

فروش موفق برایان تریسی

چگونه فروش عالی داشته باشیم ، ما فروش شما را متحول می کنیم

آی موفقیت
WWW.SUCCESS.IR
SUCCESS
SALES

جذب حرفه ای و دائمی مشتریان
پایه سازی سیستم های فروش
ارائه خدمات عالی به مشتریان
سه کلید قانع کردن افراد
تحلیل رفتار فروش رقبا
و ده ها نکته کاربردی دیگر

اختصاصی آی موفقیت
Success

ncc622

مستند آموزشی رایگان



فهرست مطالب

	مقدمه
۶	
۱۱	۱. در اصول اولیه ممتاز شوید
۱۷	۲. حفظ اشتیاق
۲۵	۳. مهارت های مدیریت فردی: بازی درونی
۳۱	۴. مهارت های مدیریت فردی: بازی بیرونی
۳۹	۵. کسب دانش عالی درباره محصول
۴۳	۶. تحلیل رقبا
۴۹	۷. ایجاد مزیت رقابتی
۵۵	۸. ساخت استراتژی فروش موثر
۶۱	۹. جذب حرفه ای مشتریان
۶۷	۱۰. ارزیابی خریداران احتمالی
۷۳	۱۱. عامل دوستی
۷۹	۱۲. سه کلید قانع کردن افراد
۸۳	۱۳. ارائه فروش موثر
۸۷	۱۴. قدرت تلقین
۹۱	۱۵. ایجاد اعتبار کلان
۹۷	۱۶. پاسخ به اعتراضات
۱۰۳	۱۷. از مشتری بخواهید اقدام کند
۱۰۹	۱۸. ارائه خدمات عالی به مشتریان
۱۱۵	۱۹. حفظ دائمی مشتریان
۱۲۱	۲۰. مدیریت موثر زمان
۱۲۵	۲۱. هیچ محدودیتی وجود ندارد!

مقدمه

من از ۱۰ سالگی در کار فروش بودم یعنی از زمانی که برای گذران زندگی و درآوردن خرج کمپ تابستانه آن سال، صابون «روزامیل» می فروختم. از آن زمان به بعد مطالعات فراوانی داشتم، کتاب های بسیاری خواندم و سعی کردم مطالب بیشتری درباره فروش بیاموزم زیرا می خواستم در این کار موفق باشم، درست همان طور که شما می خواهید. در ابتدای کار از خود می پرسیدم «چرا بعضی فروشندگان از سایرین موفق ترند؟»

چرا بعضی فروشندگان سریعتر و ساده تر پول به دست می آورند و بیشتر می فروشند؟ چرا موفقیت بیشتری کسب می کنند، سودهای مادی بیشتری مثل اتومبیل، خانه و لباس های زیبا به دست می آورند و رضایت بیشتری از شغل خود دارند، درحالی که اکثر فروشندگان موفق نیستند و عملکرد ضعیفی دارند؟

اصل اول

آن هنگام بود که با قانون معروف ۸۰/۲۰ که به اصل پارِتو معروف است،

آشنا شدم. این قانون می گوید ۲۰ درصد فروشندگان ۸۰ درصد فروش را انجام می دهند. در نتیجه ۸۰ درصد فروشندگان فقط ۲۰ درصد فروش را انجام می دهند. وقتی این اصل را آموختم، تصمیمی گرفتم: عهد کردم هر چه در توان دارم انجام دهم تا جزو آن ۲۰ درصد برتر باشم و همین طور هم شد. چند سال پیش، یک شرکت بزرگ بیمه با هزاران کارگزار تصمیم گرفت که اعتبار قانون ۸۰/۲۰ را در درآمد و فروش خود بسنجد. آن شرکت داده های فروش و درآمد همه کارگزارانش را به کامپیوتر داد و دریافت که این قانون درست است. ۲۰ درصد کارگزاران، ۸۰ درصد فروش را انجام می دادند. سپس از مدیران شرکت پرسیدند که نقش این قانون در درآمد سالانه شان چیست. آن ها دریافتند که ۲۰ درصد برتر کارگزاران به طور میانگین ۱۶ برابر ۸۰ درصد دیگر درآمد کسب می کنند. آیا معنی اش این بود که آن ۲۰ درصد ۱۶ برابر بهتر، باهوش تر یا شایسته تر از ۸۰ درصد دیگر بودند؟ پاسخ واضح است: هیچ کس ۱۶ برابر بهتر و باهوش تر از شخص دیگری نیست. برخی در طی زمان، در موارد خاصی کمی بهتر از دیگران هستند.

