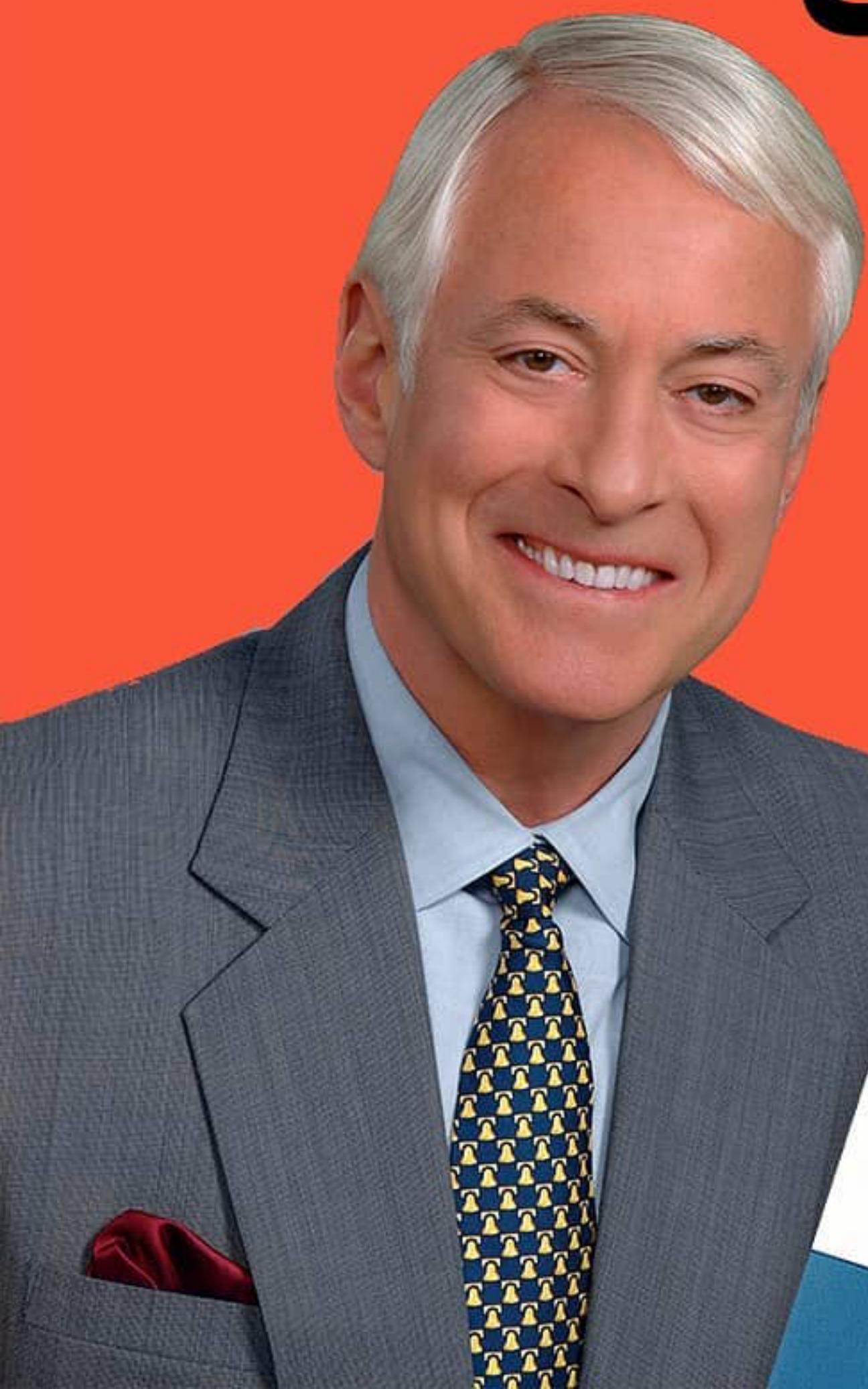


گزیده‌ای از کتاب روانشناسی فروش

 KHALASEH
KETAB.COM



روانشناسی فروش

چگونه بیشتر، آسان‌تر و سریع‌تر از آنچه تصور
می‌کردید، فروش خود را افزایش بدهید

هراس و تردید به خود همیشه

بزرگ‌ترین دشمنان توانمندیهای بالقوه انسان بوده‌اند.

