

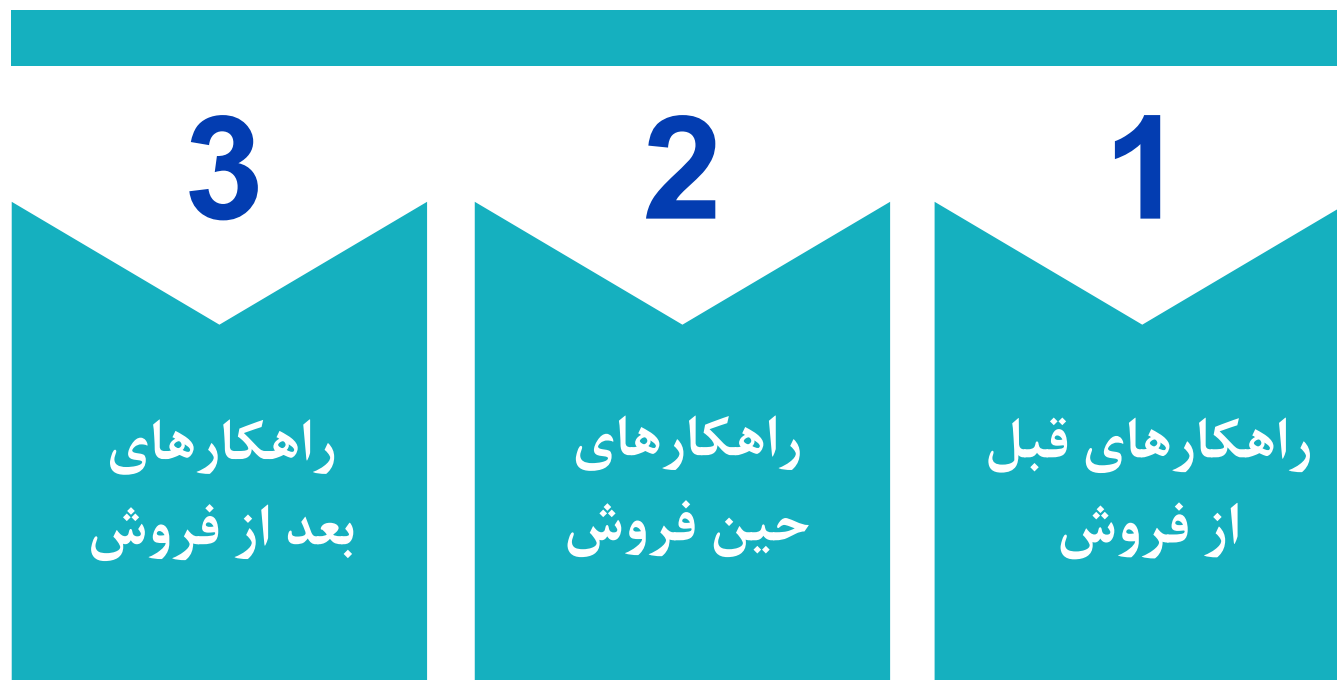


راهکارهای فروش

اهمیت و چرایی

- بررسی الگوهای عملیاتی جهت شروع و حفظ
- فروش در نتورک و ایجاد مشتریان ثابت

عناوین اصلی:



راهکارهای قبل از فروش (خود را آماده و تجهیز کنید)