۲۰ درصد برتر در گروه ۲۰ درصد

همچنین آن ها ۴ درصد برتر کارگزاران یعنی ۲۰ درصد برتر در ۲۰ درصد را بررسی کردند و درآمد آن ها را با فروش و درآمد ۸۰ درصد نخست مقایسه کردند. آن ها دریافتند که این ۴ درصد به طور میانگین ۳۲ برابر آن ۸۰ درصد درآمد کسب می کنند. در گام بعدی ۰٫۸ درصد کارگزاران برتر (۲۰ درصد از ۴ درصد برتر) را بررسی کردند و دریافتند که این گروه نخبه به طور میانگین پنجاه برابر ۸۰ درصد اول درآمد کسب می کنند.

در هر شهر یا دفتر بزرگ فقط یک نفر بود که درآمدش پنجاه برابر افرادی بود که همان محصولات را با همان قیمت، تحت شرایط رقابتی یکسان در همان اداره به همان مشتریان می فروختند. وقتی یک فروشنده معمولی با

دریافت کمیسیون، سالانه ۳۰ هزار تا ۴۰ هزار دلار درآمد داشت، ۱۰ درصد افراد برتر آن حوزه درآمدی بیش از ۸۰۰ هزار دلار در سال داشتند و درآمد بعضی‌ها به میلیون می‌رسید.

تصمیم بگیرید

با توجه به این اختلاف باورنکردنی در فروش و درآمد، هدف هر فروشنده در هر حوزه باید این باشد که به جرگه ۲۰ درصد افراد برتر صنعت خود بپیوندد. ۲۰ درصد برتر همیشه خوب می‌فروشند، زندگی بهتری دارند و شرایط بازار هیچ تاثیری در کارشان ندارد. آن‌ها همیشه کار دارند، همه به دنبال استخدامشان هستند و از کارشان بیشترین لذت را می‌برند. چرا چنین اختلاف‌های بزرگی در عملکرد فروش وجود دارد؟ در کتاب «فروش موفق» برخی از پاسخ‌ها را با شما در میان خواهیم گذاشت.

گسترش حاشیه بُرد

یکی از مهم‌ترین اکتشافات قرن بیستم در حوزه عملکرد انسان این بود که کارکنان برتر در هر حوزه، از جمله فروش، فقط کمی بهتر از هم‌رده‌های خود در موارد کلیدی هستند. این تفاوت کوچک در عملکرد «حاشیه برد» نامیده می‌شود. افراد برتر در هر حوزه‌ای حاشیه برد خود در آن حوزه‌ها را گسترش داده‌اند و در نتیجه به عملکرد فوق‌العاده و نتایج فوق‌العاده دست می‌یابند. مثال محبوب من مسابقه اسب‌دوانی است. در مسابقه اسب‌دوانی، اسبی که با اختلاف چند سانتیمتر در جایگاه نخست قرار گرفته، ۱۰ برابر اسب دوم جایزه می‌گیرد. آیا اسبی که برنده شده ۱۰ برابر سریع‌تر از اسب دوم است؟ آیا اسب برنده ۱۰ درصد سریع‌تر از اسب بازنده است؟ پاسخ منفی است. اسب برنده فقط

به اندازه چند سانتیمتر سریع تر است. شاید این فاصله به ۹ سانتیمتر هم نرسد. فروشندگانی که فروشی را قطعی می‌کند، ۱۰۰ درصد کار را انجام داده و ۱۰۰ درصد کمیسیون را می‌گیرد. آیا شخصی که فروش کرده دو برابر بهتر از شخصی است که فروش نداشته است؟ در همه موارد، افراد دارای بهترین و ضعیف‌ترین عملکرد از نظر مهارت و توانایی، اختلاف ناچیزی با هم دارند. شخصی که سالانه ۲۵۰,۰۰۰ دلار فروش می‌کند، ۱۰ برابر بهتر و باهوش‌تر یا سخت‌کوش‌تر از فردی نیست که همان محصول را می‌فروشد اما درآمد سالانه‌اش فقط ۲۵,۰۰۰ دلار است.

