

مخازنه داری

حرفه ای

پیشرفت در کاسبی فروش در بازار کسادی

فروش در مناسبت ها

مبارزه با رقیب

تکنیک های فروش

تخفیف ندادن

افزایش فروش

قیمت گذاری

وفادار کردن مشتری

انتخاب اسم تاثیرگذار

جذب مشتری

تبلیغات مؤثر

نویسنده: علیزاده (ملقب به آرام)

نویسنده کتاب "فوق العاده" سود بیشتر با فروش بیشتر



نام کتاب: مغازه داری حرفه ای
نویسنده: سید علی اکبرعلیزاده (آرام)

قیمت کتاب: 99000 تومان (جهت زکات علم، رایگان منتشر شد)
مرکز پخش: maghazedari.ir

حق نشر برای ناشر محفوظ می باشد.

این کتاب زیر نظر موسسه "معلم بزرگ" می باشد و فروش یا کپی برداری از مطالب آن بدون ذکر منبع، طبق قوانین الهی سودی برای شما نخواهد داشت.

این کتاب را تقدیم می کنم به پیشگاه حضرت حق
الله باری تعالی

تنها کسی که هرگز مرا تنها نگذاشت.



فهرست

مقدمه (فرمول ساده برای درآمد بالا داشتن)
پیشگفتار (یک کتاب فوق العاده)

فصل اول: شروع مغازه داری

چه مغازه ای بزنم و چقدر سرمایه می خواهد؟
چه مغازه ای بزنم فروش و سود بیشتری داره؟
با چقدر سرمایه می توانم مغازه باز کنم؟
کجا مغازه بزنیم سریع پیشرفت می کنیم؟

فصل دوم: جلب توجه مشتری " جذب مشتری "

فرق جذب مشتری با جلب مشتری

(موثرترین روش های جلب توجه مشتری)

- 1- انتخاب یک اسم عالی برای جلب توجه مشتری
- 2- جلب توجه مشتری با پرندگان
- 3- جلب توجه مشتری با حیوانات:
- 4- جلب توجه مشتری با صدا
- 5- جلب توجه مشتری با نور
- 6- جلب توجه مشتری با ، بو
- 7- جلب توجه مشتری با تحرک
- 8- جلب توجه مشتری با چیز های عجیب.
- 9- جلب توجه مشتری با بزرگ کردن یا کوچک کردن جنس
- 10- جلب توجه مشتری با استفاده از انسان های معروف

- 11- جلب توجه مشتری با پوشیدن لباس کار مخصوص
- 12- جلب توجه مشتری با بعضی رنگ ها.
- 13- جلب توجه مشتری با تابلو مغازه
- 14- جلب توجه مشتری با استفاده از کرکره مغازه

(قوی ترین روش های جذب مشتری)

- سبک فروش (روشی بسیار قوی برای جذب مشتری)
- جدید ترین روش جذب مشتری در انگلستان
- جذب مشتری با کلمات سحر آمیز
- جذب مشتری با قیمت گذاری
- جذب مشتری با تبلیغات موثر
- جذب مشتری از روش (چهار آهن ربا)
- جذب مشتری از روش (یک تیر و چند نشان)

فصل سوم : رفتار حرفه ای با مشتری

- عوامل موثر در خرید مشتری
- روشی ساده برای افزایش فروش
- با مشتریانی که با بچه هاشون میان چه جوری رفتار کنیم ؟
- نمونه هایی واقعی از رفتار درست با مشتری (مشتری مداری حرفه ای)
- داستان میوه فروش
- داستان دکتر غمگین
- داستان مشتری فقیر
- داستان کم فروشی
- چگونه تخفیف بدهیم؟

فصل چهارم: حفظ مشتری تا آخر عمر

چگونه مشتریان خود را برای همیشه وفادار کنیم؟
یک نمونه داستان واقعی حفظ مشتری

فصل پنجم: هفت قانون معنوی برای افزایش فروش

- 1- قانون معنوی اول برای فروش بیشتر (ایمان)
- 2- قانون معنوی دوم برای فروش بیشتر (تقوا)
- 3- قانون معنوی سوم برای فروش بیشتر: (درخواست)
- 4- قانون معنوی چهارم برای فروش بیشتر (شکر نعمت)
- 6- قانون معنوی پنجم برای فروش بیشتر: (زکات، صدقه، انفاق)
- 6- قانون معنوی ششم برای فروش بیشتر (استغفار و طلب عفو)
- 7- قانون معنوی هفتم برای فروش بیشتر: (خواندن کتاب آسمانی)

فصل ششم: فروش در بازار کساد

چگونه در بازار کساد بفروشیم؟
داستان ساندویچ فروش و پسرش
مبارزه با ناامیدی در فروش
افزایش فروش به روش بازاریابی
وقتی بازار خرابه چه جوری مشتری رو جذب کنیم؟
چرا فروش شما پایین آمده است؟
چگونه با تغییر کردن فروشمان را افزایش دهیم؟
جنس هایی که رو دستمون باد می کنه چه جوری رد کنیم؟
سقف فروش شما کجاست؟

فصل هفتم : روش هایی عالی برای پیشرفت و فروش بیشتر

روش خلاقیت اسکمپر در فروش بیشتر
چگونه از راه کاسبی در مدت سه سال پولدار شویم؟
چگونه به فروشنده هایمان اعتماد کنیم؟
چگونه از نسبه دادن در کاسبی نجات پیدا کنیم؟
نقطه (گسترش کاسبی) یک مغازه دار چه زمانی است؟
بدون سرمایه هم میشه میلیاردر شد؟
هنر خریدن جنس زیر قیمت (چانه زنی حرفه ای)
سریع ترین راه پیشرفت در کاسبی و مغازه داری
با فروشنده هامون چه جور رفتار کنیم تا بیشتر بفروشند ؟
مبارزه با رقیب در بازار
روش تغییر عقیده مشتری
محاسبه سود و زیان کسب و کار
فن بیان
انرژی داشتن برای افزایش فروش
قیمت گذاری روی جنس

فصل هشتم: پاسخ به سوالات مغازه داران

پاسخ به سوال آقا ابوالفضل (پیشرفت در بستنی فروشی)
پاسخ به سوال آقا احسان درباره شکست خوردن
سوال آقا ابراهیم (بازگشت مشتری به فروشگاه کفش)
سوال از طرف یوسف جان (تخفیف در بوتیک)

سوال از طرف صالح عزیز(قیمت گذاری شرعی)
سوال از طرف آقا رسای عزیز(جمع آوری شماره مشتری)
سوال از طرف هادی عزیز(عدم فروش در لوازم یدکی)
سوال از طرف یک دوست (جا افتادن پاساژ)
سوال آقای آرام از شما خواننده کتاب

مقدمه

فرمول ساده برای درآمد بالا داشتن



آیا شما جزء کسانی هستید که می خواهید درآمد بالایی داشته باشید؟
آیا شما جزء کسانی هستید که سایت ها و کتاب های زیادی خوانده اید
و سمینارهای زیادی شرکت کرده اید تا بفهمید چگونه می شود درآمد
خود را بالا ببرید؟

بگذارید پولدار شدن یا درآمد بالا را با فرمول خیلی ساده برایتان بگویم:

فرمول : هرچقدر بیشتر بفروشید = بیشتر پول در می آورید

حتما تعجب کردید ولی واقعیت دارد. واقعیت این است که همه انسان ها
به نحوی فروشنده هستند.

اگر یک کارخانه بنزید و نتوانید بفروشید ورشکست می شوید

اگر یک مغازه بزنید و نتوانید بفروشید ورشکست می شوید
اگر نتوانید هنر خود را بفروشید ورشکست می شوید
اگر نتوانید علم خود را بفروشید ورشکست می شوید
اگر نتوانید تخصص خود را بفروشید ورشکست می شوید.
حتی اگر یک کارگر باشید و نتوانید قدرت بازوی خود را بفروشید
پولی در کار نخواهد بود.
پس فرمول را یک بار دیگر می نویسم:

هر چقدر بیشتر بفروشید = بیشتر پول در می آورید

میلیاردر آمریکایی آقای "رابرت کیوساکی" در کتاب پر فروش خود
می گوید: اگر می خواهید ثروتمند شوید اول باید "فروش" را یاد بگیرید.

پس دوستان گرامی: اگر فروش را یاد بگیرید خیلی راحت می توانید
درآمد خود را افزایش دهید. با خواندن این کتاب، قوی ترین روش های
فروش را یاد می گیرید و می توانید درآمد خود را بالا و بالا و بالاتر ببرید.

((فروش یعنی خدمت به مردم برای کسب رضای الهی.
هرچه به تعداد بیشتری از انسان ها خدمت کنید درآمد بیشتری خواهید
داشت)).

سید علی اکبر علیزاده
ملقب به آرام

پیشگفتار

(یک کتاب فوق العاده)



به فضل الهی، اولین کتابم با عنوان " سودبیشتر با فروش بیشتر " آنقدر مورد توجه خوانندگان ارجمند قرار گرفت که با پیام هایشان مرا شگفت زده کردند؛ از تمامی این بزرگواران تشکر می کنم.

عزیزانی که بعد از خواندن کتاب (سود بیشتر با فروش بیشتر) نظرشان را فرستاده اند از کتاب بسیار راضی بوده اند و گفته اند که نه تنها در فروششان موثر بوده است بلکه زندگیشان نیز عوض شده است. بیشتر آن ها این دو جمله را برایمان فرستاده اند:

(کتاب فوق العاده ای است) (کتاب عالی بود)

آقای ظریف از مشهد که توانسته اند بدهی پانصد میلیونی را پرداخت نمایند نوشته اند:

بابت کتاب و راهنمایی های شما بعد شش ماه که تغییر دادم تو کارم و به توصیه شما گوش دادم خدا رو شکر 500 میلیون تومن از بدهیم روصاف کردم ضمن این که در این بازار خراب خدا رو شکر روزیم زیاد شده کاسبی و در آمد خوب شده . مرسی . حالم خیلی خوبه.

خانم عبدی از تهران نوشته اند:

سلام . وقت به خیر. خانم عبدی هستم.چند وقتی هست که بازار بدجوری کساد هست و امروز فقط 10 نفر وارد مغازه شدند . من با استفاده از روش های گفته شده در کتابتون از 10 نفر مذکور 7 نفر منجر به خرید شد. واقعا برام عجیب بود.

آقای باقری از کازرون که یک صفحه از کتاب براشون 50 میلیون ارزش داشته نوشته اند:

سلام رییس. بابت چاپ کتاب خیلی ممنون . واقعا مطالب خوبی نوشتین. من خودم کتاب زیاد میخونم. همه کتاب های برایان تریسی و رابرت کیوساکی و... ولی بیشترشون با سلیقه فروش یا خرده فروشی در ایران صدق نمیکنه. این کتاب مخصوصا 10 گام فروشش خیلی عالی بود. در ضمن قسمت " بیماری قیمت" واقعا واسه من بیشتر از 50 میلیون ارزش داشت .من خودم مستقیم جنس از چین میارم. قیمت هام رو پایین میزدم مشتری هم میگفت: حتما یکبار مصرفه یا جنسش خوب نیست

ولی من توجه نمی‌کردم البته همون جنس رو مغازه های دیگه 3 برابر قیمت من رو میدادن و میفروختن.

آقای مرتضی زارعی از ایوان غرب نوشته اند:
اینجانب مرتضی زارعی کتاب سود بیشتر با فروش بیشتر را که برایم فرستادین با انگیزه آن را خواندم. خیلی جالب بود. کاشکی سال 1362 که 14 سالم بود آن را خوانده بودم. خیلی عالیه. دست مریزاد.

آقا فرید نوشته اند:
سلام آقای آرام حال شما؟
کتابی که فرستاده بودین فوق العاده بود با اینکه بنده ۷ساله حداقل ماهی ۲تا کتاب در مورد فروش میخوانم ولی باز برام جالب بود.
آقای علی ماروسی از تربت حیدریه نوشته اند:
کتابتان رو کامل خواندم ، واقعا عالی بود ، صداقت و مثال های زیبایتان ، تحقیقاتتان کامل و پخته و راه حل هایتان تاثیر گذار بود.

آقا رسا نوشته اند:
سلام
من کتاب ارزشمند شما رو خریده ام حدود دو ماه میشه تا الان هم 6-7 بار کتابتون رو خوندم کتاب بسیار کاربردی و ساده نوشته شده است این

کتاب رو هرکس که می خواهد مغازه داری کند حتما باید تهیه کرده
وبخواند.

خانم فاطمه پارسی از مازندران نوشته اند:
کتاب عالی بود.

آقای امیر حسین قجری از تهران نوشته اند:

کتاب خیلی خوبی هست. کسانی هم که نخریدن باید بگم جدا از محتوا
سودمند و صفحه آرایبی مناسب جلد کتاب و رنگی بودنش هم ارزش
کتاب و بیشتر میکنه چون از اون دسته کتاب هایی هست که نباید یک
بار بخونی و بگذاری تو کتابخونه بلکه هر چند وقت یکبار مرور آن کمک
زیادی میکنه .

آقای دیوانپور از مشهد نوشته اند:
با سلام خدمت آقای آرام عزیز .کتابتون فوق العاده عالی و تاثیر گذار
بود.

آقای نادریان از سمنان نوشته اند:
سلام نادریان هستم ممنون از کتاب خوب و آموزندتون خیلی عالی
بود من دوسش داشتم طرح جلد عالی موضوعات تفکیک شده و منظم
وبه قول آقای درگی ساده و کاربردی بود.

موفق و پیروز باشید.

خانم سهیلا حیدری از تهران نوشته اند:
تبریک میگم به سبک نگارش و در نظر گرفتن نوع فونت
و سبک کتاب که همه آنها فرد را تشویق به ادامه مطالعه می کند.

آقای رسول اتحادی از اصفهان نوشته اند:
خیلی خیلی عالی بود.

این ها فقط نمونه ای از پیامک های دوستان گرامی بود. این پیام ها و پشتیبانی ها ، مرا تشویق کرد تا کتاب دیگری در مورد مغازه داری حرفه ای بنویسم. کتابی را که در دستان شماست به زبان عامیانه نوشتم تا درک مطالب آن آسانتر باشد. در این کتاب از تجربه مغازه داری و فروشندگی و تحقیقات خود استفاده کردم تا مطالب کاربردی را خدمت دوستان ارائه کنم. 100 درصد مطمئن هستم که با خواندن و عمل به مطالب این کتاب فروش شما افزایش خواهد یافت؛ این یک نظریه نیست بلکه این مطالب را در اینترنت به اشتراک گذاشتم و مغازه دارانی که آن ها را خواندند و عمل کردند برایم نوشتند که:

آقای آرام! با عمل کردن به مطالب شما، حتی در بدترین بازارها هم فروشمان افزایش پیدا کرده است.

فصل اول:

شروع مغازه داری

شما تنها نیستید
وقتی کاری را شروع می کنید به خدا توکل کنید تا تمام موجودات جهان به دستور
خداوند برای یاری شما بیایند.



شروع مغازه داری

سرمایه ای دارم حالا باهاش مغازه باز کنم یا نه ؟
می خوام وام بگیرم باهاش مغازه بزنم یا نه؟
آیا در شرایط الان که بازار رکوده مغازه بزنم یا نه؟

پاسخ این سوالات رو طبق تجربه خودم می نویسم. یعنی اونایی که برای خودم اتفاق افتاده یا دیدم و شنیدم و خوندم.
چند وقته دوستان ارجمندی که به وب ما سر میزنن این سوال ها رو می پرسن. درک می کنم که برای خیلی ها زندگی سخت شده . از یه طرف هزینه های بالای زندگی. از یه طرف شغلی دارن که دوستش ندارن . از یه طرف دوست دارن در آمدشون بالاتر بره . بعضی ها از غر زدن زنشون خسته شدن. بعضی ها از غر زدن بابا شون خسته شدن. بعضی ها دانشجوی هستن .بعضی ها از کارمندی خسته شدن. بعضی ها از کارگر مردم بودن خسته شدن. بعضی ها... . خلاصه هر کی یه جور گرفتاره و حالا موندن مغازه بزنن یا نه؟ جواب این سوالات رو می نویسم لطفا با دقت بخون و تا آخر بخون چون آینده ات بستگی به این کار داره. چون اگه با دقت نخونی ممکنه بد جوری شکست بخوری.

