

آموزش فروش

مقدمه:

فروش نیز مانند تمام کارهای دیگر نیاز به عبور از مراحل دارد، که ما به آن نردبان موفقیت میگوییم. نردبان فروش ۱۰ پله دارد که

آموزش و تکثیر
آشنایی با محصولات
مشاوره فروش
لیست مشتریان
تکنیک های فروش
الفبای فروش
اصول فروش
یادگیری و انجام دادن
نگرش فروش
فروش

پله اول : فروش

فروش بزرگترین صنعت دنیاست. به طور کلی فروش هنر ارتباط با دنیای اطراف می باشد که نوعی توانمندی است که افراد را وامیدارد از دریچه دید شما دنیا رو ببینند .

فروش همان انتقال آنچه در ذهن توست به ذهن دیگران است . توانمندی افراد در انتقال اطلاعات متفاوت است . اگر دیگران کاری را که شما می خواهید انجام می دهند ، همان فروش است . تکنیک های فروش در همه جای دنیا و در ارتباطات کارایی دارد. فروش صرفا فروش یک کالا نیست یعنی یک دکتر تخصصش را به ما می فروشد.

نماینده فروش مستقل کسی است که ، واسطه بین تولید کننده و مصرف کننده می باشد .توانمندی فروش اکتسابی است ، ذاتی نیست . اگر در کاری ضعف دارید باید به آن حمله کنید تا در آن قوی شوید ، زیرا همه کسانی که در حال دفاع کردن هستند بلاخره شکست می خورند اما کسانی که حمله می کنند همواره دستاوردی برای ارائه دارند.

برای موفقیت بیشتر همواره باید به دنبال یاد گرفتن موارد جدید باشیم . کسانی که کاری را بلد هستند ، آن را انجام می دهند و کسانی که بلد نیستند ، فقط درباره ی آن صحبت می کنند . افرادی که ارتباط خوبی دارند ، در زمینه فروش موفقتر هستند . پس باید توانمندی فروش را بالا ببرند و این مستلزم انتقال طرز فکرتان به دیگران است .

اگر می خواهید در فروش قدرتمند شوید نباید فروش در نگاهتان کم ارزش باشد . تعریف ما از فروش به نگاه ما بستگی دارد . اگر کاری را بد می دانیم ، به زاویه دید ما بستگی دارد .

پله دوم : نگرش فروش

وین دایر کشیش آلمانی درباره ی تغییرنگاه انسانها مطلب زیبایی را نوشته است ، وی بیان می دارد در یکی از روزها که سوار اتوبوس بود ، پدري همراه فرزندان کوچکش نیز سوار شدند . پدر در حالتی غمگین در جایی نشسته و به فکر فرو رفته بود و متوجه سرو صدای کودکان نبود . تمام مسافران از بازیگوشی کودکان به ستوه آمده بودند ، تا اینکه فردی به شانه پدر غمگین زده و به او تذکر داد که چرا متوجه سرو صدای فرزندان نیستی ؟ پدر که تازه از بهت بیرون آمده بود معذرت خواهی کرد و گفت الان از بیمارستان می آیم و در این فکر هستم که چگونه به فرزندانم مرگ مادرشان را اطلاع دهم . با بیان این جمله تمام افرادی که از سرو صدا به ستوه آمده بودند تغییر نگاه داده و همه به کودکان حق دادند که بازیگوشی کنند و از آن لحظه به بعد صدای بچه ها برایشان لذت بخش نیز شده بود .

موفقیت های ما رو توانمندی هایمان نمی سازند ، بلکه این دیدگاه های ما هستند که آنها را می سازند . اگر کاری را بدون نگرش انجام دهیم ، موفق نخواهیم شد . دیدگاه ما به دیدگاه شرکت بستگی دارد . نگرش شرکت پنبه ریز این است که بخشی از زندگی تک تک ایرانیان باشد و مردم ، پنبه ریز را عضوی از خانواده خود بدانند.

می بایست درباره هر چیزی فرهنگسازی انجام دهیم . کسانی که قدرت فروش بالایی دارند ، افراد خاصی نیستند ، بلکه آنها فرهنگسازی مصرف را درست انجام داده اند . عملکرد را تکثیر نکنید بلکه تفکر را تکثیر کنید . برای راه انداختن فرهنگ فروش ، آن را ارزش گذاری کنید.