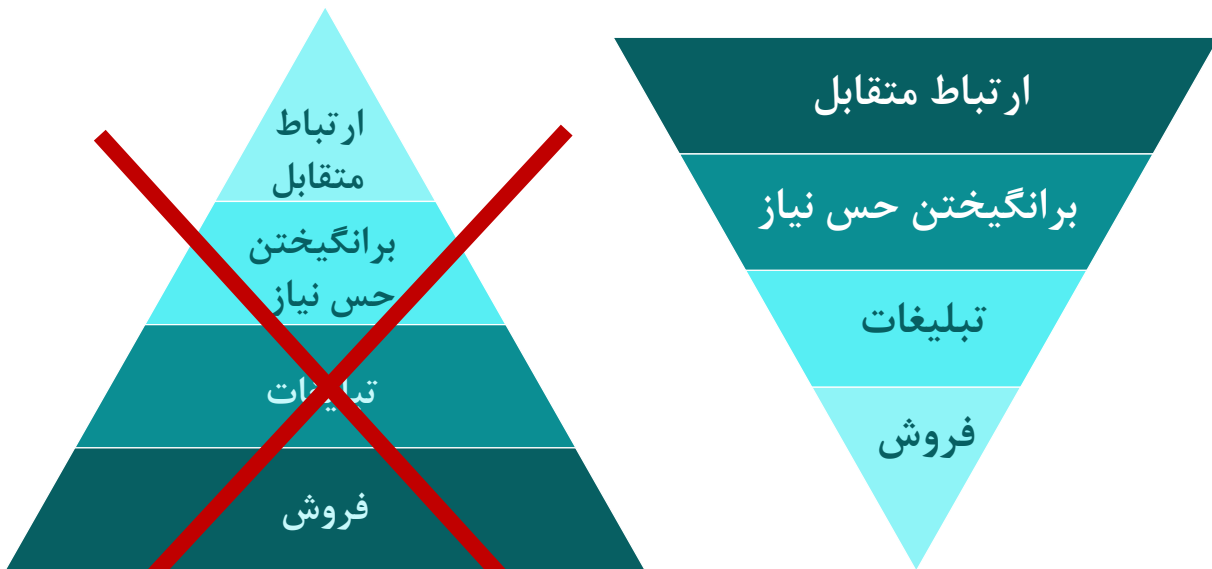
ابزار خود را آماده کنید:

- لیست
- چک لیست فروش
- تعدادی کاتالوگ
- فرم (مشاوره و لیست قیمت)
- جزوه اطلاعات محصول
- مستندات
- تصاویر تاثیر محصولات



راهکارهای قبل از فروش (خود را آماده و تجهیز کنید)