خودتان را ارزان نفروشید

بعضیها گمان می‌کنند در قطعی کردن فروش و حشتناک هستند. تا زمانی که این‌گونه فکر کنید و این‌گونه با خود حرف بزنید، در قطعی کردن فروش ناتوان خواهید بود. به محض آنکه می‌خواهید تقاضای سفارش بکنید قلبتان تپش پیدا می‌کند، دلتان آشوب می‌شود، کف دستهایتان عرق می‌کند و ذهنتان انگارکه از کار

می‌افتد. واقعیت این است که قطعی کردن فروش بخش پایانی و انتهایی فروش کردن است و موضوعی طبیعی و نرمال به حساب می‌آید. وقتی در بخش قطعی کردن فروش مهارت‌های لازم را به دست آوردید، می‌توانید در هر شرایطی تقاضای سفارش بکنید.

بعضیها گمان می‌کنند که به هنگام صحبت تلفنی و حشتناک هستند. به این علت که از رد شدن می‌ترسند، از تماس گرفتن با مشتریان احتمالی خودداری می‌ورزند و بعد به خود می‌گویند: «از زنگ زدن به غریبه‌ها متنفرم.»

تا زمان که از حرف این خدیجه نداشته باز که اب‌گونه بیندشید، هر بار

آنچه را که می خواهید، در ذهن تصور کنید.

آن را بینید، لمس کنید و باور کنید.

پیش طرح ذهن خود را تهیه کنید و به ساختن پردازید.

— رابرت کولیر

تا فروشی صورت نگیرد، اتفاقی نمی افتد. فروشنده‌گان از جمله مهم‌ترین مردم اجتماع هستند. بدون فروش، تمام جامعه در سکون و سکوت فرو می‌رود. آفرینش‌گان واقعی ثروت در جامعه واحدهای تجاری و بازرگانی هستند. واحدهای تجاری همه تولیدات و خدمات را تولید می‌کنند. واحدهای تجاری همه سود و ثروت را خلق می‌کنند. مؤسسات اقتصادی حقوق و منافع همه را می‌پردازند. سلامتی جامعه تجاری و اقتصادی در هر شهر، استان و کشور تعیین‌کننده‌گان اصلی کیفیت زندگی و استاندارد زندگی مردم در هر منطقه جغرافیایی هستند.

شما مهم هستید

چرا مشتریان خرید نمی‌کنند

ترس از شکست در ذهن مشتری یکی از موانع مهم بر سر راه خرید کردن است. هر مشتری بارها و بارها مرتکب اشتباه شده است. خدماتی را خریداری کرده که بعداً فهمیده پول بیش از اندازه‌ای برای آن پرداخت کرده است. محصولاتی را خریداری کرده که خیلی زود خراب شده‌اند و نتوانسته آنها را تعمیر کند. کالاهایی را خریداری کرده که در اصل به آنها نیازی نداشته است، کالاهایی را خریده که نتوانسته از آن استفاده کند. او به اندازه‌ای در تجربه کردن خرید باناکامی مواجه شده که حد و اندازه ندارد.

این ترس از شکست و ناکامی دلیل اصلی خرید نکردن مشتریان است.

بنابراین یکی از مهم‌ترین کارهایی که می‌کنید این است که در مشتری ایجاد اعتماد کنید و از ترس و تردید او بکاهید.

ترس از رد شدن

دومین مانع بزرگ فروش ترس از رد شدن و مورد بی‌اعتنایی قرار گرفتن است. می‌ترسیم که خریدار احتمالی به ما جواب نه بدهد. می‌ترسیم مورد بی‌احترامی، تأیید نشدن و انتقاد واقع شویم.

شاید برای بعضی عنوان «معجزه‌های روانشناسی فروش» مبالغه‌آمیز به نظر آید. مشاهدات، پژوهشها و تجربیات نشان می‌دهد که این ترکیب نه تنها مبالغه‌آمیز نیست، بلکه به دشواری می‌توان کلماتی را پیدا کرد که اهمیت آن را بیان کند. چرا؟ از آنجاکه در پس هر فروشی انسان یا انسانها یی قرار دارند بنابراین

شناخت روانی انسان که موضوع روانشناسی است، موجب می‌شود فروشنده‌گان با ایجاد انگیزه بتوانند به فروشهای مطلوب و ایده‌آل برسند. به قول عنوان کتاب نخست انسان و سپس کالا، فروشنده‌گان موفق نخست به انسان و سپس فروش پرداخته‌اند.

«روانشناسی فروش» را می‌توان مطالعه علمی اثرات روان بر فروش، و بر عکس اثرات فروش بر روان دانست که بر اساس مدل‌سازی و طراحی اثربخش و موفقیت‌آمیز در جهت اهداف فروش حرکت می‌کند.

در وحشیت بدل پیش‌بینی اس. از خود رد پایی بر جای می‌گذارد.