موضوع هوش نیست

در مطالعه‌ای که چند سال پیش در نیویورک انجام شد، محققان ۱۰۰۰ فرد بالغ را به‌طور تصادفی انتخاب کردند و ضریب هوشی آن‌ها را سنجیدند. آن‌ها دریافتند که ضریب هوشی باهوش‌ترین فرد فقط ۲,۵ برابر کم‌هوش‌ترین فرد بود؛ اما شخصی که بیشترین درآمد را داشت (و لزوماً باهوش‌ترین نبود) درآمدش ۱۰۰ برابر کم‌درآمدترین فرد بود.

نتیجه ساده است: استعداد یا توانایی به تنهایی دلیل موفقیت نیست. همه افراد استعداد و توانایی ذاتی برای فروش دارند. روش استفاده از آن استعدادها و توانایی‌های ذاتی تعیین‌کننده موفقیت است.

ارتباط جادویی

تحلیل‌های فراوانی درباره فروشندگان برتر انجام شده تا روش تفکر و رفتار آن‌ها مشخص شود. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که فروشندگان برتر توانایی برقراری روابط دوستانه با مشتریان مختلف و متنوع را دارند. آن‌ها فوراً رابطه برقرار کرده و اعتماد فراوانی در فرایند فروش ایجاد می‌کنند. در

حقیقت، عوامل شخصیتی تعیین کننده حداقل ۸۰ درصد موفقیت در فروش هستند.

اثرگذاری بر دیگران بیش از هر عامل دیگری به خودانگاره و عزت نفس فرد بستگی دارد. ارتباط مستقیمی بین عزت نفس و موفقیت در فروش وجود دارد. فروشندگانی که خود را دوست دارند و به خود احترام می گذارند، مشتریان خود را نیز دوست دارند و به آن ها احترام می گذارند. به همین ترتیب مشتریان هم آن ها را دوست دارند، به آن ها احترام می گذارند و پیشنهادشان را درباره محصولات و خدمات می پذیرند.

احساس بُرد

روانشناسان برای توضیح ارتباط بین عزت نفس و عملکرد شخصی از واژه «عزت نفس عملکردمحور» استفاده می کنند. نتیجه ساده است: هرچه بیشتر خودتان را دوست داشته باشید، بهتر کار می کنید. اگر بهتر کار کنید، خودتان را بیشتر دوست دارید. هر کدام غذای دیگری است. هرچه بهتر شوید، بهتر می شوید. هرچه موفق تر شوید، بیشتر احساس «برنده ها» را خواهید داشت. هرچه بیشتر از این احساس بُرد لذت ببرید، سخت تر کار می کنید، افراد بیشتری را ملاقات می کنید و نتایج بهتری در فروش کسب می کنید.

در صفحات آینده مجموعه ای از روش ها، تکنیک ها و استراتژی های خاص را به شما یاد می دهم که می توانید برای بهبود فوق العاده عملکرد خود از آن ها استفاده کنید. این بهبود عملکرد باعث می شود که خودتان را بیشتر دوست داشته باشید و بیشتر به خود احترام بگذارید که در نهایت منجر به عملکرد بهتر خواهد شد. به این ترتیب، وارد ماریپچی صعودی از موفقیت و قدرت شخصی می شوید که شما را به اوج می رساند. بیایید آغاز کنیم.

فصل یک

در اصول اولیه ممتاز شوید

وقتی وینس لمباردی از تیم «نیویورک جاپیتنز» به «گرین بی پکرز» در ویسکانسین پیوست تا رهبری آن را برعهده بگیرد، سال ها بود که این تیم عملکرد ضعیفی داشت.

وقتی از او پرسیدند تصمیم دارد چه چیزی را تغییر دهد یا چه کار متفاوتی انجام دهد تا تیمش را به مسابقات قهرمانی برساند، این جمله معروف را بر زبان آورد «قرار نیست کار خارق العاده ای انجام دهیم؛ فقط می خواهیم از نظر شوت، دویدن، پاس دادن و دریافت به بهترین تیم لیگ ملی فوتبال تبدیل شویم. می خواهیم در اصول اولیه ممتاز شویم.»

سپس ادامه داد «می خواهیم هر بازی را به شکلی آرام و کارا پیش ببریم تا حتی اگر تیم مقابل تاکتیک ما را بفهمد، نتواند ما را متوقف کند.»
فروشندگان با عملکرد عالی افرادی هستند که نخست اصول اولیه فروش موفق را مشخص می کنند و در آن اصول ممتاز می شوند.

