های فروش را می‌توان آموخت؟

ما به جرات فکر می‌کنیم بدون توجه به این‌که پیش‌زمینه تحصیلی و تجربه شما چیست، یادگیری دانش و هنر فروش می‌تواند از طریق تکنیک‌ها و رویکردهای صحیح انجام پذیرد.

در طول این کتاب، ما بهترین رویکردها را برای فروش موثر مطرح می‌نماییم. فرض کرده‌ایم که شما تجربه اندکی در فروش دارید بنابراین دست شما را خواهیم گرفت و شالوده‌ای از اصول مهارت‌های فروش را در اختیارتان می‌گذاریم.

ما بر این باور هستیم که می‌توان با دستیابی به سطح بهینه‌ای از دانش بازاریابی^۱ و مهارت‌های فروش، هر کسب و کاری را با تحول روبرو ساخت. در این کتاب تلاش نموده‌ایم تا دانش و مهارت را به طور همزمان تا سطح بهینه و با زبانی ساده مطرح

نماییم و امیدوار هستیم بتوانیم از این طریق سهمی در رشد و توسعه کسب و کار ایرانی داشته باشیم.

سید علیرضا محسنی^۱

سید حمیدرضا عظیمی^۲

www.myindustry.ir

۱. دانش‌آموخته مقطع کارشناسی مهندسی متالورژی صنعتی دانشگاه علم و صنعت و کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی (EMBA) با گرایش استراتژی بازار سازمان مدیریت صنعتی است که از سال ۸۲ تا کنون به عنوان مشاور کسب و کار و بازاریابی در حوزه‌های تولیدی و خدماتی فعالیت نموده است. همچنین وی از سال ۸۴ به عنوان مدرس دوره‌های بازاریابی و کسب و کار در موسسات آموزشی بین‌المللی (CB) و در بنگاه‌های صنعتی مشغول به تدریس بوده است.

۲. سید حمیدرضا عظیمی دانش‌آموخته مقطع کارشناسی مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی‌تکنیک تهران) و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی دانشگاه شهید بهشتی و دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی است که از سال ۸۴ تاکنون به عنوان مشاور کسب و کار و بازاریابی در حوزه‌های تولیدی و خدماتی فعالیت نموده است و با راه‌اندازی وبسایت پایگاه اطلاع‌رسانی صنعت به آدرس www.myindustry.ir تلاش نموده است تا دانش مدیریت، بازاریابی و موضوعات مرتبط را در اختیار صاحبان کسب و کارهای کوچک قرار دهد. همچنین وی از سال ۹۰ به عنوان مدرس دوره‌های MBA و کسب و کار در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی کشور مشغول به تدریس است.

مقدمه

۱-۱ مروری بر کتاب

وقتی به فردی که مهارت‌های فروش خوبی دارد فکر می‌کنید، چه چیزی به ذهنتان می‌آید؟ آیا به فردی می‌اندیشید که خوب صحبت می‌کند، کسی که با مشتریانش مکالمه‌های خوبی دارد و فقط بر روی فروش محصولش متمرکز است؟ اگر پاسخ شما مثبت است، شما در مورد کسی که مهارت‌های فروش خوبی دارد فکر نمی‌کنید. البته، آن‌ها معمولاً در ایجاد فروش افراد قابل هستند، اما برای فروش‌های بعدی چگونه؟ یا در مورد حفظ مشتریان برای یک بازه زمانی طولانی چگونه؟

نظر شما در مورد فردی که راه حل‌های موثری را برای حل مشکلات مردم و رفع نیازهای واقعی آن‌ها می‌دهد چیست؟ اساساً تعریف صحیح فروش همین است!

ما تمایل داریم، تصویری از ویژگی‌هایی که یک فروشنده دارد را در ذهن داشته باشیم. به علاوه، برخی از ما فکر می‌کنیم که نمی‌توانیم فروشندگان خوبی باشیم چون

نمی‌توانیم فروش تلفنی را انجام دهیم یا درنهایی کردن فروش خیلی متبحر نیستیم. اما در این کتاب، ما به فروش از منظر دیگری نگاه می‌کنیم. چه احساسی در مورد این‌که شما فردی شوید که به مردم کمک می‌کند تا آن‌ها مشکلاتشان را از طریق پیشنهادات شما حل کنند؟ پیشنهاداتی که راه‌حلی برای نیازهای آن‌ها است. اساساً تعریف صحیح فروش همین است!