ما چند جور مغازه زدن داریم:

- 1- مغازه زدن بدون ریسک
- 2-مغازه زدن با ریسک متوسط

3-مغازه زدن با ریسک بالا

4- مغازه زدن به روش حرفه ای ها

حالا یکی یکی توضیح میدم:

مغازه زدن بدون ریسک

در این روش آدم ها به رشته ای از مغازه داری رو انتخاب می کنن .
انتخابشون یا بر اساس علاقه به فروش جنس خاصی هست.یا بر اساس
اینه که دور و بری هاشون تو فروش اون جنس کار می کنن .بعد 5 تا
10 سال شاگردی میکنن.در مدت شاگردی شون بازار رو میشناسن.
بازاری ها هم او نا رو میشناسن.برای خودشون آشنا و دوست تو رشته
شغلی شون پیدا میکنن و یاد میگیرن از کجا و از چه کسی و چه وقت
بخرن و چند بخرن و کجا و چه وقت و چند تومن جنس رو بفروشن.
خلاصه مغازه داری رو که فول شدن میرن تو خیابون های فرعی یه
مغازه کوچیک اجاره می کنن با همون پولی که از شاگردی در آوردن
وچون بازار و بازاری ها رو می شناسن جور کردن جنس و فروشش
براشون راحت. یکی دو سال اینجوری ادامه میدن و بعد میان راسته
خیابون مغازه میزنن. من خیلی ها رو دیدم اینجوری مغازه زدن و وضع
کاسبی شون هم الان خیلی خوبه. این جور آدم ها وام نمی گیرن. پول
قرض نمی کنن. احتمال شکست این جور آدم ها خیلی خیلی پایینه.
شاید بتونم بگم صفره. فرقی هم نمی کنه که دوران رکود بازار باشه یا

رونق بازار . اون ها مغازه شون رو میزنن. البته الان دیگه خیلی ها نه صبرش رو دارن نه حالش رو دارن که از این روش استفاده کنن.

مغازه زدن با ریسک متوسط

تو این روش آدم ها یک رشته از مغازه داری رو انتخاب میکنن. حدود یک سالی میرن شاگرد مغازه میشن. بعد یه سرمایه ای دستشون اومد مغازه میزنن. چند تومنی هم قرض و وام میگیرن. بعد یکی دو سال طول میکشه تا جا بیفتن و بازار و بازاری ها رو بشناسن. تو این مدت فشار بی پولی و فروش کم رو تجربه می کنن. تو این مدت کم کم یه چیز هایی یاد میگیرن مثل این که چه جنسی بیارن چه جنسی نیارن. ازکی میشه نقدی خرید، از کی میشه مدت دار جنس خرید. رفتارشون با مشتری چه جوری باشه بهتره. و خلاصه این جور چیزها رو با کمی سختی تجربه می کنن. تا بعد از یکی دو سال کم کم در آمدشون میره بالا.

در این روش احتمال شکست پنجاه پنجاهه. امکان داره تو همین شش ماهه اول نتونی اجاره مغازه رو در بیاری وخسته و نا امید بشی و مغازه ات رو ببندی .اگه دوران رکود بازار باشه احتمال شکستت بیشتر میشه اگه وام گرفته باشی که بدتر. اگه قرض گرفتی باشی که خیلی بدتر. میمانی که حالا وام و قرض ها رو چه جوری بدم. اگر هم کارت گرفت که خوش به حالت. مغازه داری مبارکت باشه. اینجور آدم ها رو هم دیدم. مخصوصا در بازار فردوسی مشهد دیدم همین جوری مغازه دار شدن .

مغازه زدن با ریسک بالا

در این روش آدم ها هیچی از مغازه داری نمی دونن. میرن یا قرض میکنن یا وام میگیرن یا سرمایه بابا رو میگیرن. بعد مغازه میزنن و کلی تبلیغات میکنن. منتظر میشن تا از آسمون پول بباره. احتمال شکست خیلی بالاست یعنی 10 درصد امکان داره شکست نخوری. 50 درصد اونایی که شکست نمیخورن فشار روانی و جسمی بالایی رو باید تحمل کنن تا مغازه شون بگیره. این روش رو اصلا توصیه نمی کنم. وام و قرض رو که دیگه اصلاً کلاً بیخیال شو که بدجوری می خوری زمین. حالا اگه دوران رکود بازار هم که باشه. داداش، جون ما بیخیال شو.

مغازه زدن به سبک حرفه ای ها: (جدید)

در این روش آدم باید بره یکی دوسال کتاب بخونه و کلاس آموزشی بره و درباره فروش و بازاریابی و موفقیت و ثروت تا می تونه اطلاعات جمع کنه. بعد رشته مورد علاقه اش رو تو مغازه داری انتخاب کنه و یکی دو سالی بره شاگردی کنه. بعد یک طرح جدید و شکل جدیدی از مغازه داری رو طراحی میکنه شکلی که در بازار نباشه و بدون رقیب باشه. یا رقیب هاش خیلی خیلی کم باشن.

بعد سرمایه یا از خودش یا از دیگران سرمایه جذب می کنه و مغازه میزنه. بعد تمام اصول حرفه ای رو که خونده و آموزش دیده اجرا میکنه .

امکان سریع پیشرفت کردن در این روش هست. اگه سریع پیشرفت کردی نوش جانت. ما رو هم دعوت کن یه شیشلیک با هم بزنیم . در این روش امکان شکست نیست. چون آموزش می بینین که در شرایط شکست چه کارهایی باید انجام بدین تا خیلی سریع مرحله شکست رو پشت سر بگذارین و موفق بشین . در حقیقت شکست برای این جور آدم ها اصلا معنی نداره. این جور آدم ها ممکنه وام بگیرن و قرض هم بکنن و در صورت شکست خوردن می دونن که چه جوری باید دوباره موفق بشن تا بتونن قرض و وامشون رو بدن. برای این جور آدم ها دوران رکود و غیر رکود معنی نداره . اون ها یاد میگیرن چه جوری در هر شرایطی بفروشن . این روش رو بنده توصیه میکنم مخصوصا برای کسانی که صبر ندارن و می خوان یه دفعه ای بترکونن.

حالا مغازه باز کنم یا نه؟

بله . صددرصد. زیرا امام صادق (ع) می فرمایند:

((نه دهم درآمد، در تجارت است.))

همچنین فرمودند : خرید و فروش را ترک نگوئید؛ زیرا ترک آن از بین برنده عقل است.

امیرالمومنین(ع)می فرماید: تجارت کنید، چون تجارت باعث می شود از آنچه در دست مردم است، بی نیاز گردی.

نقل احادیث از <http://www.hawzah.net>

ابی عماره بن طیار می گوید: به امام صادق(ع)عرض کردم: ورشکست شدم؛ تمام سرمایه ام را از کف داده ام و اهل و عیال بسیار دارم .

امام صادق(ع)فرمود: برو مغازه ات را باز کن، بساط بگستر،ترازو بگذار و در انتظار روزی پروردگارت باش .

رفتم، مغازه را باز کردم، بساط گسترانیدم و ترازو گذاشتم. مغازه داران همسایه ام از این که هیچ کالایی درمغازه ندارم، متعجب شدند. در این هنگام، مردی آمد و گفت: پیراهنی برایم خریداری کن .
پیراهنی برایش خریدم و پول آن را گرفتم. سپس مرد دیگری مراجعه کرد و ...

آنگاه شخص دیگری آمد و گفت: اباعماره! دو عدل کتان دارم. آیا آن را از من می خری تا یکسال دیگر پول آن را بپردازی؟
گفتم: آری، بیاور .

کتانها را آورد و نسیه از او خریدم .
پس از آنکه اورفت، یکی از بازاریان آمد و گفت: اباعماره! اینها چیست؟
گفتم: کتان است .
گفت: نصف آن را نقد می خرم .

پذیرفتم و پول آن را دریافت کردم. آن پول و بقیه کتانها تا یکسال نزد من بود. از آن پول لباسهایی خریدم و فروختم تا این که دوباره یکی از تجار معروف شدم .
نقل از <http://www.hawzah.net>

سفارش های اسلام درباره تجارت چنین است:
اول آگاهی، سپس عمل

نتیجه: اول آگاهی کسب کنید و سپس مغازه باز کنید.

نکته مهم: وقتی وام بگیر که در یک کاری مهارت پیدا کردی .
از کجا می فهمی مهارت پیدا کردی؟ از اونجایی که می تونی از اون
کار پول دربیاری. هر وقتی تونستی از کاری پول دربیاری یعنی در اون
کار مهارت داری و حالا وقتش رسیده که بری وام بگیری یا قرض کنی
تا بتونی پول بیشتری در بیاری.

نکته: وقتی وام می گیری یا قرض می کنی سرمایه ات رو در کاری بزن
که مهارتش رو داری و فکر می کنی که می تونی از پشش بر بیای. پول
وام و قرض رو در کاری که مهارت نداری سرمایه گذاری نکن چون
ریسکش بالاست.

چه مغازه ای بزنم و چقدر سرمایه می خواهد؟

با دو تا پنج میلیون چه مغازه بزنم؟
با پنج تا ده میلیون چه مغازه ای بزنم؟
با 10 تا 20 میلیون چه مغازه ای بزنم؟
و.....

روسری فروشی چقدر سرمایه می خواد؟
لباس زیر چقدر سرمایه می خواد؟
کفش فروشی چقدر سرمایه می خواد؟

عطر فروشی چقدر سرمایه می خواد؟
کت و شلوار بفروشم چقدر سرمایه می خواد؟
لباس بچه گانه چقدر سرمایه می خواد؟
و غیره

جواب این سوال ها بستگی به این داره که شما در کدوم شهر و در کدوم محله می خوای مغازه بزنی. اگه من بگم با سه میلیون میشه یک مغازه راه انداخت و شما در بالا شهر زندگی می کنی میگی : یارو جُک میگه با سه میلیون دکور مغازه ات زده نمیشه چه برسه به این که بخوای جنس هم بخری.

اگه بگم باید 20 میلیون داشته باشی تا بتونی یک روسری فروشی راه بندازی و شما در پایین شهر زندگی کنی. میگی: یارو جُک میگه من اگه 20 میلیون داشتم که مغازه نمی زدم پادشاهی می کردم.
پس تنها راهش اینه که هر جا هستی و هر جا می خوای مغازه بزنی بری از این چند گروه سوال بپرسی.

اول: از کلی فروش های (بُندکار) منطقه ای که می خوای مغازه بزنی بپرس که:

داداش، من می خوام فلان مغازه رو بزnm چقدر باید سرمایه داشته باشم برای خرید جنس؟

دوم: از بنگاه دارها ی منطقه ای که می خوای مغازه بزنی. بپرس که داداش، من می خوام تو این منطقه مغازه بزnm چقدر باید داشته باشم برای اجاره مغازه و کمیسیون بنگاه؟

سوم: از طراح دکور

بپرس که داداش من می خوام در فلان منطقه مغازه بزنم و فلان مغازه رو می خوام بزنم چقدر خرج دکورم میشه؟

بعد همه رو سرجمع کن اونوقت می فهمی چقدر سرمایه می خواد.
هی داخل اینترنت نگرد فلان جا نوشته 3 میلیون سرمایه می خواد یا با 4 میلیون می تونی مغازه باز کنی چون اون بابای داخل اینترنت نمی دونه که شما کجا می خوای مغازه بزنی.

چه مغازه ای بزنم فروش و سود بیشتری داره؟

خیلی ها این سوال ها رو می پرسند؟ از من می پرسند:

سود بستنی فروشی چقدره؟

لباس زیر سود داره یا نه؟

شال و روسری در آمدش خوبه یا نه؟

تعویض روغنی بزنم نظرتون چیه؟

نظرتون درباره اینکه لوازم آرایشی بزنم چیه؟

راستش خود من هم وقتی می خواستم مغازه بزنم همین فکرها رو می کردم. و از بقیه که می پرسیدم چه مغازه ای بزنم :

یکی می گفت لی خیلی خوبه. چون لی رو هم مردا هم زن ها و هم بچه ها می پوشند تو زمستون و تابستون هم لی می پوشند اگه لی بزنی خیلی خوبه.

یکی دیگه می گفت: نون تو کافه سنتیه. سرمایه کمی هم می خواهد . چهارتا میز و صندلی و قلیون می خری و مغازه رو اجاره می کنی و بعد پول پارو می کنی.

دیگری می گفت: برو گیم نت بزن . نزدیک مدرسه ها که بزنی عالیه. بچه مدرسه ای ها پول خرج می کنند واسه بازی. شب به شب هم دخلت پُره یکی دیگه می گفت: برو تو کار ساخت و ساز و املاک . هر خونه ای که بفروشی چند میلیون کمیسیون می گیری.

بعدی می گفت که : پول تو مانتو فروشیه . یک مانتو می خری 30000 تومن می فروشی 60000 تومن . تازه نصف مملکت زن ها هستند و هر کدومشون ممکنه سالی چهار پنج تا مانتو بخرن.

من هم این جوری با خودم حساب و کتاب می کردم که خوب اگه یک مانتو بخرم 30000 تومن و بفروشم 60000 تومن پس تو هر مانتو 30000 تومن برام داره . حالا اگه روزی فقط یک مانتو بفروشم همیشه ماهی 900000 تومن و اگه روزی فقط پنج تا مانتو بفروشم همیشه ماهی 4 میلیون و پونصد تومن . تازه می گفتم این حداقلشه و من خیلی بیشتر می فروشم.

یا حساب می کردم که اگر یک خونه 100 میلیونی بفروشم خوب میتونم دو میلیون کمیسیون بگیرم خوب حالا اگر ماهی فقط چهار تا خونه بفروشم میشه ماهی 8 میلیون تومن کمیسیون . تازه کمیسیون های رهن و اجاره رو هم حساب نکردم.

بعدا فهمیدم نه تنها من بلکه خیلی ها اینجوری حساب و کتاب می کنند ولی واقعیت وقتی میری مغازه میزنی یه جور دیگه است. یعنی واقعیت اینه که ممکنه یک هفته و یک ماه بگذره و تو نتونی حتی یک خونه بفروشی. یا حتی نتونی کرایه مغازه ات رو دربیاری. البته از اون طرفی هم ممکنه که یک دفعه ای از اونوی هم که فکرش رو میکردی بیشتر بفروشی.

خلاصه در دستتون ندیم . منم رفتم و چند تا مغازه رو امتحان کردم از بستنی فروشی و شیرینی فروشی و بازیهای کامپیوتری بگیر تا لوازم آرایشی و املاک وغیره. دست آخر فهمیدم وقتی می خواهی مغازه بزنی باید یک چیزهای دیگه رو مدنظر داشته باشی که معمولا خیلی ها در نظر نمی گیرن:

اول: خودتی

یعنی اول باید ببینی تو اصلا بلدی چیزی رو بفروشی. اصلا علاقه به چه نوع فروشی داری. اصلا تجربه فروش داری یا نه؟

دوم: مکان مغازه

وقتی مغازه بستنی فروشی کار می کردم سمت ما همیشه شلوغ بود اما

اون طرف خیابون یک مغازه بستنی فروشی بود که بیشتر وقت ها خلوت بود. اون وقت ها فکر می کردم که یارو حتما روزی اش همینه و خدا بیشتر از این نمی خواهد بهش مشتری بده . اما حالا می دونم که اون ور خیابون محل رفتن مردم بود و بیشتر مردم ظهرها موقع برگشتن بستنی می خوردند. و خوب مغازه ای که من کار می کردم سمتی بود که مردم موقع برگشتن از اون سمت میومدن برای همین مغازه ما که این سمت خیابون بود مشتری زیاد داشت.

وقتی می رفتم مغازه اجاره کنم می دیدم مغازه سر چهار راه با مغازه بغلیش 500 هزار تومن اجاره اش بیشتره . به یارو می گفتم : داداش این مغازه چسبیده به مغازه تویه . چرا مغازه تو 500 هزار تومن بیشتر اجاره می گیری؟ اما حالا می دونم که حتی نیم متر هم فاصله مغازه تا مغازه دیگه باعث میشه که پولدار بشی یا ورشکست کنی.

ممکنه بگن لوازم آرایش در آمدش خوبه و بعد تو بری تو محلی مغازه باز کنی که همشون شدیداً مذهبی متعصب هستند و با لوازم آرایشی مخالفند.

پس مکان مغازه خیلی مهمه.

سوم:جنس مخصوص یک مغازه

بعضی وقت ها شما مغازه مال خودتونه یا یک مغازه رو زیر نظر داری که اجاره اش کنی . این جور وقت ها نباید هرچی عشقت کشید یا هرچی گفتن درآمد داره تو بری همون رو بزنی بلکه باید ببینی توی این مغازه در این محله و این خیابان چه جنسی بریزی فروش بیشتری داره؟

اگه مغازه ات تو پایین شهره و محل رفت و امد کارگرهاست مثلا باید خوار و بارفروشی بزنی چون طبقه کارگر پولشون از خرج شکمشون بیشتر نمیشه. اگه بری مغازه لوازم لوکس بزنی خوب معلومه ورشکست میکنی. مثلا همین دور حرم امام رضا(ع). اگه مغازه ات سمت خیابون شیرازی باشه باید اجناس کیفیت مناسب و قیمت مناسب بیاری و گرنه ورشکست می کنی واگه مغازه ات سمت خیابون پنجره باشه باید جنس های ارزون و کیفیت پایین تر بیاری وگرنه ورشکست میکنی.

نتیجه گیری:

نتیجه اول: اول ببین چی بلدی بفروشی؟ یا چی علاقه داری بفروشی؟
نتیجه دوم: این که وقتی می خوای مغازه بزنی اگه جنس رو داری باید فکر کنی که این جنس رو کجا بفروشم بیشتر فروش داره.
نتیجه سوم: اگه مغازه رو داری یا مکان مخصوصی مد نظرته باید فکر کنی داخل این مغازه چه جنسی بفروشم بیشتر فروش داره؟
نتیجه چهارم: هر وقت بهت گفتن فلان چیز رو بفروش درآمد داره زود نری همون مغازه رو بزنی بلکه به اینایی که گفتم توجه کن. اونوقته که نونت تو روغنه.