فروش موفق - فصل ۱

اصول اولیه فروش موفق

هفت حوزه کلیدی وجود دارد که تعیین کننده اثربخشی فروش است. در هر یک از این هفت حوزه به خودتان نمره‌ای بین ۱ تا ۱۰ بدهید. بدانید که ضعف در هر یک از این حوزه‌ها کافی است تا مانع استفاده از همه توانتان در فروش شود.

در حقیقت، ضعیف‌ترین مهارت کلیدی تا حد زیادی تعیین کننده میزان فروش و درآمد است. گاهی تقویت خودتان در ضعیف‌ترین حوزه کلیدی منجر به بهبود فراوان نتایج فروش می‌شود.

هفت حوزه کلیدی در فروش

۱. جذب مشتریان

مشتریان بیشتر و بهتری را بیابید و زمان بیشتری را به آن‌ها اختصاص دهید.

۲. ایجاد رابطه دوستانه و اعتماد

برای شناخت مشتری احتمالی و همدلی با او وقت بگذارید تا شما را دوست داشته باشد، به شما اعتماد کند و مایل باشد نیازها و مشکلاتش را با شما در میان بگذارد.

۳. تعیین نیازها

سوالاتی منظم و هدفمند بپرسید تا مشکلات، خواسته‌ها و نیازهای واقعی مشتری احتمالی در رابطه با آنچه می‌فروشید را مشخص کنید.

۴. معرفی محصول

از کل به جزء بروید و به مشتریان احتمالی مناسب نشان دهید که محصول

فروش موفق - فصل ۱

یا خدمتتان در این زمان و با در نظر گرفتن همه جنبه‌ها بهترین گزینه برای او است.

۵. پاسخ اعتراضات

به نظرات مخالف و معمول اکثر مشتریان درباره قیمت و قابلیت‌های محصول خود پاسخ‌های منطقی و قطعی بدهید.

۶. نهایی کردن فروش و درخواست انجام خرید

منظور از نهایی کردن، رساندن گفتگوی فروش به یک نتیجه رضایت‌بخش، انجام فروش و امضای سفارش یا قرارداد است.

۷. فروش مجدد و درخواست معرفی مشتریان جدید

منظور تامین خدمات عالی پس از فروش برای مشتریان است به نحوی که مشتری آن قدر خوشحال باشد که باز هم از شما خرید کند و محصولات یا خدماتتان را به دوستانش پیشنهاد دهد.

امتیاز کل خود را جمع کرده و آن را به هفت تقسیم کنید تا ضریب اثربخشی فروش امروز به دست آید. اگر میانگین امتیاز کمتر از ۵ است، نتایج فروش پایین‌تر از حد رضایت‌بخش است و احتمالاً حوزه‌ای که پایین‌ترین امتیاز را در آن دارید، بیش از هر عامل دیگری مانع فروش موفق شما بوده است.

مدل‌های قدیم و جدید فروش

تقریباً همه فروشندگان برتر از روشی استفاده می‌کنند که آن را «مدل جدید فروش» می‌نامیم. این مدل کاملاً با مدل قدیمی متفاوت است. البته هنوز

فروش موفق - فصل ۱

شرکت های بسیاری مدل قدیمی را آموزش می دهند و فروشندگان بسیاری به طور گسترده از آن استفاده می کنند. هر یک از این مدل های قدیمی و جدید چهار بخش دارند.

نخستین بخش مدل قدیمی، حدود ۱۰ درصد کار، به «نخستین برخورد» مربوط است. فروشنده با مشتری احتمالی روبه رو می شود و قبل از شروع چیزی شبیه این می گوید «سلام، حالتان چطور است؟» بعد بحثی کوتاه درباره آخرین بازی فوتبال یا برنامه تلویزیونی می کند و سپس مستقیم سراغ گفتگوی فروش می رود.

دومین بخش مدل قدیمی، ارزیابی سریع مشتری احتمالی است تا ببینیم آیا شرایط خرید محصول یا خدمت را دارد. به فروشندگان آموزش می دهند تا سوالات ارزیابی هوشمندانه ای بپرسند و قبل از هدر دادن زمان برای ارائه فروش، اطمینان حاصل کنند که مشتری شرایط استفاده از محصول و همچنین استطاعت خرید آن را دارد.