اما با این وجود چگونه به این نتیجه می‌رسید که می‌توانید در این کار موفق شوید؟ ما به دنبال این هستیم که مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانش‌هایی که کمک می‌کند تا یک فروشنده بهتر شوید، در اختیارتان بگذاریم. به شما خواهیم گفت که «یک فروشنده خوب بود» چه مهارت‌هایی نیاز دارد؛ فرآیند شکل‌گیری فروش چیست؟ همچنین مروری خواهیم کرد بر مدل‌های فروش و از همه مهم‌تر بر چگونگی حفظ ارتباط با مشتریان.

این کتاب، اصول اولیه فروش و فروشندگی را با زبانی ساده مطرح نموده است. در کتب بعدی همین مجموعه، این موضوع را با جزئیات بیشتری بررسی می‌نماییم.

۱-۲ فرآیند فروش

هر چیزی که مرتبط با فرآیند فروش است تحت تاثیر محیط قرار می‌گیرد، عصری که در آن زندگی می‌کنیم، سطح تکنولوژی و روندهایی که در بازار وجود دارد همگی بر فرآیند فروش موثر است.

در فصل دوم، فرآیند کلی فروش را از طریق خرد نمودن یک فروش به دو مرحله مجزا بررسی خواهیم نمود و هر ارتباط فروش را به خوبی درخواهیم یافت.

در این فصل، به دنبال گام‌هایی که به عنوان یک فروشنده

باید طی شود نیستیم، بلکه می‌خواهیم به محیطی که در آن این گام‌ها را طی می‌کنید، پردازیم. تمام نکات مربوط به فرآیند فروش تحت تاثیر محیطی قرار می‌گیرد که در آن هستیم؛ عصری که در آن زندگی می‌کنیم، سطح تکنولوژی و بی‌معنی اطراف ما. در ادامه بررسی خواهیم کرد که چگونه تاکتیک‌های فروش طی سال‌ها تغییر کرده است و امروزه چه چیزهای در فروش رایج است.

ما به فروش از همان منظری نگاه خواهیم کرد که پیشتر اشاره شد، یعنی به عنوان راه‌حلی برای مشکلات مشتریان. فرآیند فروش با یک دورنما شروع می‌شود، نه یک مشتری، و این فرایند تا زمانی که نه تنها مشکلی که مشتری مطرح کرده است را حل نموده باشید، بلکه تا زمانی که خود را به عنوان فردی متخصص برای مشکلات بعدی مشتری به وی معرفی کرده باشید ادامه خواهد یافت.

۱-۳ مهارت‌های عمومی که هر فروشنده باید داشته باشد

در فصل سوم؛ نگاهی خواهیم داشت به مهارت‌های عمومی که هر شخصی برای تبدیل شدن به فروشنده باید داشته باشد. اگر تاکنون شخصی را ملاقات کرده باشید که به نظر فردی حرفه‌ای در فروش بیاید، قطعاً آنها یا این مهارت‌ها را به صورت مادرزادی داشته و یا او را با مطالعه و گذر زمان تصاحب کرده است.

نکته مهمی که باید بدانید این است که تمام این مهارت‌ها قابل یادگیری و توسعه است.

این مهارت‌های عمومی شامل موارد زیر است:

تمام مهارت‌هایی که شما برای تبدیل شدن به یک فروشنده بهتر نیاز دارید را می‌توانید بیاموزید و توسعه دهید.

مهارت گوش دادن یک فروشنده موثر باید بتواند به حرف‌های مشتریان بالقوه و مشتریان بالفعل گوش کند و حتی چیزهایی که آن‌ها نمی‌گویند را دریابد. فروشنده خوب باید به صرف وقت برای درک نیازهای واقعی مشتریان و تشخیص مشکلات آن‌ها و تلاش برای حل مشکلاتشان علاقه‌مند باشد.

مهارت‌های ارتباطی موثر علاوه بر گوش دادن، شما باید بتوانید پاسخ مناسب بدهید. شما باید این توانایی را داشته باشید که بدون توجه به این‌که از شما خرید می‌کند یا خیر! پیشنهادی مناسب را به مشتری بدهید.

مهارت‌های حل مشکل - فروشنده‌های خوب همیشه برای حل مشکلات مشتریان کار می‌کنند، آن‌ها دریافته‌اند که حل مشکلات مشتریان، شغل اصلی آن‌ها است.