پله سوم : یادگیری و انجام دادن

همان طور که از اسمش پیداست باید یک چیز را یاد بگیرید و انجامش دهید یاد گرفتن کافی نیست ، انجام دادن مهم است .

آلوین تافر اظهار دارد بی سوادان آینده ان هایی نیستند که نمیتوانند بخوانند و بنویسند ، بلکه آنهایی که نمیتوانند یاد بگیرند.

اگر یاد نگیریم با زندگی چطور برخورد کنیم ، چگونه با مشکلات پیچیده رو به رو شویم ، به چه صورت رویاهای خود را به اهداف مشخص و اهدافمان را به واقعیت تبدیل کنیم ، اگر نتوانیم ثروتمند و مرفه باشیم و محیط خانوادگی مناسبی ایجاد نماییم و در یک کلام نتوانیم زندگی شادمانه ای خلق کنیم و از آن لذت ببریم ، هنوز با سواد نیستیم ، ما به تجربه های آموزشی جدیدی ، بیشتر از آنچه که در جزوات و کتابهای درسی آموخته ایم احتیاج داریم .

معتقدم همه ما برای موفقیت ، خوشبختی و پیروزی پا به عرصه دنیا می گذاریم . کسی که ما را آفریده توانمندی های لازم برای بدست آوردن هر آنچه از زندگی توقع داریم در وجود ما قرار داده است . آنچه باید صورت گیرد به فعل در آوردن استعدادها و نیروهای درونی است . پس تا میتوانیم باید یاد بگیریم و به تمام آموزه های خود جامه ی عمل بپوشانیم.

پله چهارم : اصول فروش

۱ . هیچکس دوس ندارد چیزی به او فروخته شود ، اما همه از خرید لذت می برند .

در واقع زمانی که به کسی چیزی می فروشیم ، نباید احساس کند که داریم به او چیزی را می فروشیم .

برای مثال شما زمانی که وارد یک فروشگاه شهروند می شوید ، به دلیل اینکه هیچ فروشنده ای نیست با راحتی خرید می کنید ولی اگر وارد جایی شوید که فروشنده به سمت شما بیاید حس خوبی نخواهید داشت واز خرید کردن پشیمان می شوید . به جای واژه خرید از سفارش استفاده کنید .

۲ . ارزش یک مشتری ثابت ، بیشتر از سود لحظه ای از همان مشتری است .

در واقع همیشه حق با مشتری است . یعنی فروش پایان یک معامله نیست ، بلکه آغاز یک تعهد است .

۳ . مردم احساسی خرید می کنند اما منطقی از خریدشان دفاع می کنند .

افراد باید از محصول حس خوبی داشته باشند ، وظیفه شما ایجاد کردن این حس خوب است .

۴ . نه شنیدن یک واقعیت در فروشندگی است .

نه شنیدن یک فرصت مناسب است تا بفهمیم کجای کارمان اشتباه است و برای بهتر شدن آن تلاش کنیم .

پله پنجم : الفبای فروش

۱. اطلاعات داشتن درباره ی کار و محصول ، شما باید بدانید نتورک مارکتینگ دارید کار می کنید و محصولات چه اثراتی دارند .

در اینجا با مطالعه جزوه اطلاعات محصول سبب کسب توانایی می شود .

۲ . آشنایی اولیه در مورد پوست مو

کسب اطلاعات پایه در باره ی پوست و مو و کسب توانایی مشاوره دادن در اینجا به شما کمک خواهد کرد تا بدانید برای هر فرد چه محصولی مفید است . شما باید مشاور فروش باشید .

۳ . نوشتن لیست مشتریان

نوشتن لیست مشتریان سبب یک فروش هدفمند می شود .