با چقدر سرمایه می توانم مغازه باز کنم؟

این سوال را اغلب کسانی که تازه وارد کاسی می شوند از خودشان و از دیگران می پرسند. اما قبل از این که به این سوال پاسخ بدهیم به نکته مهمی توجه کنید.

نکته مهم چیست؟ نکته مهم این است که هر گاه سوالی پرسیده می شود اول به جواب فکر نکنید بلکه اول به سوال فکر کنید و ببینید آیا سوال درست است یا نه. اگر سوال اشتباه باشد در نتیجه هر جوابی که شما به آن سوال بدهید اشتباه خواهد بود.

مثال: علم بهتر است یا ثروت؟ همیشه این سوال را شنیده اید اما من می گویم این سوال غلط است و پاسخی ندارد. چرا؟

چون اگر بگوییم علم بهتر است پس بنابر این گروهی دنبال علم میروند و عالم بی پول می شوند و اگر بگوییم ثروت بهتر است گروهی دنبال پول می روند اما بی سواد می شوند. مثل این میماند که از شما بپرسند پدرت را دوست داری یا مادرت را؟ اگر بگویند پدرم را دوست دارم آنوقت مادرت ناراحت می شود و اگر بگویند مادرم را دوست دارم آنوقت پدرت ناراحت می شود.

سوال های غلط دیگر مثل :

دنیا بهتر است یا آخرت؟

درس خواندن بهتر است یا کار کردن؟

آیا خدا میتونه سنگی بسازه که خودش نتونه بلند کنه؟

اول مرغ بود به وجود آمد یا تخم مرغ؟

حالا اگر بگوییم باچقدر سرمایه می توانم یک مغازه باز کنم؟ و به شما جواب بدهند با ده میلیون و شما ده میلیون نداشته باشید خوب می گویند: من پول کافی ندارم وگرنه مغازه می زدم. خوب دیدید که سوال غلط و جواب غلط باعث شد شما مغازه نزنید. اما سوال درست چیست؟

حرفه ای ها این سوال را می پرسند: چگونه می توانم یک مغازه بزنم؟
و جواب های بسیاری برای این سوال هست.

۱- با سرمایه می شود مغازه زد.

۲- بدون پول اما با اعتبار می توان مغازه زد.

اولین مغازه بازی های پلی استیشن که من باز کردم بدون پول خودم بود. یعنی با دادن چک از کسی پول گرفتم و قرار شد پول از او باشد و کار از من بعد رفتن یک مغازه بدون پول پیش اجاره کردم و مغازه را باز کردم.

۳- بدون پول اما با جلب اعتماد دیگران می توان مغازه زد.

یکی از اقوام ما مدت دو سال برای یک نفر فروشنده گی کرد بعد از دو سال از صاحبکار خود درخواست کرد تا برای مغازه باز کردن به او کمک کند. صاحبکار او گفت: جنس ها را باشناسیت من و بدون پول برو بگیر ولی مغازه گرفتن با خودت.

بعد این قوم و خویش ما با مبلغ رهن بسیار پایین و اجاره ، یک مغازه گرفت و اجناسش رو با شناسیت صاحبکار خود بدون پول گرفت و الان پنج سال است که داره کار می کند.

۴- بدون پول اما با دانایی و جرات می توان مغازه زد. این مورد با روش های مختلفی در ایران داره کار میشه . مثلا بابک بختیاری که بستنی آیس پک را تاسیس کرد. حتی دانشکده هایی مثل "ثروت آفرینان" در ایران هست که این روش ها را آموزش می دهند . البته اگر هیچ پولی ندارید تنها با ثبت نام در یک کتابخانه و خواندن کتاب هایی در زمینه کسب و کار، فروش و بازاریابی، موفقیت، ثروت و کارآفرینی شما می توانید دانای باجرات شوید.

کجا مغازه بزنیم سریع پیشرفت می کنیم؟

هرجا که آدم بیشتری از اونجا رد بشه کاسبی هم بهتر می چرخه. پس اولین نکته اینه که هر جا آدم هست ، پول هم هست. دوم این که بعضی مغازه ها خیلی مشتری دارن. مثلا یک جا یک نانوايي هست کنارش هم یک سوپر مارکت هست و حالا شما میخوای اونجا مغازه بزنی. حالا باید چه مغازه ای بزنی؟ درسته. میوه فروشی. مردم برای خرید نون و خواروبار میان خوب مطمئنا مردم به میوه هم نیاز دارن حالا اگه یک میوه فروشی هم شما بزنی کنار اون ها مردم میان و از شما خرید میکنند.

پس بگردین ببینید کجا مردم زیاد رفت و آمد دارن. بعد فکر کنید اونجا چی بفروشین مردم حاضرن بخرن. سوال: جایی که آدم زیاد رفت و آمد میکنه کرایه اش خیلی زیاده چی کار کنم؟

جواب: خوب میتونی بری یه جایی کرایه پایین تر اجاره کنی که نزدیک به جایی باشه که مشتری زیادی رفت و آمد میکنه اما باید از روش های جذب مشتری که داخل همین کتاب گفتم استفاده کنی تا مشتری رو بکشونی سمت مغازه ات.

نکته مهم:

میزان مطالعه بر اساس درآمد خانوارها:
مطالعات سال 1388 نشان می دهد که خانوارهای با درآمد کمتر از 500 هزار تومان 41 دقیقه، خانوارهای با درآمد 500 هزار تومان تا یک میلیون تومان 60 دقیقه و خانوارهای با درآمد بالاتر از یک میلیون تومان 77 دقیقه در روز مطالعه می کنند. "نقل از خبرگزاری مهر"
نتیجه: به خاطر درآمد بیشتر هم که شده؛ ادامه کتاب را مطالعه کنید.

فصل دوم

" جلب توجه مشتری "

" جذب مشتری "

باید کارهایی انجام دهید که مشتری خوشحال و شگفت زده شود. (آرام)



فرق جذب مشتری با جلب مشتری

دقت کنید که جذب مشتری با جلب مشتری فرق می‌کند .
جلب مشتری یعنی مشتری مغازه شما رو ببینه و به طرف مغازه شما بیاد.مثل بعضی ها که بیرون مغازه شون از رنگ های گرم استفاده می کنن یا آکواریوم می گذارن داخل مغازشون یا جلو مغازشون فیل یا سگ یا حیوون دیگه ای میبندن یا طوطی و مینا میگذارن اینا مشتری رو جلب میکنه تا مغازه شما رو ببینن.و سمت مغازه شما بیان نه مغازه دیگران.

جذب مشتری یعنی این که مشتری رو بکشونی داخل مغازه طوری که حداقل جنس شما رو نگاه کنه یا قیمت بپرسه و نهایتا خرید کنند.
مثلا چند تا از جنس هاتون رو که مردم میشناسن از بقیه ارزونتر قیمت گذاری کنین تا مشتری بیاد داخل مغازه.مثل نمونه کارای جدید که پشت ویتترین می گذارند و باعث میشه مشتری بیاد داخل مغازه.

(موثرترین روش های جلب توجه مشتری)

وقتی مردم داخل پیاده رو دارن راه میرن اول باید کاری کنیم که مغازه ما تو چشم مردم "جلب توجه" کنه. وقتی که مغازه ما جلب توجه کرد مردم میان تا در مغازه ما. وقتی مردم تا در مغازه ما اومدن اونوقت باید با روش های "جذب مشتری" بکشیمشون داخل مغازه.

حالا برای جلب توجه مشتری از چه راه هایی میشه استفاده کرد؟
راه های زیادی برای جلب توجه مشتری وجود داره که من فقط چند تا رو براتون می نویسم.

1- انتخاب یک اسم عالی برای جلب توجه مشتری

1- اسم مغازه بهتره به فروش شما کمک کنه نه این که فقط قشنگ باشه. اسم هایی مثل: پوشاک کوروش کفش پاسارگاد املاک الماس فقط قشنگ هستند. اما چه جور اسم هایی تو فروشتون کمک میکنه؟

جواب: اسم هایی که نیاز مردم رو برطرف کنه.

چندین سال پیش که میوه میخواستیم بخریم میوه فروشی ها میگفتن دستچین نداریم همه میوه ها درهمه. وقتی که میوه می خریدی میوه ها رو میاوردی خونه توشون کلی خراب وجود داشت که اعصاب

آدم رو خورد میکرد.همین موقع ها بود که یک میوه فروشی اومد و اسم میوه فروشیش رو گذاشت (میوه فروشی دستچین)من که خیلی خوشم اومد و می رفتم ازش خرید میکردم چون می دونستم میذاره میوه ها رو خودت دستچین کنی و درهم فروشی نمی کرد.

کبابی خوشمزه: چون مردم دوست دارند کباب خوشمزه باشه.

املاک راستگو: چون مردم دوست دارند املاکی ها راست بگن.

ساندویچ لذیذ: چون مردم دوست دارند ساندویچ لذیذ بخورند.

مبل راحت: چون مردم دوست دارند مبل راحت باشه.

سوپر مارکت خوش اخلاق: چون مردم دوست دارند سوپر محله شون آدم خوش اخلاقی باشه.

آژانس سریع: چون مردم دوست دارند آژانس سریع بیاد و بره.

الکتریکی ادیسون: چون مردم دوست دارند الکتریکی مثل ادیسون مهارت داشته باشه.

سید ارزان فروش: چون خیلی ها دوست دارند جنس رو ارزون بخرند .

۲- اسم مغازه بهتره (صفت) داشته باشه

وقتی میگی (دریا) حس خوبی به آدم میده اما وقتی میگی (دریای آبی) حس بهتری به آدم میده. وقتی میگی (جنگل) حس خوبی به آدم میده اما وقتی میگی (جنگل سبز) حس بهتری به آدم میده. وقتی میگی (مادر) حس خوبی به آدم میده اما وقتی میگی (مادر مهربان) حس بهتری به آدم میده. بنابراین:

اسم: استخر موج بهتره بگیم استخر موج های آبی

اسم: مانتو سارا بهتره بگیم مانتو شیک سارا

اسم: میوه فروشی اصغراقا بهتره بگیم میوه های تازه اصغر آقا

3- اسم مغازه بهتره که معروف باشه تا جلب توجه کنه و در ذهن ها بمونه.

مثل یک ساندویچ فروشی که اسمش رو گذاشته بود (ساندویچ جومونگ)
مثل حافظ و سعدی برای بازار حافظ بازار سعدی
مثل ایران برای شرکت های ایرانسل ایران ول ایران پوشاک

4- اسم مغازه می تونه عقاید مذهبی شما رو نشون بده
بعضی ها اعتقاد دارند که گذاشتن اسم مذهبی فروش رو بیشتر
می کنه (قضاوت با خودتون)
مثل: ثامن الحجج - ثامن الائمه - علمدار - بوی یاس

5- اسم مغازه می تونه از دو تا اسم متضاد درست بشه.
مثل: سیاه و سفید شب و روز

6- اسم مغازه می تونه از اول چند تا کلمه گرفته شده باشه
مثل: آشپزخانه مدرن ایرانی = آما لوازم خانگی آما
پوشاک آقایان ترک اصل = پاتا پوشاک پاتا

7- اسم مغازه می تونه برای جلب توجه غلط املایی داشته باشه
مثل: غسابی آغا رزا خیاتی قلام رزا

8- اسم مغازه می تونه از دو تا کلمه مترادف درست بشه
مثل: عشق و محبت - دوستی و رفاقت - صفا و صمیمیت

9- اسم مغازه می تونه عدد باشه
مثل : پوشاک 2000 محصولات یک و یک کفش 2014

10- اسم مغازه می تونه اسم خود صاحب مغازه باشه.
سوپرمارکت آقارضا تعویض روغنی محمد بستنی آقا شهرام

خلاصه این که اسمی رو انتخاب کنید که به جلب توجه مشتری کمک کنه.

2- جلب توجه مشتری با پرندگان

حتما داستان "طوطی و بقال" رو شنیدین- در این داستان می خونیم که بقال به خاطر این مشتری زیادی داشت که طوطی داشت. و اون طوطی باعث می شد مشتری جمع بشه.

خود من هم موقعی که بساط می کردم می رفتم برای صبحانه از یه مغازه ای که یه "مرغ مینا" داشت خرید می کردم. و همش نگاه می کردم که اون مینا چه جوری حرف های مردم رو تکرار می کنه.



3- جلب توجه مشتری با حیوانات:

چند وقت پیش در تلویزیون دیدم یه آقای بانکداری برای جلب مشتری اومده بود یه "بچه فیل" در بانک گذاشته بود و به خاطر همون بچه فیل کلی مشتری هاش زیاد شده بود و در کل دنیا خبرش پیچیده بود.

جلب توجه مشتری با فیل در تایلند



4- جلب توجه مشتری با صدا

حتما دیدین تو بازارها برای این که جلب توجه مشتری کنن یه عده ای میومدن داد میزدن "آی خونه دار و بچه دار بیا این سر بازار" بعدا که بلندگو اومد و ضبط. در همین مشهد خیلی ها صداشون رو ضبط می

کردن و تو بلندگو میگذاشتن و اینجوری مشتری جلب می کردن.البته الان دیگه این کار رو انجام ندین . بلکه باصدای دلنواز یک آهنگ زیبا می تونید این کار رو انجام بدین.



5- جلب توجه مشتری با نور

بعضی ها "چشمک زن نوری" قوی میگذارن برای این که توجه مشتری رو جلب کنن. ماخودمون موقعی که مغازه لوازم آرایشی داشتیم یه رقص نور گذاشته بودیم که کف خیابون می افتاد و بچه ها میومدن که نورها رو بگیرن و اینجوری توجه مردم جلب می شد.

جلب توجه مشتری با نور و بالن در تهران



6- جلب توجه مشتری با ، بو

حتما شما هم تجربه کردین که همین جوری که داری داخل پیاده رو راه میری یه دفعه ای بوی چلو کباب دیوونه ات میکنه!
الان نمی دونم چرا حتی مغازه عطر فروشی هم که از کنارشون رد میشم هیچ بویی نمیدن . پس چه جوری میخوان توجه مردم رو جلب کنن؟؟؟



7- جلب توجه مشتری با تحرک

وقتی چیزی حرکت میکنه توجه آدم بیشتر جلب میشه. قبلا بیشتر دکور های متحرک رو می دیدم ولی الان اصلا نمی بینم. شاید به خاطر پول برقشه. اما این دلیل نمیشه که از این روش استفاده نکنیم. الان خیلی چیزهای متحرک هستند که با نور کار میکنن و یا مثل این سگ های عروسکی که کله شون می جنبه . اگه بشه یکی بزرگترشو درست کرد چی میشه!!!

انسان ها نسبت به چیزهای متحرک توجه بیشتری نشان می دهند تا چیزهای ثابت. مثلا عکس روی دیوار یک چیز ثابت است اما تلویزیون روی دیوار تصویر متحرک دارد . انسان ها بیشتر جذب تلویزیون می شوند تا عکس؛ زیرا تلویزیون تصاویر متحرک دارد.

اگر ویتترین شما داری اجناسی باشد که متحرک باشد (یعنی حرکت کند یا تکان بخورد) مشتری بیشتری را جذب یا جلب خواهید کرد.
مثال: همین گلدان های آفتابی که دائم پشت ویتترین بعضی از مغازه ها حرکت می کنند. یا تلویزیون هایی که بعضی ها پشت ویتترین می گذارند.

خلاقیت: شما می توانید با خلاقیت خود کاری کنید که پشت ویتترین شما متحرک باشد می توانید مانکن خود را روی یک صفحه گردان بگذارید تا مانکن بچرخد.

می توانید یک پنکه روشن کنید تا اجناس پشت ویتترین شما را تکان بدهد.

می توانید یک آینه تمام قد پشت ویتترین بگذارید.

حتما روش های دیگری را فکر کنید و اجرا کنید زیرا موثر است .
تجربه دیدنی: در بازار الماس شرق تعدادی اسباب بازی فروشی وجود دارد اما در طبقه زیر زمین آن یک اسباب بازی فروشی وجود دارد که از بقیه شلوغ تر است. من هر وقت از آن جا رد می شوم می بینم تعدادی بچه و بزرگسال دور مغازه این آقا جمع شده اند و علت آن این است که این مغازه دار حداقل ۱۰ اسباب بازی شارژی را همیشه روشن می گذارد که تکان بخورند و سرو صدا ایجاد کنند .



8- جلب توجه مشتری با چیز های عجیب.

هر چیز عجیبی می تونه توجه مردم رو به خودش جلب کنه. مثل مجسمه عجیب. یا عکس عجیب- گذاشتن مانکن ها اون هم بر عکس- گذاشتن یه آدم زنده تو ویتترین به جای مانکن- وغیره



9- جلب توجه مشتری با بزرگ کردن یا کوچک کردن جنس

مثلا کفش فروشی دیدم یه دمپایی دم در آویزون کرده بود اندازه پای غول.
پیتزا فروشی دیدم یه پیتزای به اندازه یه ماشین گذاشته دم در مغازه.