موفقیت یک حادثه نیست. شکست هم یک حادثه نیست.

در واقع، موفقیت قابل پیش‌بینی است. از خود رد پایی بر جای می‌گذارد.

در اینجا به قاعده بزرگی می‌رسیم: «اگر به تکرار کاری را که مردمان موفق انجام می‌دهند انجام بدھید، هیچ عاملی در دنیا نمی‌تواند سبب شود که شما به همان نتایج آنها نرسید. و اگر این کار را نکنید، شانس موفقیتی انتظارتان را نمی‌کشد.»

به خاطر داشته باشید هر کسی که امروزه در جمع ۱۰ درصد بالا قرار دارد روزی در جمع ۱۰ درصد پایین بوده است. همه کسانی که امروزه کارشان خوب است زمانی کارشان بد بوده است. هر کس که در جلوی صفات ایستاده زمانی در انتهای صفات بوده است. و دیگر آنکه آنچه این اشخاص انجام داده‌اند این بوده که از متخصصان آموخته‌اند. آنها متوجه شدند چه کاری را موفق‌ها می‌کنند که موفق می‌شوند. و بعد آنها همان کار را کردند و آنقدر تکرار نمودند تا به موفقیت رسیدند. شما هم می‌توانید این کار را بکنید.

قانون ۸۰ به ۲۰ در فروش

وقتی من کار فروش را شروع کردم، کسی درباره اصل پارتوبامن حرف زد.

اصل پارتوبه قانون ۸۰ به ۲۰ نیز مشهور است. او به من گفت: «۲۰ درصد

فروشنده‌گان، ۸۰ درصد درآمد را به خود اختصاص می‌دهند و ۲۰ درصد بعدی

تنهای ۲۰ درصد درآمد را ایجاد می‌کنند.»

به راستی که عجیب است! من جوان بودم که این را شنیدم. چشم و گوشم را باز کرد. تصمیمی گرفتم. تصمیمی گرفتم که در جمع ۲۰ درصد باشم. بعده متوجه شدم که این یکی از مهم‌ترین تصمیماتی بوده که زندگی مرادگرگون کرده است.

بگذارید تکرار کنم، ۲۰ درصد بالاتر نیروی فروش ۸۰ درصد فروش و

۸۰ درصد درآمد را به خود اختصاص می‌دهند. ۸۰ درصد بعدی فروشنده‌گان تنها

۲۰ درصد فروش را به خود اختصاص می‌دهند. هدف شما باید این باشد که

تصمیم بگیرید در جمع ۲۰ درصد قرار بگیرید و بعد برای رسیدن به این

موقعیت آموزش‌های لازم را بیینید.

اصل پارتوبه در مورد ۲۰ درصد سطح بالای نیروی فروش صدق می‌کند. این

قانون می‌گوید ۲۰ درصد از ۲۰ درصد نیروی سطح بالای فروش، یعنی ۴ درصد

نیروی فروش، ۸۰ درصد فروش این ۲۰ درصد آخر را به خود اختصاص می‌دهد.

خواب بیدار می‌شوید و مشتاقانه با خریداران بالقوه تماس می‌گیرید. شما از صلاحیت و اطمینان خاطری در زمینه فروش برخوردارید، از این رو خطوط لوله شما همیشه پراست.

اگر از تصویر ذهنی ضعیف برخوردار باشد، با اضطراب و هراس به دنبال مشتریان بالقوه می‌روید و در هر جایی که امکانش وجود داشته باشد از آنها اجتناب می‌کند. موضوع تماس با مشتری احتمالی شما را ناراحت می‌کند. تا حدی که بتوانید این کار را نمی‌کنید و پیوسته دنبال راهی می‌گردید که این کار را نکنید. این مسئله در تمامی زمینه‌های فروش مصدق دارد.

آنچه درآمد شما را تعیین می‌کند

هر فروشنده از قبل درباره درآمدی که می‌تواند کسب کند از یک تصویر ذهنی برخوردار است. روانشناسان به این نتیجه رسیده‌اند که نمی‌توانید از حد تصویر ذهنی در زمینه درآمد بیش از ۱۰ درصد کمتر یا بیشتر درآمد کسب کنید، اگر بیش از ۱۰ درصد از آنچه فکر می‌کنید توانایی اش را دارید درآمد کسب کنید، اقدامی صورت می‌دهید که این پول را از دست بدھید. اگر ماه خوبی داشته باشد و بیش از حد انتظارتان درآمد به جیب بزنید، پولتان را صرف شام، مسافرت،