۴ . سفارش گذاشتن محصولات مورد نظر و تکمیل فروشگاه خانگی

زمانی که وارد سوپر مارکت می شوید واز فروشنده تقاضای ماکارانی می کنید و فروشنده سفارش شما را یادداشت کرده و از شما میخواهد برای دریافت محصولاتان یک هفته دیگر مراجعه کنید ، چه احساسی خواهید داشت ؟

در واقع دیدن محصول به انسان اشتیاق خریدن می دهد حتی اگر به آن محصول احتیاج نداشته باشند . شما می توانید از محصولی که می خواهید فروش داشته باشید نمونه ای را در اختیار داشته تا مشتری همان لحظه اشتیاق خریدن را پیدا کند ، زیرا سفارش گرفتن محصول ممکن است بعد از چند روز اشتیاق فرد را کاهش داده و در مواقعی حتی فراموش کند که سفارشی به شما داده است . داشتن محصول بزرگترین بزار در امر فروش است . اگر در هزار کار یکی را اشتباه می کنید ، اشتباه شما یک در هزار نیست ، اشتباه شما صد در صد است . (برایان تریستی)

پله ششم : تکنیک های فروش

۱. آگاهی دادن : آگاهی دادن همراه با کنجاو سازی بسیار مفید می باشد . در واقع شما با بیان اینکه نمایندگی فروش شرکتی را دارید سبب کنجاوی فرد خواهید شد ، و به یاد داشته باشید که انسانها نام و شغل افراد را با هم بخاطر می سپارند . مثلا ممکن است فردی ریزش مو داشته باشد و بلافاصله یاد شما و شغلتان افتاده واز شما درخواست کمک خواهد کرد.

۲ . کنجاو سازی: در آگاهی دادن نیازی به دادن اطلاعات نیست و تنها ایجاد حس کنجاوی کفایت خواهد کرد . در اینجا از فرم مشاوره ب صورت انفرادی و کنترل شده برای کسب اطلاعات از ویژگی های پوستی مشتری به شما کمک شایانی خواهد کرد.

۳ . دادن اطلاعات: منظور از دادن اطلاعات ارزش گذاری و بالا بردن ارزش ذهنی محصول می باشد . از تکنیک برند برای ارزش گذاری محصول استفاده خواهیم کرد. اگر بلافاصله قیمت محصول را بیان کنید ، اولین چیزی که می شنوید این است که این محصول چه قیمت بالایی دارد ، اما با تکنیک برند ، ارزش محصول را بالا برده و اینکار سبب می شود قیمت کالا در ذهن فرد بالا برود . اگر محصولی را از نمایندگی یک برند معروف خریداری کنید ، از گران بودن آن تعجب نخواهید کرد . تکنیک برند سازی ساده است ، در ذهن مردم چیزی گران نیست ، فقط می گویند در ذهن من این محصول این قیمت نمی ارزد .

مثلا اگر شما پول به مقدار کافی داشته باشید و تصمیم داشته باشید یکی از سهام های دو کمپانی بنز و فلوکس را خریداری کنید ، کدام را انتخاب می کنید ؟

قطعا بنز ، زیرا این نام برند است ، در واقع در ذهن شما خرید سهام بنز ارزش بیشتری دارد .

۴. فروش به بازار گرم

فروش به بازار گرم خیلی آسان تر از آن است که همانند بازار سنتی بخواهید به دنبال مشتری بگردید . اطرافیان شما همه در حال مصرف کردن یکسری محصولات هستند که برایشان فرقی ندارد از شما تهیه کنند یا از فروشگاههای بیرون ، پس میتوانند جزء بهترین مشتری های ثابت شما باشند .

پله هفتم : لیست مشتریان

در این لیست تمام اسامی تمام کسانی که میشناسید ، حتی کسانی که حتی یکبار با آنها صحبت کرده اید نوشته می شود و ویژگی هایی نظیر سن آن ها در آن قید می شود . این لیست این امکان را به شما می دهد که برنامه ریزی شده و هدفمند مشتریانان را انتخاب کنید و فروشی موفق داشته باشید . فروشندگان حرفه ای همیشه خود مشتریان خود را انتخاب می کند .

پله هشتم : مشاور فروش

شما نباید فروش را انجام دهید بلکه باید فروش را ایجاد کنید . در واقع اگر قرار باشد که شما به دنبال مشتری بگردید و در پی فروختن کالا باشید ، همان سبک سنتی فروش را انجام داده ایم و از این کار لذتی نخواهید برد. فروش از یک فرهنگ شروع می شود . باید فرهنگی را ایجاد کنیم که سالیان سال در سازمانمان ماندگار باشد . زمانی که فرهنگ کاری را درست جا بیندازیم همیشه کار مورد نظرمان انجام خواهد شد .