10- جلب توجه مشتری با استفاده از انسان های معروف

گذاشتن عکس بزرگ یا مجسمه یا حتی عکس صورت افراد مشهور روی

مانکن می تونه جلب توجه کنه

مثل رونالدو مثل باب اسفنجی مثل مرد عنکبوتی



11- جلب توجه مشتری با پوشیدن لباس کار مخصوص

فکر کنید اسباب بازی فروشی که خودش لباس یه خرگوش رو تنش کنه.

فکر کنید لوازم کامپیوتر یه لباسی طراحی کنه شبیه کامپیوتر و تنش

کنه. یا حداقل عکس کامپیوتر رو لباسش باشه. فکر کنید لباس مجلسی که

فروشنده اش لباس عروس تنش کنه.



لباس بستنی

12- جلب توجه مشتری با بعضی رنگ ها.

مثل قرمز زرد نارنجی که از نظر روانشناسی جلب توجه بیشتر دارند.

13- جلب توجه مشتری با تابلو مغازه

تابلوی شماره 1



اگه قصد دارین اسم مغازه تون رو جا بندازید باید اسم مغازه تون رو بزرگتر بنویسید. اگه اسم مغازه تون معروفه باید اینجوری تابلو بنویسید تا مردم از روی اسمتون شما رو پیدا کنن. اگه داخل راسته بازار هستین و همه یه چیز می فروشن (مثلا مانتو می فروشن) باید اسمتون رو بزرگ بنویسید تا مردم شما رو بین بیست یا سی تا مغازه راحت تر پیدا کنن.

تابلو شماره 2



اگه داخل یه خیابون هستین که شغل های زیادی اونجا هست، شما باید شغلتون رو بزرگتر بنویسید تا مردم شما رو راحت از بین بقیه شغل ها پیدا کنن. اگه قصد ندارید اسمتون رو جا بندازید و فقط میخواین مردمی که دنبال خرید اجناس شما هستن، شما رو ببینن؛ باید تابلو تون رو اینجوری بنویسید.

تابلو شماره 3



اگه محل نصب تابلوی شما کوچیکه اصلا اسم مغازه و شغلتون رو کنار هم ننویسید. چون کوچیک میشه و دیده نمی شوید.

ویژگی برتر

برترین ویژگی مغازه تون رو حتما روی تابلوی مغازه بنویسید تا جذب مشتری کنه .

مثلا: پوشاک اصل. نمایندگی تهران. مستقیم از کارخانه. ارزانتر از همه جا. شیک و راحت. با ضمانت یک ساله. دارای مدرک بین المللی. واردات از کیش. ساخت آلمان

یک تفاوت کوچک در مغازه شما؛ در آمد

شما را نسبت به رقیب بیشتر می کند.

"آرام"

(قوی ترین روش های جذب مشتری)

سبک فروش (روشی بسیار قوی برای جذب مشتری)



شما می‌دونید که آدم‌ها عاشق کلمه "جدید" هستند. اونایی که اهل فکر و خلاقیت هستند فهمیدن که مشتری از روش‌های جدید فروش خوشش می‌آید. مخصوصاً روش‌های جدیدی که "مشتری مدار" باشه و هوای مشتری رو داشته باشه و به "لذت خرید" مشتری کمک کنه. چند تا از این روش‌های جدید "سبک فروش" رو نام می‌برم:

1-سبک یک فروشنده و یک جنس

روش‌های قدیم فروش اینه که یک فروشنده می‌گذارن و کلی جنس متنوع بهش میدن که بفروشه. خوب اتفاقی که میفته اینه که فروشنده نمیتونه درباره تمام اجناس اطلاعات کاملی به دست بیاره. الان اجناس

داخل بازار تنوع زیادی داره و مشتری گیج میشه که کدوم رو انتخاب کنه. بنابر این تنها راهی که مشتری گیج نشه و بتونه راحت تصمیم به خرید بگیره و از خریدش راضی باشه و لذت ببره اینه که یک مدل جنس میگذارن و برای همون یک مدل جنس یک فروشنده میگذارن تا اون فروشنده بتونه در باره همون یک مدل جنس اطلاعات دقیق و کاملی به مشتری بده.

نکته: مغازه دار باید در این روش اجناسی رو بیاره که پرفروش هستن یا جدید هستن تا فروشش بالا باشه. چون تعداد مدل ها در این نوع فروش به اندازه تعداد فروشنده هاست.

نکته: مغازه دار میتونه حقوق فروشنده ها رو درصدی بده چون اینجوری هم فروشش بالا میره هم از نظر حقوق فروشنده ها به مشکل برنمیخوره.

2- سبک فشن

این روش رو یکی از دوستانم انجام میده و فوق العاده راضی هست. میگه هم من از فروشم راضی هستم و هم مشتری هایم از روش خریدشون راضی هستن.

دوست من لباس فروشی زنانه داره و به جای این که یک عالمه لباس با یکی دو تا اتاق پرو کوچیک بزنه اومده و یک طرف مغازه اش رو یک سالن بزرگ برای پرو درست کرده و یک آینه بزرگ سرتاسری زده

طوری که مشتری میتونه خیلی راحت لباس رو تنش کنه و جلوی آینه بزرگ راه بره و خودش رو ببینه. واقعا فکر جالبیه . من که داخل بعضی از اتاق پرو ها خفه میشم و تنها دلیل خرید نکردنم این بوده که مغازه دار اتاق پرو مناسبی نداشته.

3- سبک سلف سرویس

این سبک فروش هم خیلی خوب جواب داده. اغذیه فروش هایی که قبلا پشت پاچال ساندویچ رو میپیچیدن حالا این کار رو برعهده مشتری گذاشتن تا خود مشتری هر جور که دلش میخواد ساندویچش رو بپیچه. هر اندازه که دوست داره گوجه و خیارشور و مخلفات بذاره.

شما هم فکر کنید. حتما سبک های جدیدی برای فروش به ذهنتون میاد که باعث رضایت بیشتر مشتری و افزایش فروشتان می شود.

جدید ترین روش جذب مشتری در انگلستان:

هم اکنون در کشورهای خارجی مانند انگلیس مغازه دارها از (تیم) استفاده می کنند تا محیط مغازه برای باز دیدکنندگان جذاب باشد. همین جدیدا هم حدود 200 مغازه در انگلیس تم مخصوص به خود را زده بودند و با این کار هم مشتری ها و هم جهانگردان را به سمت مغازه خود می کشاندند. مثلا تم یک مغازه جنگل بود که وقتی وارد مغازه می شدید

صندلی ها از چوب بود و از در و دیوار شاخه های درخت آویزان بود و صدای حیوانات پخش می شد.
تم دریا ، تم باب اسفنجی ،تم وحشتناک و خیلی تم های دیگر مورد استفاده قرار می گیرد.

یک نمونه تم جنگل



جذب مشتری با کلمات سحر آمیز

1- کلمه سحر آمیز (اولین)

در یک زمینه اولین باشید و آن را در تابلو خود بنویسید. این به فروش شما کمک می کند. فرض کنید ده تا پارچه فروشی در منطقه شما وجود دارد و شما می خواهید در یک زمینه اولین باشید. می توانید دکورتان را به سبک جدید بزنید و بنویسید: (اولین مغازه پارچه فروشی مدرن، در منطقه)

یا فرض کنید لاستیک ماشین می فروشید و می روید دستگاه جدیدی می خرید برای تعویض لاستیک. آن وقت روی تابلو می نویسید: (اولین لاستیک فروشی با دستگاه های مدرن و جدید)
یا فرض کنید آرایشگر هستید و مدرک بین المللی گرفته اید و می نویسید (اولین آرایشگاه با مدرک بین المللی معتبر)

خلاصه فکر کنید و در یک کاری اولین باشید.

2- کلمه سحر آمیز (بزرگترین)

در یک زمینه هم می توانید بزرگترین باشید. فرض کنید سوپر مارکت دارین و در یک بلوار شما بزرگتر از بقیه سوپرمارکت ها هستید. آن وقت می نویسید : بزرگترین سوپرمارکت بلوار خیام
یا فرض کنید پیتزا فروشی دارین و پیتزا ها تون رو مقداری از بقیه بزرگتر می زنین. همین کافیه تا رو تابلوتون بزنید:

(بزرگترین پیتزا ها را در پیتزا لذیذ میل کنید.)

3- کلمه سحر آمیز (مرکز)

شما همیشه مغازه تون مرکز یه جایی یا یه چیزی ممکنه باشه. اگه نیست کاری کنید که بشه. مثلا موبایل فروشی دارید اونوقت رو تابلوتون می نویسید: مرکز خرید و فروش موبایل منطقه 12 یا سبزی فروشی دارید اونوقت می نویسید: مرکز سبزیجات تازه

4- کلمه سحر آمیز (نمایندگی)

از هر جایی می توانید یه نمایندگی بگیرید. فرض کنید کت و شلوار می فروشید اونوقت می روید و یک نمایندگی از یه جایی مثلا مارال می گیرید و می نویسید: نمایندگی کت و شلوار مارال یا بستنی می فروشید اونوقت می روید از بستنی فروشی بابا بستنی نمایندگیش رو می گیرید و می نویسید: نمایندگی بستنی بابا بستنی خلاصه هر چی از جایی که نمایندگی اون رو می گیرید معروف تر باشه فروشتون هم بیشتر میشه.

5- کلمه سحر آمیز (جشنواره)

بیکار ننشینید. یه جشنواره راه بندازید دو روزه ،سه روزه یه هفته ای و غیره.

6- کلمه سحر آمیز (شعبه دیگری نداریم)

اگه چیز خاصی می فروشید یا در زمینه ای خاص هستید یا بهترین هستید ،یک تابلو بزرگ بنویسید : شعبه دیگری نداریم. این جوری نشون می دهید شما چقدر مهم هستید که هر لحظه امکان داره یکی از روتون کپی برداری کنه. بنابر این شما پیش دستی کردی و زدی شعبه دیگه ندارم تا مشتری ها جای دیگه نرن خرید و بیان از اصلش خرید کنن.

7- کلمه سحر آمیز (شعبه اصلی)

وقتی بیشتر از یک شعبه دارید با زدن این کلمه اونم بزرگ روی تابلو فروش بیشتر میشه. چرا؟ چون مردم دوست دارن همیشه از اصل یک جایی خرید کنند .

8- کلمه سحر آمیز (اصل)

هر جای دنیا که هستین همیشه یه جای دیگه از شما بالاتره. اگه تو مشهدین خوب تهران از شما بالاتره. اگه تو سرخس هستین خوب مشهد از شما بالاتره . اگه تو تهران هستین خوب کیش از شما بالاتره . خلاصه برین از همون جای بالاتر جنس بیارین. یا ببینید چه کسی داخل شهرتون از اون جا جنس میاره برین و ازش بخرین . بعد بنویسید :

فروش اجناس اصلی تولید تهران

فروش اجناس اصل کیش

خلاصه هر چی اسم مکان گنده تر باشه فروش بیشتره.

مثلا : فروش اجناس اصل آلمان

9- کلمه سحر آمیز (مستقیم)

سعی کنید دست واسطه ها رو کوتاه کنید و تا می توانید جنس رو مستقیم از خود تولیدی یا شرکت یا کارخونه بگیرید بعدش می تونین بنویسین:

فروش اجناس جین مستقیم از تهران
فروش بخاری مستقیم از کارخانه
فروش نایسر دایسر مستقیم از تهران
فروش اجناس ترک مستقیم از ترکیه

10- کلمه سحر آمیز (مناسبت)

تا به حال بسیاری از تبلیغات فروش را دیده اید که به مناسبت های خاصی انجام می شود. مثل:

فروش از عید غدیر تا عید قربان
فروش به مناسبت تولد امام هشتم
تخفیف به مناسبت سالگرد افتتاح
تخفیف به مناسبت دهمین سال تاسیس فروشگاه

سوال اینجاست که چرا فروش در مناسبت ها موثر است؟

جواب: به خاطر این که مردم می دانند بعضی از فروشنده ها آنقدر به عید غدیر یا تولد امام معتقد هستند که حاضر ند به مبارکی این مناسبت جنس هایشان را تخفیف بدهند و اگر الان نخرند مجبورند بعدا با قیمت بالاتری خرید کنند.

مثال واقعی:

اول ماه رمضان یک سوپر مارکت تابلو بزرگی زده بود و نوشته بود:
به مناسبت ماه مبارک رمضان این سوپر مارکت کلیه اجناس خود را با
۵٪ تخفیف ارائه می دهد.

11- کلمه سحر آمیز (طرح)

خود کلمه (طرح) به فروش کمک می کند. زیرا مشتری می داند وقتی
(طرح) در کار است حتما برای آن هفته ها و ماه ها و سال ها فکر شده
است بنابراین طرح ارزش خریدن دارد. کلمه (طرح) برای مشتری ایجاد
ارزش می کند.

مثال:

پوشاک ایرانیان در طرح ویژه پاییزه خود انواع پوشاک زنانه را با ۲۰٪
تخفیف ارائه می دهد.

فروشگاه تک کلیه لوازم صوتی و تصویری خود را در طرح ویژه (مشتری
مداری) با ۱۰٪ تخفیف ارائه می دهد. این طرح فقط به مدت یک هفته
ادامه دارد.

نکته: می توانید دو یا چند طرح ارائه کنید تا مشتری حق انتخاب داشته
باشد و یکی از طرح های شما را به سلیقه خود انتخاب کند.

12- چند تا کلمه دیگه سحرآمیز دیگه مثل (تنها-بهترین-مدرن-از تولید به مصرف- فقط- و...)

نکته: حالا فرض کن یکی بره همه این کار ها رو انجام بده اونوقت رو تابلوش بنویسه:

مرکز اصلی خرید و فروش موبایل
نماینده موبایل سامسونگ
بزرگترین شعبه منطقه 12
اولین موبایل فروشی به سبک مدرن
خرید و فروش موبایل مستقیم از کره جنوبی
فکر میکنم می ترکونه!!!

جذب مشتری با قیمت گذاری

بسیاری از شرکت ها و مغازه داران با بالا و پایین آوردن قیمت سعی در افزایش فروش خود دارند . روش های قیمت گذاری زیاد است و در این جا چند نمونه برایتان می نویسم:

(قیمت گذاری پارتیزانی)

در این نوع قیمت گذاری فقط یک یا چند جنس را به قیمت خرید می دهیم طوری که قیمت ما مشتری را جذب کند اما در موقع جذب مشتری باید با فروش سایر اجناس سود به دست آوریم. این قیمت گذاری زمانی انجام می شود که شما می توانید از فروش بقیه اجناس سود به دست آورید. آیا تا به حال به این روش قیمت گذاری کرده اید؟؟

(قیمت گذاری نفوذی)

قیمت گذاری نفوذی یعنی دادن جنس ها زیر قیمت بازار طوری که مردم شگفت زده شوند. در این نوع قیمت گذاری با این که کیفیت اجناس بالا است اما قیمت ها واقعا پایین است . طوری که حتی ناشی ترین مشتری ها هم می فهمند قیمت خیلی پایین است.

اول : از این روش زمانی استفاده می شود که مغازه دار در یک منطقه تازه مغازه باز کرده یا تازه شعبه زده و با این روش می خواهد خیلی سریع جا بیفتد.

دوم : زمانی از این روش استفاده می شود که رقیب در بازار زیاد است و قصد دارید رقیب را کنار بزنید.

سوم : زمانی که از این روش استفاده می شود باید سرمایه پشتیبان لازم را داشته باشید زیرا ممکن است تا یک سال این روش را ادامه دهید.

چهارم: زمانی که در بازار جا افتادید باید خیلی آهسته قیمت ها را بالا ببرید طوری که مردم گلایه نکنند شما دارید قیمت ها را بالا می برید.

پنجم: بعضی ها به جای بالا بردن قیمت کیفیت اجناس را پایین می آورند که البته جالب نیست.
ششم: این روش در زمان ها و مکان هایی که مردم روی قیمت حساس شده اند (مثل دوران رکود) بیشتر کاربرد دارد.

(قیمت گذاری شاهانه)

در این نوع قیمت گذاری شما یک یا چند جنس بسیار گران قیمت را ارائه می دهید طوری که مشتری برای دیدن آن ها به مغازه شما می آید. مثلا لباسی که 20 میلیون قیمت دارد.
زمانی که جنسی آورده اید که گران به نظر می رسد، قیمت گذاری شاهانه باعث می شود قیمت جنس شما گران به نظر نرسد. مثلا اگر لباسی به قیمت 3 میلیون تومن دارید همه می گویند لباس گرانی است. اما وقتی ببینند لباسی دارید که 20 میلیون می ارزد همه می گویند که لباس 3 میلیون تومنی گران نیست.