مهارت‌های فردی - فراتر از مهارت‌های ارتباطی، فروشنده باید بداند که چگونه با مشتریان و همکاران خود کار کند تا موثرتر باشد. آن‌ها باید مودب، پاسخگو و ماهر در برقراری ارتباط باشند. مهارت‌های سازمانی فروشنده‌های موفق، افرادی سازمان‌یافته هستند. این لزوماً به این معنا نیست که میزکار آن‌ها منظم است، بلکه به این معناست که آن‌ها سیستمی برای نگهداری اطلاعات در مورد مشتریان، محصولات و هر اطلاعاتی که ممکن است مشتریان‌شان نیاز داشته باشند؛ دارند.

مهارت‌های خودانگیزی - اگر می‌خواهید فروشنده خوبی باشید، باید این توانایی را داشته باشید که به خودتان انگیزه دهید! ممکن است با حوادثی مواجه شوید که تمایلی برای طی کردن مراحل بعدی در فرآیند فروش نداشته باشید، اما باید بدانید که چگونه با

این احساس به کارتان ادامه دهید و برای رفع نیازهای مشتری گام بردارید. این کمک شایانی به موفقیت شما در شغلستان می‌کند.

مهارت‌های تشویقی - مشتریان تقریباً همیشه گزینه دیگری برای رفع نیازشان دارند، ترغیب کردن، هنر کمک کردن به مشتریان برای ترجیح پیشنهاد ما به پیشنهاد دیگران است.

مهارت‌های ارائه خدمات به مشتریان زمانی که شما بدانید، چگونه یک کالا را بفروشید، زمان دانستن آن است که چگونه مشتریان را حفظ کنید! آیا مشتریان را فقط برای یک بار فروش می‌خواهید؟ یا فکر می‌کنید آن‌ها افرادی هستند که می‌توانند منبع بالقوه‌ای برای فروش در طول زمان باشند؟

صداقت در هر ارتباطی از جمله ارتباط فروشنده - مشتری، یکپارچگی ضروری است. بدون یکپارچگی، شما اعتماد مشتری را از دست خواهید داد و این فاجعه‌ای برای فروشنده است!

۱-۴ مدل‌های فروش

در فروش باید فعال بود!
یعنی باید مشتریان بالقوه را به مشتری بالفعل تبدیل نمود.
مهارت‌های فروش، شامل خلق و حفظ مشتری است!

فصل چهارم جایی است که مهارت‌های فروش را خواهید شناخت. در فروش باید فعال بود، یعنی باید بتوان مشتریان بالقوه را به یک مشتری بالفعل تبدیل نمود.

مشتریان ممکن است ویژگی‌های به خصوصی داشته باشند که منجر شود شما تصور کنید به کالا یا خدمت شما علاقه مند هستند و شغل شما دقیقاً همین است که بدانید کدام افراد به کالا یا خدمات شما علاقه دارند. ما مدل‌های روشی که برای مشتریان باید به کار گرفته شوند را بررسی خواهیم کرد.

- در استفاده از هر کدام از مدل‌های فروش باید:
- « به دقت مزیت‌های محصول یا خدمت را شناسایی کرده باشیم.
 - « مشتریان بالقوه را تشخیص دهیم.
 - « با مشتریان ارتباط برقرار کنیم.
 - « توافق و نزدیکی را با مشتری بیابیم.
 - « نیاز یا مشکل مشتری را شناسایی کنیم.
 - « توضیح دهیم که محصول یا خدمت چگونه نیاز مشتری را برطرف می‌کند.
 - « فروش را به نتیجه برسانیم.
 - « ارتباط با مشتری را حفظ کنیم.

زمانی که گام‌های فوق را برای اولین بار تکمیل کردید، شما یک مشتری را با یک بار خرید ایجاد کرده‌اید. اما برای فروش مجدد به وی، بسیار انرژی کمتری صرف خواهید کرد. بنابراین ارتباط ما با مشتریان فعلی یک بخش ضروری است و باید این مهارت را تقویت کنیم. در فصل پایانی این کتاب به این موضوع بیشتر خواهیم پرداخت.

۵-۱ حفظ ارتباط با مشتری

در فصل پنجم، بر روی حقیقتی که اشاره شد تمرکز خواهیم کرد. یعنی این که حفظ مشتریان فعلی بسیار کم هزینه‌تر از جذب مشتریان جدید است. اگر آگاهی کافی از نیازهای فعلی و آینده مشتریانمان را به دست آوریم، آن‌گاه برای فروش محصولات و خدمات جدیدمان آماده خواهیم بود و بدین ترتیب همواره فروش جدیدی را ایجاد خواهیم کرد و این بسیار آسان‌تر از جلب مشتریان جدید خواهد بود.