نگرش فروش در مردم جا نیفتاده است ، یعنی تمام افراد نسبت به فروش گارد خاصی می گیرند و فکر می کنند فروشنده گی مهارت خاصی می خواهد که آنها ندارند در صورتی که اینطور نیست . فروشندگان واقعی نیاز شما را شناخته و با توجه به تشخیصی که می دهد ، محصولی که برای شما مناسب است را به شما پیشنهاد می کند و شما از خریدتان احساس خوبی خواهید کرد . برای مثال :

شما وارد یک لوازم آرایشی فروشی شده اید و از فروشنده می خواهید یک ریمل خوب به شما بدهد ، وی یکی از ریمل های خود را آورده و به شما نشان می دهد شما دوست دارید بهترین کالا را خریداری کنید پس ، از فروشنده می خواهید یک ریمل بهتر از این را به شما نشان دهد ، و این کار را تا جایی ادامه می دهید که فروشنده تمام ریمل های درجه یک خود را جلوی شما قرار می دهد و در آخر چیزی که شما به فروشنده می گوئید این است که فعلا می روید تا چند مغازه دیگر را هم ببینید و دست خالی از آنجا خارج می شوید . به نظر شما اشتباه فروشنده کجا بود ؟

حال شما وارد مغازه دیگری می شوید و درخواست خود را در اینجا نیز تکرار می کنید فروشنده برای شما بلافاصله کالای مورد نظرتان را نمی آورد بلکه اول به خوبی نیاز شما را شناسایی می کند و بهترین کالایی را که برای شما مناسب است می آورد ، وی به شما می گوید ، با توجه به فرم چشمان و کوتاهی یا بلندی مژه هایتان این ریمل برای شما مناسب است . در اینجا شما از طرز تشخیص فروشنده لذت برده و احساس می کنید او پزشکی است که بهترین دارو را به شما معرفی کرده است. حال اگر حتی وی ریمل ارزانه تری به شما نشان دهد چون این حس در شما ایجاد شده است که ریمل اول برای شما مناسب تر است آن را خریداری خواهید کرد .

فروشنده واقعی زمانی که مشتری درخواست کالایی را می کند به وی نمی گوید تشریف بیارین شرکت تا هم محصولات و کاتالوگ ها را ببینید و هم از مشاوران بهره بگیرید بلکه می گوید من با بروشور و کاتالوگ خدمتون می رسم تا بهتون مشاوره بدم . باید به مشتری نشان دهید که سود الان وی برایتان مهم نیست بلکه خود مشتری برایتان با ارزش است .

کاتالوگ را به دست مشتری ندهید زیرا بزرگترین شرکتها نیز در یک زمان خاص تمام محصولات داخل کاتالوگ را یکجا ندارند و از ده قلم کالایی که انتخاب کنید ، اگر دوتا را نداشته باشد می روید سراغ جایی که تمام نیاز شما را بر آورده سازد .

خرید را برای مشتری آسان کنید . باید شما در دسترس مشتری باشید . یعنی محصولی که به مشتری معرفی می کنید در فروشگاه خانگی خود داشته باشید .

پیش خور باعث ضرر کردن می شود ، یعنی مثلا اگر ۲۰۰/۰۰۰ تومان محصولی را فروخته اید آن را در دخل خود بگذارید و خرجش نکنید . همان پول را به عنوان اهرم وارد چرخه خرید و فروشتان کنید تا به عنوان سرمایه جاری برایتان کار کند . برای تحویل دادن محصول به مشتری فاکتور تهیه کنید ، همچنین استفاده کردن از پلاستیک های پنبه ریز پرستیژ کارتتان را بالا می برد .

فروشنده موفق با حسش فروش را انجام می دهد . شما اگر به چیزی شک داشته باشید ، چشمانتان این موضوع را خواهند گفت .