(قیمت گذاری میانه)

در این نوع قیمت گذاری هدف، بیشتر فروختن از رقبا است. بیشتر مردم نه دنبال قیمت بالا هستند و نه دنبال قیمت پایین؛ بلکه دنبال جنس قیمت متوسط می گردند. اگر قیمت بالا باشد می گویند گران است و نمی خرند و اگر قیمت پایین باشد می گویند جنسش بی کیفیت است و نمی خرند. حالا شما باید ببینید قیمت اجناس رقبای شما چند است و قیمت خود را بین وسط قرار دهید. اینجوری مشتری بیشتری خواهید داشت.

جذب مشتری با تبلیغات موثر

تبلیغ به معنای رساندن پیام است. پس هنگامی که تبلیغ می کنید یعنی می خواهید پیامی را برسانید. حال هر چه روش رساندن پیام شما هوشمندانه تر باشد در نتیجه تاثیر بیشتری دارد. در زیر به چند روش عالی برای رساندن پیام (تبلیغ) تاثیر گذار اشاره می کنیم:

1- اگر چیزی برای تبلیغ ندارید پول و وقت خودتان را هدر ندهید. شما باید چیزی داشته باشید که مردم حاضر باشند تبلیغ شما را بخوانند و یا برای خرید بیایند. همین چند روز پیش همسایه طبقه پایین ما از دست تراکت ها شاکی بود و می گفت: اینها فقط یاد دارند حیاط مردم را پر از آشغال کنند. و بعد تراکت ها را جمع کرد و به سطل آشغال ریخت .

شما چه چیزی برای تبلیغ دارید؟

کیفیت اجناس خوبی دارید؟

خوب خدمت می دهید؟

اجناس ارزان دارید؟

شیک و مد روز هستید؟

مدل های کمیاب دارید؟

مشتری مدار هستید؟

یا...

بالاخره چه چیزی دارید برای تبلیغ؟

2- تکرار تبلیغات:

این یک راز بزرگ است. اگر می خواهید تبلیغات موثر داشته باشید آن را تکرار کنید و گرنه مردم شما را فراموش می کنند. تحقیقات نشان داده حداقل سه تا پنج بار باید تبلیغ کنید تا مشتری را به سمت مغازه خود بکشانید. به جای این که سه هزار تبلیغات را یک دفعه انجام بدهید هزار تا تبلیغات کنید و آن را سه دفعه انجام دهید. تبلیغات تلویزیون را دقت کنید همیشه برای ما تکرار می کنند.

3- حتما جملاتی بنویسید که مردم فکر کنند مهلتی ندارند.

بسیاری از مردم فقط کارشان را در دقیقه نود و بلکه وقت اضافه انجام می دهند بسیاری از مردم تا مجبور نشوند کاری را انجام نمی دهند. بنابراین عبارت هایی بنویسید که حس عجله و مهلت نداشتن در مردم بیدار شود. بنویسید:

فقط به مدت سه روز

فقط دو بسته دیگر مانده

تعداد محدود

همین الان تماس بگیرید تا 20٪ تخفیف بیشتر بگیرید

فقط امروز مهلت دارید تا 40 درصد تخفیف می دهیم.

بانک ها را دیده اید که دائم از این روش استفاده می کنند.

4- کلمات تحریک کننده احساس مشتری:

کلمات قدرت فوق العاده ای دارند. به نمونه هایی از این کلمات تحریک کننده اشاره می کنیم:

سریع، آسان، بسیار ارزان، تضمین، لذت ببرید، پول بیشتر، زمان بیشتر.
در خانه، در محل کار یا در اتومبیل تان.

شما - کلمه ای بسیار ساده است. این کلمه باعث می شود تا مخاطب به
عنوان بخشی از گفتگو قرار بگیرد.

می توانید- این کلمه ای است که القاء می کند که من می توانم کاری را
انجام بدهم.

آسان - نشان می دهد که قرار نیست کار مشکلی انجام شود و به دست
آوردن چیزی را به راحتی بیان می کند.

جدید- این نشان می دهد که من اولین کسی هستم که آن را ارائه می
کند.

اختصاصی - این چیزی است که مختص من است و من را متمایز نمایش
می دهد.

بهترین - نشان دهنده تمایز و نوعی بزرگی

کیفیت - ضمانتی برای اطمینان

منحصربه فرد - باز هم کلمه ای برای القاء بزرگی و تمایز

برنده - این کلمه را دوست دارم و ای کاش به من برسه!

هیجان انگیز - اگر به شما بگویم هیجان زده هستم ، شاید شما هم

هیجان زده شوید!

رایگان - بهترین کلمه دنیا و نشان دهنده اینکه لازم نیست چیزی صرف
کنم.

هدیه - چیزی به صورت رایگان به من داده است ؟ چه عالیست!

تحویل - آن را درب خانه به صورت سالم و امن

مستقیم - سریع و مطمئن ، مستقیماً به دستم می رسد.

بلافاصله - نشان دهنده اینکه سریعا می توانم به دست آورم!
مادام العمر - به من می گوید که یک ضمانت نامه ویژه دارم.
نمایش نتایج - شماره هایی که همیشه نشان دهنده واقعیت ها هستند.
پس انداز - با این کلمه ، صرفه جویی در پول نمایش داده می شود.
مقرون به صرفه - چیزی که باعث پس انداز پولم می شود.
چگونه - از آنجا که مردم خواهان دانستن جزئیات بیشتری هستند.
بشتابید - یک نوع اضطرار و فوریت که اعلام می کند تا سریع عمل کنم.
پیشنهاد - بهترین راهکار را به من می آموزد.

منبع:franegar.ir

عالی،زیبنده، فوق العاده،بی نظیر،فریبنده، ملیح، کلاسیک، مد روز، باحال،
خیره کننده ، ظریف، باسلیقه، برازنده، استثنایی، مهیج، بدیع، دلپسند،
خارق العاده، شگفت انگیز،مجلل،مطبوع،خوش تیپ،پرابهت،گیرا،پر جلوه،
پر زرق و برق،باشکوه،یادآوردنی،درخشان،نادر،شیک،تک،بادوق،خاص.
خارق العاده،شگفت انگیز،افسانه ای با شکوه،بزرگ،بهترین،باور نکردنی

شگفت آور- حیرت آور - درخشان -عالی -ممتاز -قابل توجه-استثنایی
عادی- متحیر کننده- بسیار بزرگ -تابان -گیج کننده -بیرون از این
دنیا-هنگفت - مجلل -درجه عالی - جدی- بی همتا-شکست ناپذیر-
بزرگ ترین- درجه یک- نخستین -شاد -لذت بخش- گیرا -بی کران -
بسیار- حیرت انگیز -مهیج - امید بخش -تماشایی -درخشنده - بی
نهایت -مخصوصا -خاص -با وقار -بی مانند- بی نظیر-تسلط نا پذیر-
سعادت مند -سربلند- جذبه ای-فرخنده -خوشحال -الهام شده - گرانبها -

غیر قابل ادراک - بهت زده - متحیر - طاقت فرسا - بشاش - مشتاقانه -
بی مانند - تمام و کمال - تکمیل - ایده آل - بی عیب - کامل - نهایی -
مصمم - علاقه مند منبع: محمد البرزی asia3827.blogfa.com

5- تعداد جملات:

تعداد جملات کمتر باشد بسیار بهتر است. در حقیقت شما باید با سه عبارت یا یک جمله نظر مشتری را به تبلیغات جلب کنید. تا او اشتیاق پیدا کند بقیه مطالب را هم بخواند.

مثال:

تضمین قطعی یا برگشت شهریه

قدرت، سرعت، یک شاهکار

صرفه جویی در وقت، صرفه جویی در پول، نتیجه ای فوری

همه جا از آن لذت ببرید

تحويل رایگان هدیه و جایزه

فوق العاده ارزان

6- عددها را بزرگ کنید:

اگر 10٪ درصد تخفیف دارید ننویسید 10٪. چون عدد کمی است. بلکه آن را جمع ببندید. مثلاً تعداد آن را زیاد کنید. یا ماه آن را زیاد کنید. مثال:

فرض کنید یک روسری دارید 25000 تومان 10٪ تخفیف می شود

2500 تومان. اگر می خواهید عدد آن زیاد به نظر برسد این گونه بنویسید:

با خرید تنها سه عدد روسری از ما تا 7500 تومان صرفه جویی می کنید.

مثال دیگر:

با خرید مواد شوینده از ما در سال 250000 تومان پس اندز کنید.

7- چیزی را تبلیغ کنید که هستید:

اگر چیزی را تبلیغ کنید که نیستید یا از عهده آن بر نمی آید این به ضرر شماست. بعضی ها در تبلیغاتشان می نویسند:

بدون کارمزد

بدون پیش پرداخت

با اقساط 5 ماهه خرید کنید.

وقتی برای خرید می روید آن ها می گویند: فقط زمانی بدون کارمزد و بدون پیش پرداخت می فروشیم که شما سه کالا از ما بخرید. خوب وقتی مشتری از راه دور می آید و این گونه جواب می شنود آیا اگر تبلیغات دیگری از شما ببیند باز هم به سراغ شما می آید؟ مطمئن باشید نمی آید. شما با این گونه تبلیغات در نظر مشتری چوپان دروغگو شده اید.

پس بهتر است بنویسید:

با خرید سه کالا از ما

بدون کارمزد

بدون پیش پرداخت
با اقساط 5 ماهه خرید کنید.

یا بعضی ها می نویسند:
جدیدترین مدل های روز را از ما بخواهید.
وقتی برای خرید می روید می بینید جنس هایی که از سال قبل روی
دستشان باد کرده برای حراج گذاشته اند.

یا بعضی بانک ها خود را نماد خدمت به مردم می دانند اما وقتی به بانک
مراجعه می کنید آه... خودتان بهتر می دانید که چه رفتاری دارند. وقتی
نمی توانید به مردم خدمت کنید خود را به عنوان نماد خدمت به مردم
معرفی نکنید. وقتی نمی توانید کاری را که می گوئید انجام دهید آن را
تبلیغ نکنید. اول آن کار را انجام دهید اگر دیدید می توانید انجام دهید
آن وقت آن کار را تبلیغ کنید.

8- رنگ:

بسیار موثر است. دانشمندان آمریکا گروهی را آزمایش کردند بدین ترتیب
که به آدم ها رنگ ها را نشان می دادند و فعالیت مغز آن ها را هنگام
دیدن انواع رنگ ها مشاهده می کردند. آن ها فهمیدند رنگ ها روی مغز
و احساس انسان ها تأثیری گذارد. بحث طولانی است فقط به چند مورد
اشاره می کنم:

دوست دارید در نگاه اول، کالا یا خدماتتان چه حسی را در مخاطب

برانگیزانند؟

- صداقت و اعتماد: آبی را انتخاب کنید.
- شور و هیجان: قرمز را انتخاب کنید.
- ریسک‌پذیری: نارنجی را انتخاب کنید.
- سرگرمی و تفریح: زرد را انتخاب کنید.
- دوستی با بدن و محیط زیست: سبز را انتخاب کنید.
- احتیاط وطمأنینه: آبی را انتخاب کنید.
- توجه و دقت: صورتی، آبی، سبز و سبزابی را انتخاب کنید.
- زیبایی و برازندگی: مشکی و نقره‌ای را انتخاب کنید.
- کیفیت: مشکی، نقره‌ای، طلایی و بنفش را انتخاب کنید.
- ثروت و تجمل: طلایی، مشکی، نقره‌ای و بنفش را انتخاب کنید.
- کلاس بالا: مشکی و نقره‌ای را انتخاب کنید.
- قدرت: مشکی را انتخاب کنید.

9- اندازه فونت:

اندازه فونت را دقت کنید. باید آنچه به نفع مشتریان است بزرگتر بنویسید و اطلاعات تماس و نام فروشگاه را ریزتر بنویسید. خیلی از تبلیغات ها را می بینم که این موارد را رعایت نمی کنند. اکثر تبلیغات ها می خواهند نام فروشگاهشان را جا بیندازند. مردم دنبال اسم فروشگاه شما نیستند آن ها دنبال خدماتی هستند که شما می دهید. فقط فروشگاه هایی که سرشناس هستند و برند هستند و مردم از خدمات آن ها باخبر هستند می توانند اسم فروشگاه خود را بزرگتر بنویسند. زیرا

مشتری با خدمات آنان آشنا است. وقتی شما فرو شگاه کوچکی دارید ؛
بهبتر است اول خدمات خودرا تبلیغ کنید و بعد خودتان را.

10- مکان نوشتن جمله ها:

از بالا به پایین ابتدا آن چه به نفع مشتری است را بنویسید و در آخر نام
فروشگاه و آدرس و ... را بنویسید.

11- محل تبلیغات:

تبلیغات شما به درد چه کسانی می خورد؟
فکر کنید که لوازم خانگی را برای مردان تبلیغ می کنند؟ آخر مردان که
به چنین چیزهایی علاقه ندارند. لوازم خانگی را برای خانم ها باید تبلیغ
کرد. مخصوصا خانم های دم بخت. بازار یاب ها به این محل می گویند(بازار
هدف) به قول معروف بازار هدف شغل شما چه کسانی هستند؟

12- استفاده از طنز:

ایرانی ها عاشق طنز هستند. جملات یا تصویرهایی که طنز دارند فوق
العاده جذاب هستند. مانند جمله زیر: عرق داریم تا عرق



13- چه بنویسیم؟

کمتر از خودتان بگویید و بیشتر به اینکه چه نیازی را می‌توانید رفع کنید بگویید. ارزش کالای خود را بیان کنید.

14- همراه با تبلیغات خدمتی هم به مردم کنید:

بعضی‌ها را دیده‌اید که هم تبلیغ می‌کنند هم خدمت می‌کنند. این خیلی خوب است. مثلاً تقویم می‌دهند و در تقویم خود را تبلیغ می‌کنند.

15- کاری کنید که تبلیغ شما را دور نیندازند.

تبلیغات تاکسی تلفنی دیده‌ام که آیه‌الکرسی زیبایی روی یک برگه‌گلاسه براق زیبا نوشته بود و پایین آن فقط نام آژانس و شماره تلفن‌ها را نوشته بود مطمئن هستم خیلی‌ها این تبلیغات را نگه می‌دارند؛ من که نگه داشتم. تراکت دیده‌ام که پشت آن داستان کوتاه نوشته شده بود.

16- شجاع باشید:

اگر تبلیغاتی می خواهید انجام بدهید که خیلی ها می گویند فایده ای ندارد اما خودتان یقین دارید که خوب است پس بهتر است آن تبلیغات را انجام دهید. اگر نتیجه داد که خوش به حالتان اگر نتیجه نداد نگران نباشید تجربه تلخ خوبی است و باعث می شود شما راه تبلیغات بهتر را یاد بگیرید.

17- تست کنید:

حتما قبل از توزیع تبلیغات یا انتشار آن با چند نفر در میان بگذارید . از تعدادی نظرخواهی کنید. یا حتی عکس العمل گروهی را بررسی کنید. یک دفعه ای یک تبلیغ را سه هزار تا چاپ نکنید. بلکه چند تا تبلیغ بنویسید و ده تا یاصد تا کپی بگیرید و توزیع کنید ببینید کدام یک مشتری بیشتری برای شما جلب می کند آن وقت تعداد زیادی از آن منتشر کنید.

18- اطلاعات تماس:

اطلاعات تماس فقط شماره تلفن و موبایل ندهید.آیا می دانید 50٪ ایرانی ها درون گرا هستند و حاضر نیستند به شما زنگ بزنند. آن ها دوست دارند به شما پیامک بزنند یا برایتان ایمیل ارسال کنند . یا پیام صوتی و...بگذارند. به هر حال راهی برای تماس درون گراها بگذارید. آن ها دوست دارند بنویسند نه اینکه حرف بزنند. گروهی هم هزینه تماس برایشان زیاد می شود و ترجیح می دهند با پیامک یا ایمیل کارشان را راه بیندازند.

19- عکس به جای حرف:

اگر بتوانید با یک عکس منظور خود را برسانید خیلی بهتر از این است که جمله بنویسید. ذهن انسان ها تصویر را بهتر و زودتر و راحت تر از جمله دریافت می کنند.

مثال:

می توانید به جای این که بنویسید انواع مدل ها را دارید از انواع مدل های خود عکس بگیرید و تبلیغ کنید. مانند نمونه زیر:



Autumn Style and Fashion Vector (EPS)
www.graphiran.com

20- خلاق باشید:

بهتر است متفاوت تبلیغ کنید. این در ذهن مشتری می ماند. همین هفته پیش یک بنگاه املاک با تبلیغ خودش ما را شگفت زده کرد. او تبلیغ خودش را روی قبض تلفن نوشته بود. برای همین مردم به هوای این که قبض تلفن برایشان آمده آن تراکت ها را بر می داشتند و می خواندند. و

وقتی می دیدند تبلیغات املاک است خوشحال می شدند . و می گفتند خوب شد که قبض تلفن نبود.

21- فروش قبل از موقع

اگر مشتریان با شما و محصولاتتان آشنا نیستند در ابتدای آگهی به سراغ فروش نروید ، بلکه ابتدا اطلاعات کافی در اختیار خواننده قرار دهید و در او تمایل به خرید را ایجاد کنید و سپس از قیمت و پیشنهاد فروش صحبت کنید.