• ذهنیت مناسب یک نماینده فروش مستقیم در حین فروش

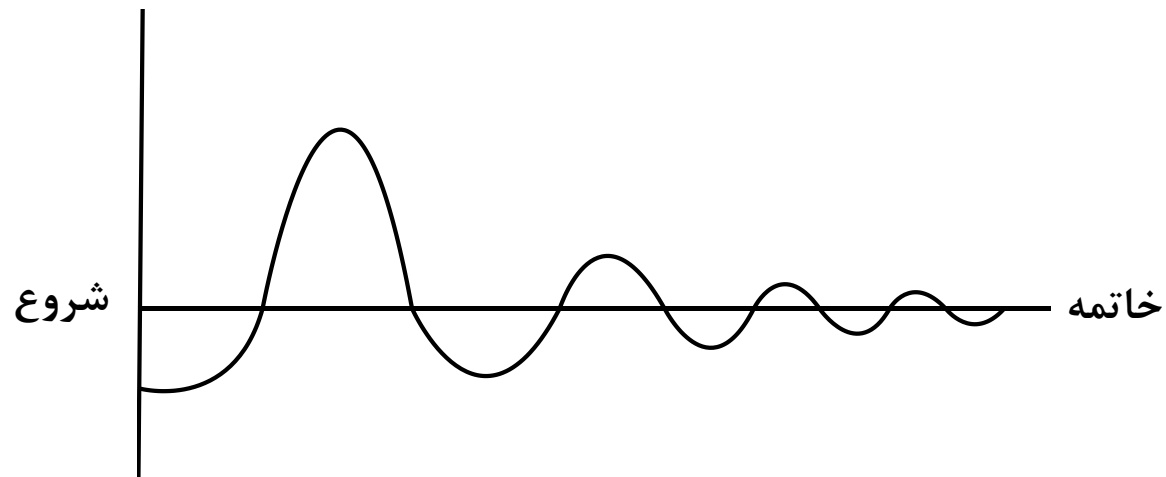


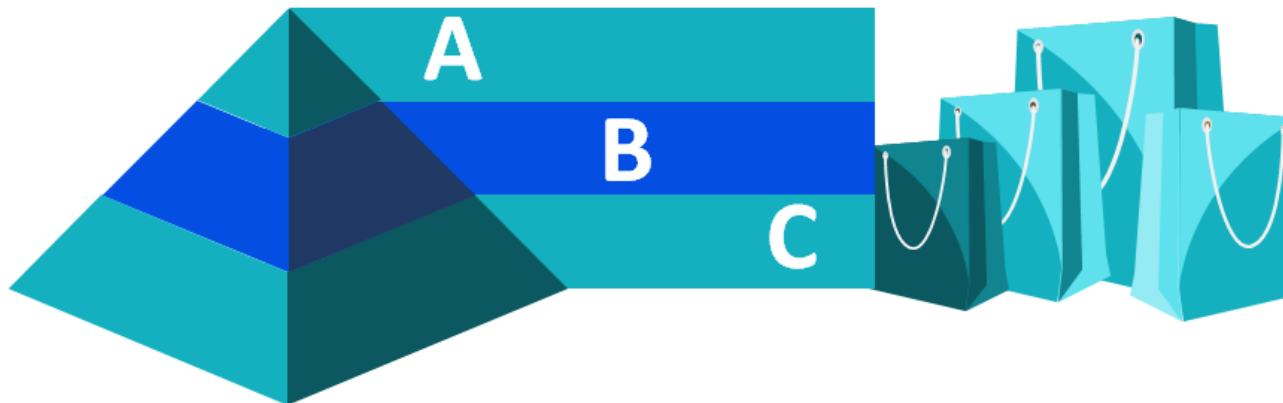
روش غلط رایج

روش صحیح

میزان اهمیت صحیح

هر یک از آیتم های حین فروش





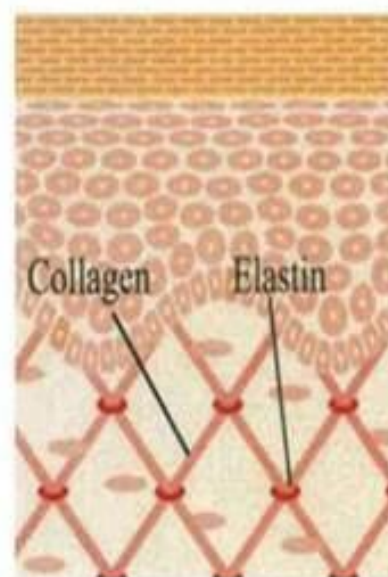
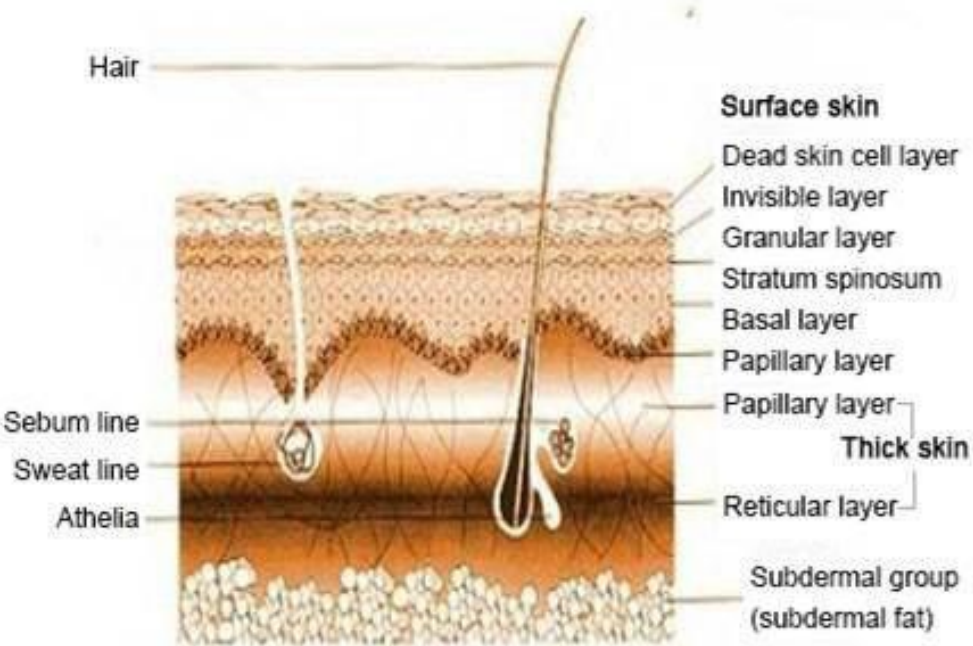
راهکارهای قبل از فروش (خود را آماده و تجهیز کنید)