سومین بخش مدل قدیمی، معرفی محصول یا خدمت به بهترین شکل ممکن است؛ اینکه ویژگی های محصول را به مشتری معرفی کرده و او را ترغیب به خرید کنند. فروشنده آموزش دیده است که تا حد ممکن درباره مزایای محصول صحبت کند و با مجموعه ای از پرسش و پاسخ های هوشمندانه به نظرات مخالف پاسخ دهد.

آخرین بخش مدل قدیمی فروش یعنی ۴۰ درصد فرایند فروش، نهایی کردن فروش است. فرض کلی این است که همه اثربخشی فروش به توانایی فروشنده در نهایی کردن فروش با استفاده از تکنیک های متنوع بستگی دارد.

مشتریان جدید، روش های جدید

امروزه روش قدیمی فروش اصلا موثر نیست. مشتریان آگاه تر و پیچیده تر

فروش موفق - فصل ۱

شده‌اند و فروشندگان موفق که در میان آن ۲۰ درصد برتر قرار می‌گیرند یاد گرفته‌اند محصول و خدمت را با روش موردعلاقه مشتری به او بفروشند. روش جدید فروش مانند یک هرم برعکس است که قاعده آن در بالا و نوک هرم در پایین قرار دارد. هرم به چهار بخش تقسیم می‌شود. اولین بخش یعنی ۴۰ درصد از گفتگوی فروش مربوط به اعتمادسازی است. اعتماد مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در تصمیم خرید و در روابط بین افراد است. دومین بخش مدل جدید که ۳۰ درصد آن را به خود اختصاص می‌دهد، تعیین دقیق نیازها است. مجموعه‌ای از سوالات متشکل و ساختارمند پیرسید که به شما امکان می‌دهد تا حتی قبل از معرفی محصول و خدمت یا بحث درباره آن، شرایط مشتری را به طور کامل بشناسید.

در ۲۰ درصد دیگر مدل جدید بر اساس آنچه مشتری گفته است، محصول یا خدمت خود را معرفی می‌کنید و به او نشان می‌دهید که محصول یا خدمتان چگونه می‌تواند نیازهایی که به وضوح در این گفتگو و تا این لحظه مشخص شده را تامین کند.

۱۰ درصد آخر مدل جدید فروش، درخواست از مشتری برای اتخاذ تصمیم خرید است؛ تاکید اینکه پیشنهاد ما همان نیاز و خواسته مشتری است و ترغیب مشتری برای خرید در اولین فرصت. هرچه زمان بیشتری را صرف اعتمادسازی کنید، ارائه فروش راحت‌تر و موثرتری دارید و در نهایت می‌توانید فروش کنید.

فروش رابطه‌ای

این مدل جدید بر پایه مفهومی است که آن را «فروش رابطه‌ای» می‌نامیم. امروزه کلید موفقیت در فروش ایجاد روابط تجاری حرفه‌ای و باکیفیت با مشتریان است. این مدل نیازمند موارد زیر است: ایجاد اعتماد و اعتبار فراوان،

فروش موفق - فصل ۱

تعیین دقیق نیازها، نشان دادن این موضوع که محصول یا خدمت شما نیازهای خریدار را تامین می کند و سپس تشویق خریدار به اقدام و نهایی کردن معامله. در این کتاب، درباره فروش رابطه ای صحبت کرده و مدام از دو مفهوم زیر سخن می گوئیم:

۱. اهمیت ایجاد روابط معتبر

۲. اهمیت ممتاز شدن در اصول اولیه

نقطه شروع تبدیل شدن به بهترین فرد در حوزه کاری و قرار گرفتن در ۲۰ درصد یا حتی ۱۰ درصد برتر افراد کسب و کار، تعیین مهارت های کلیدی لازم برای ارتقای فروش و سپس تعیین کارهای لازم برای کسب برتری در هر یک از آن حوزه ها است.

تمرین های عملی

۱. در هر یک از هفت حوزه کلیدی، امتیازی از ۱ تا ۱۰ به خود بدهید و ضعیف ترین و قوی ترین حوزه خود را مشخص کنید.

۲. یک حوزه کلیدی که در آن ضعیف هستید را انتخاب کرده و هر روز برای بهتر شدن در آن تلاش کنید.