در فروش کالا تخفیف ندهید ، زیرا مردم از تخفیف گرفتن آنچنان لذتی نمی برند ولی زمانی که در کنار کالای خریداری شده اشانتیون دریافت می کنند خیلی لذت می برند ، بدین علت که از اینکه پول یک کالا را داده اند ولی دو کالا دریافت کرده اند حس خوشایندی دارند . مثلا اگر برای مشتری

ثابتان برای بار اول تخفیف بدهید ولی برای دفعات بعد این کار را انجام ندهید او فکر می کند که فقط می خواستید جذب مشتری کنید ولی اگر به همان مشتری دفعه اول تخفیف ندهید ولی بار دوم تخفیف اندکی قائل شوید ، مشتری حس پیروزی خواهد داشت و از خرید خود احساس خوبی دارد . می توانید یک پک درست کنید و در کنار محصولاتتان کالای دیگری را به مشتری عرضه کنید .

ابزار فروش :

۱. کانالوگ ۲. پلاستیک ۳. سر رسید برای نوشتن دخل و خرج ۴. فاکتور

پله نهم : آموزش محصولات شرکت پنبه ریز

باید بدانیم مشتری کدام مشکل پوستی اش اگر حل شود ، راغب تر خواهد بود ، پس باید کارایی و محتویات محصولات را بدانیم . مثلاً اگر کسی هم منافذ باز پوستی ، و هم لک و هم چروک دارد ، باید ببینیم کدام مشکل برایش آزار دهنده تر است و در ابتدا آن را حل کنیم تا راغب تر شود .

کیفیت محصولات بسیار بالاست زیرا هر محصولی به مدت ۶ ماه تا ۱ سال مورد آزمایش و تست بالینی قرار می گیرد و در صورتی که ۹۰ درصد جواب بدهد ، محصول به سایت شرکت راه پیدا خواهد کرد .

نحوه مصرف هر محصول را باید بدانید تا بتوانید به مشتری ارائه دهید .

تمام اطلاعاتی که در طول یک هفته کاری کسب کرده اید را به تمام مجموعه خود انتقال دهید.

کیوتن (اکسیر جوانی) :

کیوتن یک کوانزیم درشت ملکول است . محصولات کیوتن دار دارای آنتی اکسیدان می باشند ، آنتی اکسیدان یعنی ضد اکسید شدن . آنتی اکسیدان ها سبب حفاظت ، تغذیه ، و تقویت پوست و مو می شوند و همچنین ضد رادیکالهای آزاد (ضد سرطان) بوده و عامل تحریک تولید کلاژن و الاستین است . کیوتن ها به دلیل مختلف بودن جنس ذراتشان و اندازه شان قابلیت عبور از سلولهای پوستی را ندارند . باید از مکانیزمی استفاده شود تا قدرت جذبشان بالا رود . برای این کار از کپسول نانو سام (کپسول لیپوزومی) استفاده می شود که سبب می شود از پوست عبور کرده و عمل رسانش را انجام دهد و پوست استحکام و جوانی خود را پیدا می کند . هر گونه نقص در الاستین (خاصیت کشسانی پوست) و کلاژن ، سبب افتادگی پوست می شود . محلول اسیدی باعث چربی پوست می شود و محصول قلیایی باعث خشکی پوست می شود .

پله دهم : آموزش و تکثیر

سازمان شما همانگونه می شود که شما هستید ، نه آنگونه که فکر می کنید .

وقتی بچه ها را بزرگ می کنید در واقع بچه های آنها را هم بزرگ می کنید . الگو ها همیشه ثابت باقی می مانند پدر و مادر ها هیچ وقت از این دنیا نمی روند . حتی زمانی که پیر می شویم و به ظاهر دیگر آن ها در قید حیات نیستند ، همچنان به ما می گویند چی بپوشیم ، کجا برویم ، چه بگوییم ، و در شرایط مختلف چه کارهایی انجام دهیم ، زیرا باور ها و تعالیمی که در کودکی و در خانواده آموخته ایم تا لحظه ی مرگ ، همراه ما هستند و تعیین کننده ی تصمیم های مهم و بزرگ زندگی ما خواهند بود . آموزش هایی که به سازمان خود انتقال می دهید خیلی اهمیت دارد و باید آموزش ها طوری باشد که تا آخرین نفر سازمانتان نه چیزی کم شود و نه چیزی اضافه شود و الگوها ثابت بمانند . این شما هستید که با انتقال خوب سبب تکثیر بهترین ها می شوید . پس شما باید مانند یک صافی عمل کرده و تمام چیزهایی که آموخته اید انتقال دهید و سپس نظارت کنید تا سازمانتان نیز به خوبی شما همه چیز را انتقال داده باشند .