22- نکته طلایی تبلیغات

بسیاری از مغازه ها برای جلب مشتری تبلیغات می کنند اما اکثر تبلیغات آن ها جذب مشتری نمی کند یا بسیار کم جذب می کند . چرا؟ دلیل آن این است که اکثر تبلیغات طوری نوشته می شود که مغازه دار خودش را معرفی می کند. و در این جامشتری با خود می گوید : خوب به من چه که تو کی هستی ! به این تبلیغات توجه کنید:

توجه	چادر سرای نور	توجه
چادر سرای نور ، بورس انواع چادر مشکی و رنگی در خدمت شما		
عزیزان می باشد . با ده سال سابقه	قیمت مناسب	

خوب مشتری می گوید خیلی جاها چادر دارند و سابقه بیشتری هم از شما دارند پس لازم نیست من به آن جا بروم.
اگر می خواهید تبلیغات موثری داشته باشید به جای معرفی خود، به مشتری بگویید اگر از شما خرید کنند چه منافعی می برند. به این تبلیغات توجه کنید:

چادر سرای نور

در چادر سرای نور شما چادر هایی می خرید که:
رنگ آن ثابت است و ۲ سال ضمانت دارد.
روی سر سنگینی نمی کند و حجاب کاملی را به شما می دهد.
راحت و به دور از خود نمایی است.
قابل پوشیدن است و نیازی به گرفتن با دست نیست. و شما می توانید به راحتی با این چادر کارهایتان را انجام دهید.

حالا خود شما از کدام چادر فروشی حاضرید خرید کنید . اولی یا دومی؟؟

جذب مشتری از روش (چهار آهن ربا)

یک روش فروش ترکیبی است که آگه بتونین انجام بدهید حتما(انشاءالله) باعث افزایش فروشتان می شود. من خودم از این روش استفاده کردم و نتایج فوق العاده ای گرفتم.

1- آهن ربای اول (رایگان-هدیه-تخفیف فوق العاده)

مردم عاشق چیزای مجانی هستند. یا دوست دارند که یکی بهشون هدیه بده. یا دوست دارند یه چیزی رو مفت بخرند . ابتدا شما باید بتونین یکی از موارد(رایگان-هدیه-تخفیف فوق العاده) را در مغازه خودتون انجام بدین..حالا چه جوری این کار رو انجام بدیم که ضرر نکنیم و استفاده هم کنیم در قسمت زیر میگم:

الف:یه جنسایی داخل بازار هست که خریدش برای شما خیلی ارزون در میاد.

مثال:

زمانی که مغازه لوازم آرایشی داشتم یک کرم پودر بود ما می خریدیم 2000 تومن ولی فروشش بود 6000 تومن . یا در مغازه پوشاک لباس زیر دیدم خریدشون 1000 تومن بود و فروششون 4000 تومن بود؛ یعنی قیمت بازار همین بود. خوب می تونید این جور جنس ها رو تخفیف بیشتری بدهید که هم با انصاف تر دیده بشین هم مشتری جذب کنید.

ب: یه کارهایی هست که شما می تونین بدون پول انجام بدین ولی برای مشتری با ارزشه.

کارهایی که مجانی می تونین انجام بدین مثل مرغ فروشی که رایگان تکه تکه می کنه مثل میوه فروشی که لیمو می فروشه و رایگان آبلیموش رو براتون می گیره. مثل سوپر مارکتی که کیسه های برنج رو تا دم در ماشین مشتری می بره که میشه حمل رایگان.

ج: برای رضای خداوند بخشش و نذر کنید.

می دونید که خداوند با نذر و بخشش مالتان را برکت می دهد. شما می تونید داخل مغازه یا درب مغازه شیرینی نذر کنید برای امواتون. این جوری هم خداوند رو راضی می کنید هم باعث میشه مشتری جذب بشه هم یه چیزی نصیب امواتون میشه.

شما میتونید برای تولد بچه تون درب مغازه یا داخل مغازه شیرینی بدهید.

پریروز یکی از دوستان میگفتن که یک طلا فروشی هست که فروشش خیلی خوبه. یک علتش هم اینه که همیشه داخل مغازه اش شیرینی میگذاره و میگه دهننتون رو شیرین کنید. براش مهم نیست مشتری خرید کنه یا نه؛ چون می دونه حتی اگه مشتری خرید نکنه خاطره خوبی از مغازه اون به ذهنش میماند و باز هم ممکنه بعدا برای خرید برگرده.

امروز هم داخل شبکه بازار یک مبل فروشی بزرگی رو نشون می داد که به زوج های جوان وام میدادن برای خرید جهیزیه. این هم ثواب داره هم جذب مشتری میکنه.

خلاصه آگه بگردین و فکر کنین حتما یه چیزهایی پیدا می کنین که مردم نیاز دارند و دوست دارند داشته باشند که برای شما بسیار کم هزینه یا رایگان به دست میاد.

2- آهن ربای دوم (علت آوردن)

برای رایگان دادن و تخفیف و هدیه دادن باید دلیل بیارین وگرنه مردم میگن: یارو بلوف میزنه مگه میشه جنس رو رایگان بدن. مگه احمقن.
(البته بلانسبت شما)

بنابراین بنویسید یا بگوئید : به علت
به علت روز پدر

به علت جشن اسپندگان

و...

3- آهن ربای سوم (تعیین مهلت)

آدم ها تا وقتی مجبور نباشن یه کاری رو انجام نمیدن. پس شما برای این که مردم بیان به مغازه تون و با خودشون نگن: بعدا یه سری هم به اونجا می زنیم . می تونین از این روش استفاده کنید. یعنی بگین: فقط تا دو روز یا بگین فقط تا یک هفته
بهتره از یکی دو هفته بیشتر نشه چون مردم یادشون میره.

4- آهن ربای چهارم (تبلیغ)

آهن ربای چهارم اینه که همه این خدماتتون رو به اطلاع مردم برسونین..تنها چیزی که باید دقت کنید اینه که آگه روی تابلو یا تراکت

یا هرچیز دیگه ای تبلیغ کردین کلمه(رایگان) یا (هدیه) یا (تخفیف فوق العاده) رو بزرگ تر از همه و اول تبلیغات بزنیند.

مثل تبلیغات پایین:

رایگان

این فروشگاه به علت فرا رسیدن روز مرد و فقط به مدت دو روز یک شاخه گل رایگان هدیه می دهد.

نکته: جایزه دادن هم خوبه ولی تاثیرش کمتر از این هایی هست که گفتم چون مردم میگن حالا معلوم نیست جایزه به ما بیفته یا نه.

نکته: هر چقدر جنس یا خدمتی رو که به این روش میدین ؛مردم بیشتری لازم داشته باشن و بیشتر دوست داشته باشن مطمئنا در فروشتون تاثیر بیشتری داره.

نکته: حساب و کتاب کنید. یعنی من برای افزایش فروش دفعه قبلم فقط 20000 تومن خرج کردم و تونستم فروش رو سه برابر کنم. حالا قبلش بایدحساب وکتاب کنم که یه طوری این کار رو کنم که به نفعم باشه.

نکته: اگه اول کارتان هست و زياد تجربه ندارين و مي ترسين، سعي کنيد از روش هاي کم هزينه استفاده کنيد براي تبليغ و رايگان و اينها.

نکته مهم: اگه جنسمون رو تخفيف زياد بديم يا جنسي رو هديه بديم پس سودمون چي ميشه؟؟؟

جواب: شما سه راه براي به دست آوردن سود داريد:

1- بعضي ها کم کم (حدوديك تا سه سال) قيمت ها رو بالاتر مي برن تا به قيمت واقعي برسه و سود کنند.

2- بعضي ها يك يا چند جنس تک دارند که مي تونند از اون جنس ها سود خوبي در بيارن.

3- بعضي ها هم اين کار رو در مدت کوتاهی انجام ميدن فقط براي اين که تعداد مشتري هاشون بيشر بشه و بعد قيمت هاشون رو به حالت اول بر مي گردونن.

مثال واقعي:

بابک بختيازي با دادن بستني رايگان تونست مشتري ها رو جذب کنه و ظرف شش ماه چند ميليارد در آمد کسب کنه . داستان کاملش رو مي تونين در اينترنت بخونيد .

دقت کنيد دوروبرتون. اونايي که فروش زيادي دارن حتما از روش چهار آهن ربا استفاده مي کنند.

جذب مشتری از روش (یک تیر و چند نشان)

در روش فروش یک تیر و چند نشان ابتدا شما کارت هایی را درست می کنید با عنوان کارت هدیه. بعد هر مشتری که آمد و جنس خرید طبق جنسی که خریده کارت هدیه به او می دهید. مثلاً با هر خرید یک کارت 1000 تومنی هدیه به او می دهید. در این جا مشتری دیگر چانه نمی زند چون به جای چانه زدن یک کارت هدیه گرفته است.

فرض کنید مشتری یک خرید می کند و 1000 تومن کارت هدیه می گیرد حالا برای این که کارت هدیه بیشتری بگیرد دفعه بعد هم سعی می کند از شما خرید کند و این جوری مشتری بارها برای خرید از شما می آید.

وقتی مشتری کارت هدیه را می گیرد چون کارت او قیمت دارد بنابر این کارت را نگه می دارد و این باعث می شود اسم مغازه شما در ذهن او بماند.

وقتی کارت های مشتری به تعداد لازم رسید باید دوباره بیاید و از مغازه شما خرید کند چون آن کارت ها جای دیگر ارزشی ندارد. مثلاً یک نفر سه تا کارت هدیه 1000 تومنی از شما گرفته است و حالا می خواهد یک جنس 10 هزار تومنی بخرد بنابر این به مغازه شما می آید تا 1 کارت دیگر بگیرد و با کارت های خودش بشود 4 کارت و 6000 تومن دیگر هم بدهد تا آن جنس شما را بخرد.

نکته: شما طبق فروش خود می توانید کارت های 1000 یا 2000 یا 3000 تومنی و ... طراحی کنید.

قویترین روش جذب مشتری؛ خدمت کردن بیشتر به مشتری است.
"آرام"



فصل سوم

رفتار حرفه ای با مشتری

این قسمت را در کتاب "سود بیشتر با فروش بیشتر" توضیح کامل تری داده ام. در اینجا نیز بعضی موارد بسیار مهم را اشاره می کنم.



عوامل موثر در خرید مشتری

هر کدام از عوامل زیر تا چه اندازه در خرید مشتری موثر است؟

1- کیفیت محصولات

2- برخورد مغازه دار

3- چیدمان محصولات

4- جوایز و مسابقات

5- سر در فروشگاه

6- قیمت ها

7- هوای فروشگاه

8- زیبایی مغازه

دانشجویان در شهر تهران تحقیق کردند که کدام یک از موارد بالا در خرید مشتری تاثیر بیشتری دارد.

در جدول صفحات بعدی نتیجه تحقیقات دانشجویان در شهر تهران نوشته شده است . با دقت بخوانید.

جدول نتایج تحقیقات دانشجویان درباره عوامل موثر در خرید مشتری:

نتیجه	درصد	عامل
<p>اگه محصولات با کیفیت بیارید فروشتون خیلی بیشتر می شه.</p>	<p>82%</p>	<p>کیفیت محصولات</p>
<p>67% گفتند برخورد مغازه دار باعث خرید می شه.حالا می دونید چرا کتاب (سودبیشتر) با فروش بیشتر) اینقدر تو روزنامه و رادیو و استادان دانشگاه و مغازه دار ها طرفدار پیدا کرده . خوب معلومه تو این کتاب رفتار حرفه ای با مشتری ورعایت ادب و احترام حرفه ای با مشتری رو یاد می گیرید.</p>	<p>67%</p>	<p>رفتار مغازه دار</p>

<p>خیلی مهمه که مشتری به جنس های شما دسترسی داشته باشه و بتونه به اون ها دست بزنه. نه این که مغازه دارها جنس هاشون رو پشت سرشون قایم می کنند که مبادا مشتری بهشون دست بزنه.</p> <p>بعدشم باید طوری بچینید که ورود و خروج مشتری به راحتی انجام بشه نه اینکه یک دالان تنگ دم در مغازه ات درست کنی و اینقدر مانکن بچینی که مشتری می ترسه وارد مغازه بشه مبادا بخوره به مانکن و مانکن ها بیفتن و خلاصه موارد دیگه...</p>	<p>56٪</p>	<p>چیدمان محصولات</p>
<p>مردم عاشق جایزه اند. مردم عاشق این هستن که یک چیزی رو بدون زحمت به دست بیارن. مثل این که یک شبه پولدار بشن . با این که در هزار تا مسابقه شرکت می کنن و لی باز هم خسته نمی شن و میگن: شاید این دفعه برنده شدم.</p>	<p>44٪</p>	<p>جوایز و مسابقات</p>

<p>یکی از آشناها بیست میلیون داده بود برایش دکور زده بودن. اونوقت تابلو سر درمغازه اش فکر کنم صد هزار تومن هم نمی شد. آخه اون بابا که آمارها رو ندیده بود که یک کم هم خرج کنه تابلو شیک بزنه.</p>	<p>43%</p>	<p>تابلو فروشگاه</p>
<p>قابل توجه آدم هایی که فکر می کنن اگه ارزون بفروشن مردم هجوم میارن داخل مغازه شون. نه بابا این خبرها نیست. قیمت در درجه پنجم ششم برای خریده.</p>	<p>36%</p>	<p>قیمت ها</p>
<p>تابستون میرم داخل بعضی از مغازه ها از گرما خیس عرق میشم مخصوصا داخل پرو. زمستون میرم داخل بعضی از مغازه ها از سرما یخ می زنم. میگم چرا اینجوریه؟ میگن اگه کولر و بخاری بگذاریم پول برق زیاد میاد. خوب مرد حسابی مغازه ات رو ببند دیگه . آخه تو سرمای زیاد و گرمای زیاد مشتری نمیاد داخل مغازه.</p>	<p>32%</p>	<p>هوای فروشگاه</p>

<p>جالبه که بعضی ها میلیون ها تومن خرج زیبایی مغازه شون می کنن در حالیکه مردم 14٪ به زیبایی مغازه برای خریدشون اهمیت میدن.</p> <p>درحالی که نمیرن یک ذره خرج کنن یا وقت بگذارند و رفتار درست با مشتری رو یاد بگیرن که 67٪ در فروششون تاثیر داره.</p>	<p>14٪</p>	<p>زیبایی مغازه</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	---------------------

منبع آمار: کتاب مدیریت فروشگاه و ...تالیف مهندس علی خویه

روشی ساده برای افزایش فروش

باورتون همیشه لبخند زدن چقدر در فروشتون موثره. باور کنید در مشاور املاک داداشم، حاج مهدی، آدم هایی دیدم که میان و میگن: من سه سال پیش اومدم یه ملک از شما خریدم از همون موقع فقط لبخند شما تو ذهنمه . برای همین دوباره اومدم یه ملک دیگه از شما بخرم. این جمله رو بارها و بارها از زبان مشتری های برادرم شنیده ام.

درکشور ژاپن هم بررسی کردن و دیدن که فروش آمریکایی ها از فروش ژاپنی ها خیلی بیشتره. علتش هم اینه که آمریکایی ها موقع فروش

می خندند اما ژاپنی ها نمی خندند. برای همین ژاپنی ها کلاس هایی گذاشتند و به فروشنده هاشون یاد دادند که بخندند. همین کار باعث شد فروش ژاپنی ها 30 تا 40 درصد افزایش پیدا کنه. فیلم این مستند هم از شبکه چهار پخش شد.

با مشتریانی که با بچه هاشون میان چه جوری رفتار کنیم ؟

وقتی شاگرد مغازه بودم از بچه ها خیلی خوشم می اومد و هر وقت یک بچه میومد در مغازه، سر به سرش می گذاشتم و باهاش بازی می کردم اما وقتی خودم مغازه زدم کم کم از بچه ها بدم می اومد . چون اونا دست به ویتترین می زدن . ویتترین رو لک می کردند. بعضی هاشون جیغ می زدند و نق می زدند بعضی هاشون هم که با خوراکی می اومدن و کف مغازه رو به گند می کشیدند. خلاصه از بچه ها خوشم نمی اومد. حتی خودم دیده بودم بعضی از فروشنده ها خدا خدا می کنند که مشتری با بچه اش نیاد و حتی به مشتری هایی که با بچه میومدن جواب سربالا می دادند که اون مشتری زود بره بیرون از مغازه شون.

اما حالا چی ؟

حالا می بینم که بزرگترین فروشندگان ایران و جهان یکی از رازهای موفقیتشون اینه که (هر آدمی رو به مشتری و هر مشتری رو به خریدار تبدیل می کنند). پس طبق این راز موفقیت ،یک مغازه دار باید بتونه مشتری رو با بچه اش به خریدار تبدیل کنه.

وقتی پدر و مادر برای خرید میان و بچه همراه دارند خود پدر و مادر ها خیلی برای خرید اذیت هستند. (من خودم بچه دارم میفهمم چی می کشن) چون بچه ها از در و دیوار میرن بالا و هی نق میزنند و مدام خرابکاری می کنند. پدر و مادر ها و مخصوصا پدر و مادر های خجالتی به محض این که ببینند بچه شون داخل یک مغازه داره بیتابی یا شلوغ کاری می کنه از اون مغازه میرن بیرون تا مزاحم مغازه دار نباشند تا یک وقت مغازه دار بهشون نگه: آقا ، خانم بچه تون و رو بگیرید.