فصل دو

حفظ اشتیاق

قانون ۸۰/۲۰ در فروش موفق صدق می کند. ۸۰ درصد موفقیت تان به نگرش، شخصیت و انگیزه شما بستگی دارد. گفته می شود که عامل حیاتی در فروش «انتقال اشتیاق» است. فروش زمانی اتفاق می افتد که اشتیاق و باور تان درباره مفید و ارزشمند بودن محصول یا خدمت را به ذهن مشتری منتقل کنید. مانند یک ارتباط الکتریکی، وقتی جرقه اشتیاق از شما به مشتری منتقل شود، فروش انجام می شود. اشتیاق کلید ایجاد روابط خوب با خریداران و نهایی کردن فروش است. باید نسبت به خود، محصول و شرکت تان مشتاق باشید تا بتوانید این اشتیاق را به دیگران منتقل کنید. اشتیاق چیزی است که می توانید آن را مانند تناسب اندام پرورش دهید. هیچ کس با این اشتیاق به دنیا نمی آید.

فروش موفق - فصل ۲

پر انرژی باشید

برای ایجاد و حفظ اشتیاق و انرژی زیاد در فروش تکنیک های مختلفی وجود دارد که هر روز می توانید از آنها استفاده کنید.

انتظارات مثبت داشته باشید

این یکی از بزرگترین انگیزاننده ها است. انتظارات شما تعیین کننده نگرش شما است و نگرشتان تعیین کننده نوع رفتارتان با دیگران و واکنش آنها به شما است.

با داشتن انتظار همیشگی از خود برای انجام کارهای خوب، عادت انتظارات مثبت را در خود ایجاد می کنید. انتظار داشته باشید هر شخصی که با او صحبت می کنید، یک مشتری احتمالی باشد. انتظار داشته باشید مردم شما را دوست داشته باشند و پیشنهاد فروش شما را بپذیرند. به خود و توانایی تان برای تبدیل شدن به یکی از کارکنان برتر در حوزه خود اعتقاد داشته باشید.

گفتگوی درونی مثبت داشته باشید

همیشه با لحنی مثبت با خود حرف بزنید. ۹۵ درصد احساسات، به روش شما برای صحبت کردن با خودتان بستگی دارد. افراد موفق عادت دارند ذهن خود را با عبارات مثبت پر کنند که با روشی که می خواهند مورد پذیرش مردم قرار گیرند و اهدافشان سازگار است.

فروشندگان موفق عاشق کارشان هستند. آنها به محصول یا خدمتشان اعتقاد دارند. به شرکت و مشتریانشان تعهد دارند. در نتیجه، مدام این تعهدات را در ذهنشان تقویت می کنند و با تکرار «من عاشق کارم هستم! من عاشق کارم هستم! من عاشق کارم هستم!» در برابر تجربیات منفی مقاومت می کنند.

فروش موفق - فصل ۲

تجسم مثبت داشته باشید

مدام ذهنتان را با تصاویر ذهنی شفاف از شخصیت و کار ایده‌آل تان تغذیه کنید. «آنچه را بتوانید ببینید، به دست می‌آورید.»

«تمرین ذهنی» ابزاری نیرومند در ورزش و فروش است که می‌تواند شما را مثبت و با انگیزه نگه دارد تا در طول روز بهترین عملکرد را داشته باشید. در تمرین ذهنی چشمان خود را می‌بندید و تصویری شفاف از بهترین شخصی که می‌توانید باشید خلق می‌کنید. تصور می‌کنید در حال فروش با بیشترین اثربخشی ممکن هستید. هر بار که این تصویر را در ذهنتان تکرار می‌کنید، ضمیر ناخودآگاهتان آن را به عنوان دستور می‌پذیرد. وقتی در شرایط واقعی فروش قرار می‌گیرید، ضمیر ناخودآگاه، انرژی، اشتیاق و نگرش مثبت سازگار با تصویر ذهنی را به شما می‌دهد. این تکنیک بیش از هر چیز دیگری می‌تواند به موفقیت شما کمک کند.

خوراک ذهنی مثبت مصرف کنید

می‌دانید که تغذیه سالم و غذاهای مقوی، انرژی بیشتری ایجاد می‌کند و در طول روز عملکرد بهتری دارید. به همین ترتیب، وقتی ذهنتان را با خوراک ذهنی مثبت (که آن را پروتئین ذهنی می‌نامیم) تغذیه کنید، شفاف‌تر فکر می‌کنید و در طول روز احساس بهتری نسبت به خود خواهید داشت.