✓ آشنایی با فروش سنتی و معایب آن

✓ فروش مستقیم و مزایای آن

✓ کلیاتی در مورد اعتبارات شرکت و دسته های محصولات

✓ آشنایی حدودی با لایه های پوستی و انواع پوست



راهکارهای قبل از فروش (خود را آماده و تجهیز کنید)

- هدف فروش شخصی ماه خود را مشخص کنید مثلا N تومان.
- با توجه به هدف ماه اهداف فروش شخصی هفته اول تا چهارم را مشخص کنید.
- تعهد خود را به یک عدد مثلا X نفر برای این هفته، ارتباط و تماس مشخص کنید.
- مطمئنا این برنامه ها هر روز و هر هفته تا آخر ماه اصلاح بازنگری شوند.
- برنامه ریزی روز آینده (هر شب)
- مثال : امروز ۱۰ نفر با ۳ ساعت زمان
- -----
- ۴ تماس تلفنی جدید، جهت تجدید رابطه ۳۰ دقیقه
- ۲ قرار ملاقات حضوری ۲ ساعت
- ۴ تماس جهت پیگیری و حفظ و تقویت ارتباط ۳۰ دقیقه

یک مثال کلی برنامه ریزی و هدف گذاری منظم برای فروش

ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ	سایر	شرح



راهکارهای حین فروش (از ترس های خود عبور کنید)



- حتما آراسته باشید! (ظاهری و کلامی)
- برخی راهکارها (تکنیک هایی که در عمل بکار می آید)
- روش فروش احساسی/احساس های مشتری از شما/افسانه محصول
- روش پرزنت باشگاه مشتریان
- روش فروش با پیشنهاد پک های مصرفی
- روش های ترکیبی فروش و کمک گرفتن از ابزار های تلفن، رسانه های اجتماعی و سایر ابزار های ارتباط جمعی
- دیگر روش های خلاقانه که به ماهیت صنعت فروش مستقیم هماهنگ باشد.

راهکارهای حین فروش (از ترس های خود عبور کنید)

• بازسازی محصولات پرمصرف ✓

• بازسازی هدف محصولات لاکچری ✓

• خاتمه فروش: جمع بندی و رسیدن به یک هدف در فروش (اول اشتیاق و بعد از اضطراب ایجاد کنید، در بهترین حالت مشتری خود باید در خواست کننده باشد). ✓

• در خاتمه فروش به چه بیاندیشیم؟ ما یک مشاوریم/ اصرار بی جا نکنیم/ فروش در یک مرحله اتفاق نمی افتد ولی این شما باید که تصمیم گیری را جلو می اندازید

• حالتهایی که در انتها ممکن است بوجود آید • میل به خرید(مشتری را معطل نکنید)
• نیاز به زمان بیشتر جهت تصمیم گیری
• فعلا نیازی ندارم!



راهکارهای بعد از فروش (با پیگیری تجارت خود را بیمه کنید)

• اهمیت پیگیری مشتریان

وین دایر: در تله مرغابی نباشید، همچون عقاب دور اندیش باشید
زیگ زیگلار: فروش یعنی پیگیری



دقیقا افرادی خرید می کنند که شما فکرش را هم نمی کنید، هرگز مشتری را رها نکنید.