خوب حالا فروشنده های حرفه ای چه کار می کنند؟

1- بعضی از مغازه دارها همیشه تو جیبشون یا کشو میزشون برای بچه ها خوراکی میگذارن و تا بچه میاد داخل مغازه، بچه ها رو با خوراکی سرگرم می کنند تا پدر و مادر راحت بتونن خرید کنند . در ضمن وقتی پدر و مادر ببینند که مغازه دار به بچه شون خوراکی داده خوشحال میشن و سعی می کنند از همون مغازه خرید کنند.

2- فروشگاه های بزرگ و بازارها هم یک قسمتی رو اختصاص میدن به بازی بچه ها تا پدر و مادر راحت بتونن خریدکنند. البته این موضوع رو تو فروشگاه های خارجی بیشتر رعایت می کنند.

چند تا پیشنهاد:

1- اگه خودتون یا فروشنده تون بتونه بچه ها رو سرگرم کنه احتمال فروشتون بالاتر میره. مثلا برای بچه ها قصه بگه یا ازشون سوال بپرسه که کلاس چندمی و از این جور سوال ها...

2- بچه ها عاشق موش و گربه هستند. اگه تو تلویزیون مغازه تون موش و گربه رو بگذارید خیلی از بچه ها میخ تلویزیون می شوند و مزاحم خرید پدر و مادر نمی شوند. همین هفته پیش مهمون زیاد داشتم دیدم دارند سرو صدا می کنند و مزاحم همسایه طبقه پایین هستند همین موقع رفتم و موش و گربه رو براشون گذاشتم . باور کنید تا آخر مهمونی از جاشون تکون نخوردند.

3- وقتی بچه ها میان زیاد حساسیت نشون ندید. اگه دیدید پدر و مادرهاشون خیلی اذیت هستند بهشون بگویید: اشکالی نداره آقا. بچه هستند دیگه بگذارید آزاد باشند . ولی خودتون حواستون به بچه ها باشه. اگه جایی رو کثیف می کنند اهمیت ندهید و بعدا تمیز کنید. فقط به فروش فکر کنید.

نمونه هایی واقعی از رفتار درست با مشتری (مشتری مداری حرفه ای)

داستان واقعی میوه فروش

از تجربه های آقای آرام

در منطقه ما سه تا میوه فروشی هست. یکیشون خیلی بزرگه . دومی معمولیه ولی قدیمیه . سومی هم کوچیکه هم تازه مغازه باز کرده . حالا فکر می کنید این مغازه که هم کوچیکه و هم تازه باز کرده چه جوری می تونه با دوتا میوه فروشی دیگه رقابت کنه؟ چند روز پیش رفتم مغازه شون هندوانه بخرم .هندوانه هاش خیلی بزرگ بودن . یه هندوانه به اندازه چهار نفر می خواستم. یک هندوانه رو که به نظرم خوب میومد و اندازه اش هم خوب بود برداشتم. دیدم یک قسمتش خورده زمین ترک برداشته گفتم: آقا این هدوانه خراب شده؟ گفت : بده برات چاقو بزنم اگه خوب بود ببر .

هندوانه رو چاقو زد و من برداشتم و خوردم . گفتم هندوانه اش خراب نشده ولی مزه اش جالب نیست. ولی خوب حالا که چاقو زدی بده ببرم . الان فصل بهاره و هنوز هندوانه های خوب، تو بازار نیومده . مغازه دار گفت: نه! اگه خوشتون نیامد یکی دیگه ببرین. و رفت یک هندوانه دیگه برداشت و چاقو زد. من دوباره مزه کردم گفتم: رنگش که قرمز ولی مزه اش مثل همون یکیه .عیب نداره بده همین رو می برم .گفت : یکی دیگه برات چاقو می زنم . هندوانه های ما شیرینه نمی دونم چرا این دوتا این جوری بودن . من که یک کم تو رو درواری افتاده بودم گفتم :خوبه بدین ببرم. الان ساعت ده شبه. منم وقت ندارم برم جای دیگه.شما هر

چی چاقو بزنی بازم همین مزه رو میده . بدین من این هندوانه رو می برم. مغازه دار رفت و یک هندوانه دیگه برداشت و گفت من هندوانه ای به شما میدم که راضی باشین . نگران ماهم نباشین هرچی هندوانه بد بود برمیگردونیم همون جایی که خریدیم . بعد هندودانه سوم رو قاچ کرد هم قرمزتر بود و هم شیرین تر. گفتم :احسنت همین عالیه . گفت: مانمیداریم شما ناراضی از مغازه ما بری بیرون. گفتم: آخر مشتری مداری هستی.

حالا به نظر شما من یا امثال من میریم از دو تا میوه فروشی دیگه که این کارا رو نمیکنن میوه می خریم یا از این مغازه مشتری مدار؟ تازه این یکی از کارای مشتری مداریش بود. دیروز دیدم خانمم یک کاسه ترشی آورد خونه .گفتم از کجا خریدی ؟ گفت نخریدم . رفتم میوه فروشی که تازه باز کرده سبزی بخرم این یک کاسه رو مجانی داد گفت: ببر بخور اگه خوشتون اومد بیا بازم ببر .

من مطمئنم اگه یک ساله دیگه همین جوری مشتری مداری کنه میتونه رو دست دوتا میوه فروشی دیگه بلند بشه و کارو کاسبی بهتری از اونا داشته باشه.

شما چی فکر می کنید؟؟؟؟؟؟

داستان واقعی دکتر غمگین

از تجربه های خانم زارعی (فروشنده)

دو روز بود اصلا هیچی نفروخته بودم اعصابم داغون بود و تو این دو روز یک خانم اومد تو مغازه ام که فکرش مشغول بود دفعه اول که بهش سلام کردم هیچی نگفت منم سکوت کردم وقتی میخواست بره بیرون بهش گفتم خوش اومدی عزیزم. انشاءالله روز خوبی داشته باشی. بازم بیاین خوشحال میشم ببینمتون. اونم لبخند زد و رفت فردا بازهم اومد ولی این بار سلام کرد. منم با اینکه اعصابم حسابی خورد شده بود ولی با گرمی بهش سلام کردم و گفتم وای خوشحال شدم دوباره دیدمتون اصلا فکر نمیکردم دوباره بیاین. گفت: دخترم! من که نمیخوام خرید کنم فقط یک سوال میخوام بپرسم منم باز با خنده گفتم این حرفا چیه فداتشم عیب نداره همین که شما به من افتخار دادین خوشحالم حالا در خدمتتونم. بفرمایید. خلاصه مشکلش رو بهم گفت که واقعا ناراحت شدم و بعد گفت برام دعا کن. منم گفتم: چشم. گفت: من مسافرم انشاءالله دفعه بعد اومدم حتما ازت خرید میکنم فقط اومدم حرف بزنم یک کم آرام بشم. خلاصه دیروز اومد کلی ازم خرید کرد و چند نفر از دوستاش رو هم آورده بود که کلی ازم خرید کردن. الان شده مشتری ثابتم با اینکه مسافره ولی همیشه برام مشتری میفرسته. دکتر هم هست. فقط میخوام بگم گاهی وقتی خوبه واقعا از سود خودمون بزنیم و مشتری هامونو درک کنیم. اونوقت سودش به ما برمیگرده.

داستان واقعی مشتری فقیر

تجربه دیگری از خانم زارعی

از ظاهر مشتری درباره مشتری قضاوت نکنیم.

ما سه تا فروشنده تو یه مغازه هستیم یک سال پیش یه مشتری اومد داخل مغازه؛ خیلی به نظر فقیر میومد. دوستانم به من گفتن این از قیافه اش مشخصه خریدار نیس. مهسا بدو تو که فقیرا رو خیلی دوست داری بهش سرویس بده. منم با لبخند بهش خوش آمد گفتم و سرویس رو دادم به بهترین نحو. شاید باورتون نشه ولی سه میلیون تومان ازم خرید کرد همه بچه ها و مدیرمون از تعجب مونده بودن. و در آخر گفت: من وقتی دیدم کسی بهم محل نمیزاره میخواستم برم بیرون ولی رفتار تو فروشنده خوب و مهربون باعث شد من رغبت کنم از این مغازه خرید کنم و گفت: دخترم تو بزرگترین چیزی که باعث موفقیتت در همه شغلت و زندگیت میشه قلب مهربونته. مواظبش باش هنوزم چهره اون آقا تو ذهنمه. خیلی قیافه معصوم و مهربونی داشت.

داستان واقعی کم فروشی

از استاد ارجمند جناب دکتر حدادیان

چند روز پیش برای خرید شیرینی به یک قنادی رفتم . پس از انتخاب شیرینی ، برای توزین و پرداخت مبلغ آن به صندوق مراجعه کردم . آقای صندوقدار مردی حدوداً ۵۰ ساله به قول دوستان فاقد نشانه های ظاهری مذهبی!

القصه ...

هنگام توزین شیرینی ها ، اتفاقی افتاد عجیب غریب ! اتفاقی که سالهاست شاهدش نبودم . حداقل در تهران ، مدتها بود که چنین چیزی را ندیده بودم .

آقای شیرینی فروش جعبه را روی ترازوی دیجیتال قرار داد ، بعد با استفاده از جدول مقابله وزن جعبه را از وزن کل کم کرد . یعنی در واقع وزن خالص شیرینی ها (NET WEIGHT) را به دست آورد . سپس وزن خالص را در قیمت شیرینی ضرب کرد و خطاب به من گفت: “12000 تومان قیمت شیرینی به اضافه 800 تومان پول جعبه می شود به عبارت 12800 تومان “

نمی دانم مطلع هستید یا خیر! ولی سایر شیرینی فروشیهای شهرمان ، جعبه را هم به قیمت شیرینی به خلق الله می فروشند. و اصلاً راستش را اگر بخواهید بیشترشان معتقدند که بیش از نیمی از سودشان از این راه است. اما فروشنده مذکور چنین کاری نکرد. شیرینی را به قیمت شیرینی فروخت و جعبه را به قیمت جعبه. کاری که شاید در ذهن شما خواننده، عادی باشد ولی در این صنف و در این شهر به غایت نامعمول و نامعقول !

رودربایستی را کنار گذاشتم و از فروشنده پرسیدم : “ چرا این کار را کردید؟! ” ابتدا لبخند زد و بعد که اصرار مرا دید ، اشاره کرد که گوشم را نزدیک کنم سرش را جلو آورد و با لحن دلنشینی گفت : “ اعوذ بالله من الشیطان الرجیم. ویل للمطففین... ”

و بعد اضافه کرد :

وای بر کم فروشان!

داد از کم فروشی!

امان از کم فروشی!

پرسیدم : یعنی هیچ وقت وسوسه نمی شوید؟! هیچ وقت هوس نمی کنید این سود بی زحمت را... .

حرفم را قطع می کند : چرا!!

خیلی وقتها هوس می کنم. ولی این را که می بینم... و اشاره می کند به شیشه میز زیر ترازو.

چشم می دوزم به نوشته زیر شیشه :

امان از لحظه غفلت که شاهد هستی!

چیزی درونم گُر می گیرد . ما کجاییم و بندگان مخلص خدا کجا !

هزاربار تصمیم گرفته ام آدمها را از روی ظاهرشان طبقه بندی نکنم.

به قول دوستی، Lable نزنم روی آدمها.

ولی باز روز از نو و روزی از نو.

راستی ما کم فروشی نمی کنیم؟

کم فروشی کاری ، کم فروشی تحصیلی ، گاهی حتی کم فروشی دینی و

رفاقتی و عشقی و !

چگونه تخفیف بدهیم؟

بازی تخفیف:

هرگاه خواستید به مشتری تخفیف بدهید آن را مانند یک بازی در نظر بگیرید در غیر این صورت ممکن است اعصابتان از دست بعضی از مشتری ها خورد شود.

فرض کنید شما یک روسری خریدید به 5۰۰۰ تومان و می خواهید آن را به 9۰۰۰ تومان بفروشید.

1- وقتی مشتری میگوید تخفیف بدهید شما باید از ویژگی های روسری بگویید تا مشتری قانع شود روسری شما حتی ۱۰۰۰۰ تومان هم می ارزد. اگر فروش رفت خوش به حالتون

۳- اگر بازهم مشتری گفت تخفیف بدهید شما ۵۰۰ تومان تخفیف بدهید. اگر مشتری گفت : شما خجالت نمی کشید ۵۰۰ تومان تخفیف می دهید. شما این حرف مشتری را نشنیده بگیرید و باز هم از ویژگی های روسری بگویید و بگویید که روسری ۱۰۰۰۰ تومان می ارزد. اگر فروش رفت خوش به حالتون .

۵- اگر مشتری باز هم تخفیف خواست شما ۵۰۰ تومان دیگر تخفیف بدهید . اگر مشتری باز هم گفت ۲۰۰۰ تومان تخفیف بدهید هزار تومان که چیزی نیست شما باید احساس دلسوزی مشتری را تحریک کنید و بگویید : واقعا شما به ضرر ما راضی هستید . شما یک نفر هستید و

۲۰۰۰ تومن تخفیف می خواهید اگر ما روزی ۳۰ تا مشتری داشته باشیم و هر کدام دوهزار تومان تخفیف بدهیم می شود شصت هزار تومن . این پول خیلی زیادیه و ما نمی تونیم روزی شصت هزار تومن تخفیف بدهیم. اگر فروش رفت خوش به حالتون.

۶- همین طور که مقداری تخفیف می دهید مقداری هم قیمت مشتری را ۵۰۰ تومن ۵۰۰ تومن ببرید بالا. مثلا بگویید :
من 500 اومدم از قیمتم پایین شما هم ۵۰۰ تومن برید بالا دیگه شما هم یک کلام نباشید. اگر فروش رفت خوش به حالتون .

۷- بعد از دادن تخفیف جملاتی بگویید تا مشتری مطمئن شود که جنس را به قیمت خیلی خیلی خوبی خریده و خوشحال و راضی باشد. مثلا بگویید: شما واقعا خیلی از من تخفیف گرفتید. من به هرکسی اینقدر تخفیف نمیدم.

در تمام مدت تخفیف دادن فکر کنید دارید (بازی تخفیف) را انجام می دهید تا اینجوری اعصابتون آرام بشه.

البته بعضی مغازه دارها هم هستن که کمی قیمت رو بالاتر میگن که اگه مشتری تخفیف خواست همون قیمتی که بالا گفتن تخفیف بدن. مثلا یک روسری رو که میخوان 8000 تومن بفروشن میگن 10000 تومن و بعد 2000 تومن تخفیف میدن. بعضی ها هم نظرشون اینه که اینجور تخفیف دادن درست نیست؛ چون ممکنه بعضی آدم ها که خجالتی هستن هیچی تخفیف نخوان. البته اونایی که اینجوری تخفیف میدن

میگن : ما به مشتری های خجالتی هم اگه تخفیف نخوان باز هم اون 2000 تومن رو بهشون میدیم و میگوییم: این هم تخفیف برای شما که مشتری ما بشین انشاءالله.

یکی از مغازه داران هم روش دیگه ای برای تخفیف دادن دارن: من ترجیح می دهم به جای تخفیف یک هدیه یا اشانتیون به مشتری بدهم و یا اگه یه بچه همراه مشتری باشه یه کادوی کوچک مجانی به او بدهم این طوری هم اون مشتری راضی میشه وهم اون هدیه همیشه یادش میمونه وبراش خاطره انگیز میشه به جای تخفیف 5 هزار تومانی یه هدیه 3هزار تومانی تاثیرش بیشتره من امتحان کردم ونتیجه گرفتم من همیشه در مغازه ام کادوی های 2 الی 5 تومانی دادم که بسته به خرید مشتری به او می دهم.

حالا این که شما چه جوری میخواین تخفیف بدین بستگی به عقاید خودتون داره که کدوم روش رو انتخاب می کنید. در هر حال مشتری ایرانی از یک کلام بودن و تخفیف ندادن خوشش نیامد مگه این که شما یک شرکت بزرگ باشید که به هیچ کسی تخفیف نمیدیدن و قیمت ها تون مقطوعه و داخل کامپیوتر هم ثبت میشه.در این مواقع مشتری توقع تخفیف ندارد.

فصل چهارم

حفظ مشتری تا آخر عمر

سود کردن بدون ریسک ،
تجربه کردن بدون خطر ،
پاداش گرفتن بدون تلاش
به این می ماند که بدون اینکه
متولد شوید، انتظار زندگی
کردن داشته باشید .