برای ارتقای ذهن، داشتن احساس بهتر به خود و حرکت سریع برای قرار گرفتن در ۲۰ درصد افراد برتر حوزه فروش، می‌توانید سه کار را انجام دهید:

۱. هر روز ۳۰ تا ۶۰ دقیقه مطالعه کنید

خواندن برای مغز مانند ورزش برای جسم است. بهترین کتاب‌های فروش را بخريد و هر صبح یک ساعت بهترین روش‌ها، استراتژی‌ها و تکنیک‌های

فروش موفق - فصل ۲

فروشی که تاکنون استفاده شده است را مطالعه کنید. خبرنامه‌ها، مقالات و مجله‌های فروش را بخوانید.

۲. به سی‌دی‌ها و کتاب‌های صوتی آموزشی گوش دهید

در اتومبیل و با موبایل به آن‌ها گوش دهید و مطالب جدید بیاموزید. اتومبیل خود را به یک «کلاس سیار» تبدیل کنید. به گفته زیگ زیگلر «در دانشگاه اتومبیل‌تان ثبت‌نام کنید و در دوران کاری خود تمام وقت در آن حضور داشته باشید».

۳. در هر سمیناری که می‌توانید شرکت کنید

از امروز تصمیم بگیرید هر سال در ۴ سمینار شرکت کنید. در ردیف جلو بنشینید و یادداشت‌های مفید بردارید. با سخنران یا مربی صحبت کنید و سوال پرسید. زمانی را به دیدار با سایر افرادی اختصاص دهید که در آن سمینار شرکت کرده‌اند و از آن‌ها پرسید چه مطلب مهمی آموخته‌اند. وقتی از سمینار به خانه برمی‌گردید، یادداشت‌ها را مرور کنید. هفته‌ای یکبار آن‌ها را مرور کنید و این کار را یک ماه ادامه دهید. با دقت به اقدامات خاص و ممکن برای اجرایی کردن ایده‌هایی که آموخته‌اید، فکر کنید. سمینار را به تجربه‌ای غنی و رضایت‌بخش برای کارتان تبدیل کنید.

با افراد مثبت معاشرت کنید

افرادی که با آن‌ها معاشرت می‌کنید، اثر شدیدی بر تفکر و احساسات شما دارند. به همین دلیل، سعی کنید با برنده‌ها معاشرت کنید. با افراد مثبتی معاشرت کنید که در کار خود به جایی رسیده‌اند. به گفته زیگ زیگلر «اگر با بوقلمون‌ها بچرخید، نمی‌توانید با عقاب‌ها پرواز کنید».

فروش موفق - فصل ۲

یکی از شاگردانم برایم تعریف کرد که چطور از رده آخر به رتبه اول بخش فروش رسیده است. وقتی کارش را به عنوان یک فروشنده رده پایین آغاز کرد، با فروشندگان رده پایین دیگر معاشرت می کرد که بخش اعظم زمان خود را به رد و بدل کردن کارت های ویزیت و صحبت درباره کارهایی که قصد انجامش را داشتند، می گذراندند.

او فهمید که فروشندگان برتر به ندرت در محل کار حضور دارند و هر گاه در اداره هستند، به گفتگوی تلفنی و سازماندهی پیشنهادهای فروش مشغول هستند؛ بنابراین کاری انجام داد که زندگیش را متحول کرد. نزدیکی از فروشندگان برتر رفت و از او خواست نصیحتی درباره مدیریت زمان در اختیارش قرار دهد.

فروشنده برتر از این درخواست متعجب شد، زیرا بسیار نادر بود و روش مدیریت زمان روزانه خود را به مرد جوان توضیح داد. فروشنده تازه کار دقیقاً همان کاری را انجام داد که فروشنده برتر انجام می داد و پس از یک هفته متوجه شد که کارها و نتایج فروشش در حال بهبود هستند.

سپس از یک فروشنده برتر دیگر خواست مطالبی درباره برنامه هایی که باید به آنها گوش دهد، کتاب هایی که باید بخواند، مطالبی که در گفتگوی فروش باید بگوید و موارد دیگر به او بیاموزد. صحبت با همه این فروشندگان برتر برایش مفید بود.

هیچ تعجبی نداشت که در عرض ۶ ماه، او نیز به یکی از فروشندگان برتر تبدیل شد. اکنون با افراد برتر شرکت معاشرت می کرد. آنها به طور منظم با هم دیدار می کردند تا در مورد روش های مختلف بهبود فروش صحبت کنند. در عرض یکسال به یکی از برترین فروشندگان شرکت تبدیل شد و هرگز به دوران گذشته اش برنگشت.