• مدیریت چک لیست



ثبت سوابق و مدیریت آن: عاشق مشتریان خود باشید و تمایلات و خواسته های آن ها را ثبت کنید.

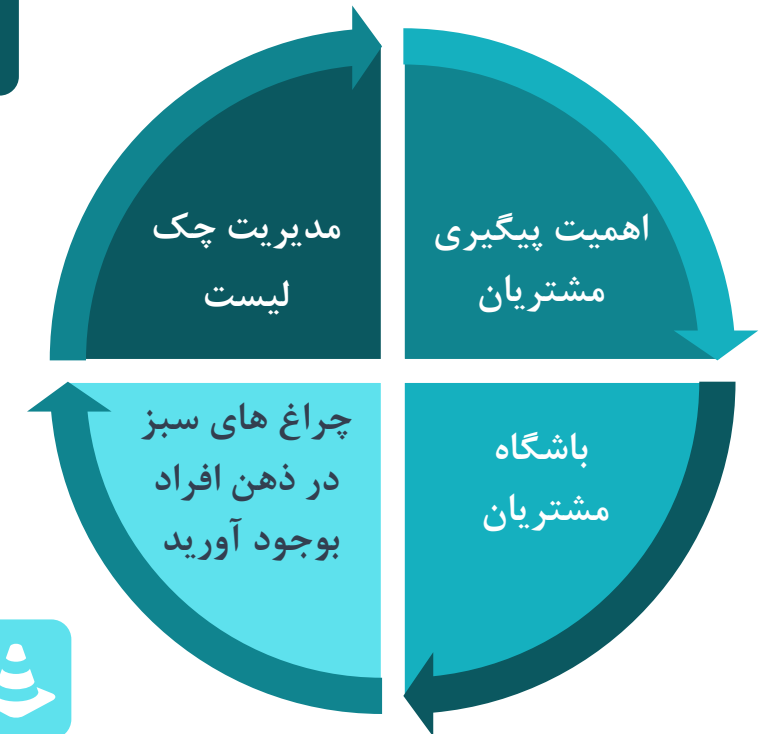
• باشگاه مشتریان



تلاش برای حفظ مشتریان قدیمی و مشتری یابی (شبکه مشتریان)

• چراغ های سبز در ذهن افراد بوجود آورید

پیامک / ایمیل / کانال / لایک کردن....





SALES STATISTICS

48% OF SALES PEOPLE NEVER FOLLOW UP WITH A PROSPECT
 25% OF SALES PEOPLE MAKE A SECOND CONTACT AND STOP
 12% OF SALES PEOPLE ONLY MAKE THREE CONTACTS AND STOP
 ONLY 10% OF SALES PEOPLE MAKE MORE THAN THREE CONTACTS
 2% OF SALES ARE MADE ON THE FIRST CONTACT
 3% OF SALES ARE MADE ON THE SECOND CONTACT
 5% OF SALES ARE MADE ON THE THIRD CONTACT
 10% OF SALES ARE MADE ON THE FORTH CONTACT
 80% OF SALES ARE MADE ON THE FIFTH TO TWELFTH CONTACT

Source: National Sales Executive Association

آمارهای فروش (زیگ زیگلر)

48% از فروشندگان هیچ گاه مشتریان احتمالی را پیگیری نمی کنند.
 25% از فروشندگان فقط دومین تماس را می گیرند و توقف می کنند.
 12% از فروشندگان فقط سه تماس می گیرند و توقف می کنند.
 فقط 10% از فروشندگان بیشتر از سه بار تماس برقرار می کنند.
 2% از فروش ها در تماس اول اتفاق می افتد.
 3% از فروش ها در تماس دوم اتفاق می افتد.
 5% از فروش ها در تماس سوم اتفاق می افتد.
 10% از فروش ها در تماس چهارم اتفاق می افتد.
 80% از فروش ها در تماس دوازدهم تا پانزدهم اتفاق می افتد.

کلید واژه های فروش



نکات کلیدی را در ذهن مرور کنید تا به خود

حرفه ای تان تبدیل شوید، شما حرفه ای

بدنیا می آید!