فروش موفق - فصل ۲

در کارتان متخصص شوید

محصولات و خدمات خود را به دقت بررسی کنید و بروشورهای محصولات را صفحه به صفحه بخوانید. درباره آنچه می فروشید دانش فراوانی داشته باشید تا حدی که اگر همه مطالب فروش خود را گم کردید، بتوانید پیشنهاد فروش را از حفظ ارائه کنید.

کسب و کار و صنعت خود را بررسی کنید. رقبا را بررسی کنید. محصولات و خدماتی که می فروشند را بشناسید و ببینید آنچه شما می فروشید چه تفاوتی با محصولات و خدمات آنها دارد و چقدر از آنها برتر است. هر چه محصولات، خدمات، رقبا و به طور کل بازار را بیشتر بشناسید، اعتماد به نفس بیشتری دارید و مشتریان بیشتر به شما احترام می گذارند.

در کارتان جدی باشید

بدانید که به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای، یک متخصص هستید. وقتی به رده‌های بالای حوزه کاری خود برسید، می‌توانید بیشتر از یک پزشک، دندانپزشک، معمار یا مهندس و افرادی که سال‌ها سابقه تحصیلات دانشگاهی دارند، درآمد کسب کنید.

افراد متخصصی که در رده‌های برتر حوزه کاری خود قرار دارند، زمان زیادی را به کسب آگاهی درباره روند فعلی کسب و کارشان می‌گذرانند. آنها کارشان را جدی می‌گیرند. تصمیم می‌گیرند در کارشان عالی شوند و بهتر از رقبا باشند. می‌خواهند به عنوان افراد برتر کسب و کارشان شناخته شوند. مهم‌تر از همه اینکه افراد حرفه‌ای به انجام کارهای عالی در کسب و کار و بهبود مداوم در هر روز و هر هفته تعهد دارند. شما نیز باید همینطور باشید.

فروش موفق - فصل ۲

تمرین های عملی

۱. همین امروز تصمیم بگیرید تا بهبود فردی را به عنوان یک تمرین همیشگی ادامه دهید. کتاب هایی با موضوع فروش پیدا کنید و از این به بعد تا آخر دوران کاری خود در فروش، هر روز یک فصل کتاب بخوانید.

۲. این کلمات را به زبان آورید: «خودم را دوست دارم و عاشق کارم هستم!» این جمله را در طول روز، ابتدای صبح و هرگاه ناامید و مغلوب هستید، بارها و بارها تکرار کنید.

i-Success.ir

فروش موفق - فصل ۲۱

هرچه سریع تر حرکت کنید، افراد بیشتری را می بینید. هرچه افراد بیشتری را ببینید، بیشتر می فروشید. هرچه بیشتر بفروشید، درآمد بیشتری کسب می کنید. هرچه درآمد بیشتری کسب کنید، انگیزه بیشتری برای دیدن افراد بیشتر، فروش بیشتر و حتی کسب درآمد بیشتر خواهید داشت. وقتی این ایده ها را ساعت به ساعت، روز به روز و بی وقفه و سرسختانه تمرین کنید، فروشتان بیشتر و بیشتر می شود. در مدت چند ماه یا حتی چند هفته به یکی از موفق ترین و پردرآمدترین افراد حوزه کاری خود تبدیل می شوید. من هم امیدوارم که چنین شود. هیچ محدودیتی وجود ندارد!

تمرین های عملی

۱. همین امروز تصمیم بگیرید کاری را که شما را در حوزه فروش ممتاز می کند، به طور دائم انجام دهید.

دوست عزیز سلام

شما در حال استفاده یکی از محصولات وب سایت آی-موفقیت هستید از آنجایی که برای تهیه و تولید این محصول زمان و هزینه زیادی صرف شده است وب سایت آی-موفقیت حق استفاده از محصولات را تنها به فردی می دهد که نسخه اصلی را از سایت ما تهیه و هزینه آن را پرداخت نموده اند و کلیه نسخه های کپی شده و استفاده آنها از لحاظ قانونی و شرعی حرام می باشد در صورتیکه تا کنون از نسخه کپی شده ای استفاده نموده اید جهت کسب رضایت صاحب اثر می توانید هزینه آن را از طریق صفحه محصولات در سایت واریز نمائید

برای دانلود نسخه کامل کتاب فروش موفق به سایت آی موفقیت مراجعه نمایید