برایان تریسی



چگونه مشتریان خود را برای همیشه وفادار کنیم؟

چگونه مشتریان خود را برای همیشه وفادار کنیم؟ طوری که تا آخر عمر مشتری ما بشوند و از ما خرید کنند؟

این سوالی که نوشتم سوالیه که خیلی از شرکت های بزرگ هم دارن دنبال جوابش میگردن و استادان بزرگی هم دارن نظریه میدن که چه جورى میشه یک نفر رو مشتری مادام العمر خودشون بکنند. آخه می دونین که مشتری ها تازگی ها بی وفا شدن. دیگه مثل قدیم نیست که مشتری بگه: من فقط از مغازه حسن آقا جنس میخرم اصلا روم نمیشه برم از جای دیگه خرید کنم یه وقت چشمم تو چشم حسن آقا میفته. نه داداش! مشتری دیگه اینجوری با خودش نمیگه. چرا؟ چون مردم ایران از حالت احساسی دارن به سمت حالت عقلی میرن. یعنی چی؟ یعنی تصمیم گیری های ایرانی ها قبلاً براساس احساسات بوده اما کم کم دارن تصمیماتشون رو بر اساس عقل میگیرن. عقل به آدم میگه که هر جا به نفعت بود همونجا برو. احساس به آدم میگه هر جا احساس بهتری داشتی همونجا برو. البته این به این معنی نیست که مشتری ها احساساتشون رو کلاً بذارن کنار.

حالا این ها رو گفتم که بگم یه روش خیلی ساده وجود داره که میشه فهمید چه جورى میشه مشتری مادام العمر داشته باشین. اون روش هم اینه که اول به خودمون و اطرفیانمون نگاه کنیم ببینیم چرا ما همیشه از یک مغازه میریم خرید می کنیم؟ برای اینکه همه ما قبل از این که فروشنده باشیم (مشتری) هستیم. ما از خیلی ها خرید می کنیم پس مشتری اون ها هستیم. حالا ما خودمان به عنوان یک مشتری از کجا

حاضریم برای همیشه خرید کنیم؟ کدوم مغازه است که ما چند ساله که داریم ازش خرید می کنیم؟ چرا ما چند ساله که داریم از همون مغازه خرید می کنیم و نمیریم از یه مغازه دیگه خرید کنیم؟

اگه به این سوالات، اول خودمون و بعد اطرافیانمون پاسخ بدهند اونوقت می فهمیم که راز مشتری مادام العمر داشتن چیه. حالا چند تا از این هایی که باعث میشه ما از یک مغازه همیشه خرید کنیم و نریم جای دیگه خرید کنیم رو می نویسم.

1- نزدیکی فاصله مغازه به ما

یک دلیل که ما داریم از یه مغازه خرید می کنیم به خاطر اینه که اون مغازه نزدیک ماست. و ما هم مثل تموم آدمای دیگه چون یا تنبل هستیم یا وقت نداریم بنابر این از نزدیک ترین مغازه به خودمون خرید می کنیم.

حالا چرا بعضی ها شعبه میزنن؟ یک دلیلش همینه که خودشون رو به شما نزدیک کنن و شما بیای از اون ها خرید کنی.

حالا چرا خرید اینترنتی داره تو جهان خیلی سریع پیشرفت میکنه؟ چون اینجوری کالا رو در خونتون تحویل میدن و لازم نیست شما بری بیرون و خودت رو خسته کنی.

چرا پیک رایگان میگذارن؟ به همین دلیل که گفتیم

حالا ماباید چی کار کنیم؟ اگه ما بتونیم کاری کنیم که مشتری برای خرید اذیت نشه و فاصله زیادی رو طی نکنه اون مشتری همیشه از ما خرید میکنه. مثلا می تونیم پیک رایگان بگذاریم. مثلا می تونیم بگیم اگه جنس رو نخواستین لازم نیست بیان پس بدین ما خودمون میایم در خونتون جنس رو عوض می کنیم. مثلا می تونیم تو اینترنت یه سایت باز کنیم که مشتری هامون از تو خونه بتونن از ما خرید کنن. مثلا می تونیم کاتالوگ اجناسمون رو بفرستیم در خونشون و اون ها از داخل خونه انتخاب کنن و موقع خرید خسته نشن. و خلاصه فکر کنی راه های دیگه ای هم هست.

2- کیفیت و قیمت

این دو تا همیشه با هم هستن در حالی که خیلی ها فکر می کنن قیمت از کیفیت جداست. مثلا فکر می کنن اگه جنس رو ارزون بدهند مشتری همیشه میاد. در حالی که اینجوری نیست و مشتری اگه ببینه کیفیت جنس خوب نیست دیگه برای خرید نمیاد. یا بعضی ها فکر می کنن که اگه کیفیت جنسشون خوب باشه مشتری کاری به قیمت نداره. در حالی که باز هم اینجوری نیست. هم من و هم شما و هم مشتری ها قیمت و کیفیت رو با هم می سنجند. این جمله رو خوب دقت کنید:

((در ذهن مشتری همیشه این وجود دارد که این جنس با این کیفیت چقدر می ارزد))

مثلا تو مشهد رستوران معروفی، چلو ماهیچه رو میده 40000 تومن و مشتری هم زیاد داره. چرا؟ چون مشتری با خودش فکر میکنه که این چلوماهیچه با این کیفیت 50000 تومن می ارزه و من دارم اون رو با قیمت 40000 تومن میخرم و می خورم. پس خیلی خوبه. اما چلو ماهیچه رو اگه یک جای دیگه 35000 تومن بدهند مردم نمیرن بخرن. چرا؟ چون مردم با خودشون میگن: این چلو ماهیچه با این کیفیت 30000 تومن بیشتر نمی ارزه و من باید بابت اون 35000 تومن پول بدهم. بنابراین این به نفعم نیست و من آن را نمی خرم.

پس نتیجه می گیریم که مهم ارزان فروشی نیست مهم این است که قیمتی که به مشتری می دهیم نسبت به کیفیت جنسمان، قیمت پایین تری باشد.

3- رفتار مغازه دار

همه می دونیم که خوش اخلاقی باعث میشه مشتری همیشه از ما خرید کنه اما اون چیزی که خیلی ها نمی دونن اینه که چه کارهایی رو خوش اخلاقی میگن؟ برای مشتری چی کار باید بکنی که مشتری بگه این مغازه دار آدم خوش اخلاقیه؟

البته درسته که خنده رویی و آرام بودن و اصرار بیجا نکردن و عصبانی نشدن و مشتری رو تحویل گرفتن و با مشتری سلام و خوش و بش کردن

جزو اخلاق خوش حساب میشه اما چند تا چیز دیگه هم هست که جزو اخلاق خوش حساب میشه: مثل:

معرفی درست جنس به مشتری
کمک به مشتری در انتخاب جنس مورد علاقه
ظاهر و ژست مناسب داشتن
ارتباط برقرار کردن با مشتری طبق شخصیت مشتری
تشخیص نیاز مشتری
گوش دادن به حرف های مشتری
پاسخ دادن مناسب به ایرادهای مشتری
برخورد مناسب با چانه زنی مشتری

این هایی رو که نوشتم جزو اخلاق خوش مغازه دار، حساب میشه. این ها رو داخل کتاب "سود بیشتر با فروش بیشتر" کامل توضیح دادم اما خیلی از مغازه دارها این ها رو یا نمی دونن یا انجام نمیدن و میگن که: من خیلی آدم خوش اخلاقی هستم ولی نمی دونم مشتری چرا از من خرید نمیکنه؟

از نظر مشتری شما وقتی آدم خوش اخلاقی به حساب میای که این مواردی رو که گفتم بلد باشی و رعایت کنی.

حالا ما چی کار کنیم؟ حالا ما باید این مواردی رو که گفتم جزو خوش اخلاقی حساب میشه یاد بگیریم و رعایت کنیم.

4- زیبایی و به روز بودن مغازه

زیبایی مغازه شامل موارد زیر می‌شود:

تابلو مغازه ، ورودی مغازه ، دکور مغازه ، رنگ دکور ، چیدمان اجناس نظافت و مرتب بودن مغازه ، حالا این مواردی که نوشتیم باید با به چیز دیگه همراه باشه وگرنه جواب نمیده و اون هم : (به روز بودن) است.

به روز بودن یعنی چی؟ یعنی این که طبق مد های جدید پیش بری. چرا؟ چون اولاً مشتری کنجکاوه که چیزهای جدید رو ببینه و بخره و هم این که با تبلیغات زیاد به ما قبولوندن که اگه مُد روز نباشی از دنیا عقبی و جزو عقب مونده ها حساب میشی. و معلومه که اگه شما طبق مد روز کار هات رو انجام ندی مشتری هم دوست نداره که از شما خرید کنه چون احساس عقب موندگی بهش دست می‌ده.

یک علت مهم هم که به محض این که یک مغازه جدید کنار شما باز میشه و مشتری های شما برای خرید میرن اونجا همینه که مردم دوست دارن چیزهای جدید رو ببینن و فکر می کنن که این مغازه جدید هم تمیزه هم دکورش جدیده و هم جنساش جدیده.

همین جدیدا یکی از دوستان 20 میلیون داده بود دکورش رو عوض کردن. حالا مگه دکور قبلی خراب شده بود؟ نه بابا. فقط دکورش از مد افتاده بود.

حالا ما چی کار کنیم؟ حالا اگه پول داری تو این چیزهایی که گفتم هزینه کن. اگه پول نداری حداقل اندازه خودت هزینه کن. مثلا اگه اسم مغازه ات قبلا(پوشاک مش رضا) بوده حالا اسمش رو عوض کن و بذار (پوشاک مارال) یا مثلا اگه تمام جنسات رو تو قفسه ها می چیدی حالا چند تا از جنسات رو با نخ آویزون کن تا مد روز باشی. خلاصه اگه فکر کنی خیلی از این کارها رو بدون پول و با هزینه کم هم میشه انجام داد.

5- سود رسانی و احساس لذت

این دو مورد خیلی تو وفادار کردن مشتری مهمه. فروشگاه های بزرگ دائم طرح ها و برنامه هایی میریزن که هم به مشتری هاشون سود برسونن و هم احساس لذت از خرید رو به مشتری منتقل کنن. مثلا تخفیف ویژه برای مشتریانشون میگذارن تا مشتری فکر کنه که با خرید از این فروشگاه سود خوبی نصیبشون میشه. یا جنس مورد علاقه مشتری هاشون رو میارن تا مشتری از خریدش لذت ببره. یکی دیگه از دلایلی هم که مشتری های شما میرن از رقیبتون خرید میکنن همین موضوعه. یعنی رقیب شما برای این که مشتری ها رو بکشونه سمت خودش تخفیف های ویژه میگذاره و یا کارهایی میکنه که مشتری از خریدش لذت ببره.

حالا ما چی کار کنیم؟ ما باید تحقیق کنیم و مطالعه کنیم ببینیم که چه جوری میشه به مشتری سود برسونیم و احساس لذت رو در مشتری ایجاد کنیم و بعد که یاد گرفتیم اون ها رو انجام بدیم.

نتیجه گیری:

نتیجه این که شما به اندازه توان خودتون هر کدوم از موارد بالا رو که گفتیم انجام بدهید. هرچه بیشتر موارد بالا را انجام دهید مشخص است که مشتریان وفادار بیشتری خواهید داشت.

سوال مهم: چگونه توان خود را بالا ببریم تا بتوانیم همه موارد وفادار کردن مشتری را انجام دهیم؟

جواب این سوال رو از زبون کاسبی میگم که تونسته تا قبل از سی سالگی 17 تا کسب و کار راه بندازه . آدمی که با 2000 دلار (حدود 6 میلیون تومن) یه مغازه لوازم ورزشی باز کرد و تونست ظرف 2 سال 6 تا شعبه بزنه . این آقا اسمش هست (هارو ،اگر). این آقای کاسب میگه که:
یاد بگیرید ،یاد بگیرید ،یاد بگیرید . من اعتقاد زیادی به آموزش دارم.
دوستانه بگویم که:

اگر فکر می کنید آموزش،پرهزینه است همان بهتر که در جهالت بمانید.

کسب و کار خود را مطالعه کنید.

یک نمونه داستان واقعی حفظ مشتری

مطلبی به قلم حامد نصیری:

سالیان سال است که در محله سلسبیل ، یک مغازه محلی ، برای فروش جوراب و لباس زیر مشغول به کار است و پیرمرد صاحب مغازه از احترام و اعتبار خوبی بین مردم محل برخوردار است.

پیرمرد تعریف می کند که نزدیک به 40 سال پیش ، در مغازه خود جوراب های نخی زنانه آورده بود و در ابتدا فروش خوبی داشت.اما پس از مدتی فروش کاهش پیدا کرد و خانم ها دیگر از جوراب های او خرید نمی کردند و یا از کیفیت جورابها ناراضی بودند.او علت این امر را جویا شده و در می یابد که جورابها خیلی زود خاصیت ارتجاعی خود را از دست داده و پس از مدتی کش جورابها شل می شود و به همین دلیل مشتریان از دوام این جورابها که باقیمت 6 ریال خریداری می کردند راضی نیستند.

مغازه دار تصمیم می گیرد با شرکت تولیدی جورابها ارتباط برقرار کند.او پس از بررسی مواد تولید کننده و قیمت تمام شده محصول ، در می یابد که علت شل شدن کش جورابها ، استفاده زیاد از نخ در تولید جوراب است.ضمنا متوجه می شود که استفاده از جنس پلاستیک ، اگرچه کیفیت محصول را کاهش می دهد ، ولی از شل شدن جوراب جلوگیری می کند.بنابراین به کارخانه سفارش می دهد تا جوراب های مغازه اش را

به صورت سفارشی تولید کرده و درصد استفاده نخ در آنها را کاهش دهد و به جای آن مقدار استفاده از پلاستیک را بیشتر کند. در نهایت اولاً قیمت جوراب ها به دلیل استفاده از مواد ارزانتر ، به 5 ریال کاهش می یابد ، دوماً حالت ارتجاعی جوراب به مدت بیشتری حفظ می شود.

نتیجه این شد که مشتریان ، به دلیل قیمت پایین تر محصول و دوام مناسب آن ، نه تنها خریدهای خود را از سر گرفتند ، بلکه خرید آنها از ابتدای کار نیز پیشی گرفت.

نقل از: کافه بازاریابی kafemarketing.com

فصل پنجم

روش های معنوی افزایش فروش



روش های معنوی برای فروش بیشتر

تا این جا خیلی از روش ها رو گفتیم که باعث فروش بیشتر میشه. اما شما می دونین من هم میدونم که روش هایی هستند که معنوی هستند و در فروش بیشتر بسیار تاثیر گذار هستند. اونقدر تاثیر گذار که بعید میدونم کسی فروشش زیاد باشه و از روش های معنوی استفاده نکرده باشه .

نکته مهم: (توقع نابه جا از خداوند بزرگ)

خیلی ها یک مغازه باز میکنند و دعا میکنند با همون یک مغازه پولدار بشن. و خیلی هم دعا می کنن و نذر میدن و خلاصه معنویت رو می ترکونن اما باز هم اتفاقی نمیفته و فروششون اونجوری که میخوان بیشتر نمیشه . چرا؟

خوب به خاطر این که اون ها نمی دونن که هر چیزی به یک اندازه ای فروش داره . بذارین یک مثال بزنم. مثلا همیشه که یک نفر یک دانه گندم بکاره و بعد توقع داشته باشه که با دعا کردن اون یک دونه گندمش چند ماه بعد یک مزرعه گندم بشه. یا همیشه که یک نفر یک

درخت سیب بکاره و بعد توقع داشته باشه که بعد از سه سال یک باغ سیب داشته باشه. شما هم میدونین که اگه یک مزرعه گندم بخواهیم باید اندازه یک مزرعه دانه بکاریم و بعد دعا کنیم که خدا همه مزرعه رو پر از گندم کنه. یا اگه یک باغ سیب بخواهیم باید یک باغ پر از نهال

سیب بکاریم تا بعدش یک باغ پر از درخت سیب داشته باشیم. برای مغازه داری هم همین جوریه. یعنی اگه یک مغازه معمولی داریم و توقع داریم که دعا کنیم که ماهی 50 میلیون در آمد از همون مغازه داشته باشیم خوب معلومه که دعای ما برآورده نمیشه. اگه میخواهیم ماهی 50 میلیون در آمد داشته باشیم باید مغازه یا مغازه هایی بزنی که بتونه ماهی 50 میلیون درآمد داشته باشه.

خلاصه این که روش های معنوی شما زمانی جواب میده که زمینه های مادی اون رو فراهم کنین. یعنی اگه توقع داریم که ماهی 50 میلیون از یک مغازه دربیارین بنابر این زمینه مادی اون این میشه که مثلا باید جنس بسیار عالی با قیمت بسیار عالی بیارین. یا زمینه اش اینه که تبلیغات کنید. یا زمینه اش اینه که مغازه تون جای مناسبی باشه. خلاصه زمینه اش رو باید فراهم کنید.

حالا اگه یک مغازه بزنی که جنس بسیار عالی با قیمت بسیار عالی داشته باشه اما از روش های معنوی استفاده نکنید احتمال موفقیت شما خیلی کمتر میشه. چون خداوند در قرآن میگه که هر کس دنیا را بخواد ما به او می دهیم و هر کس آخرت را بخواد ما به او می دهیم. البته به هر کس که بخوایم. خوب این واضحه که اگه خداوند بزرگ نخواهد، شما هر روش مادی که بزنی فایده ای نداره و فروشت بیشتر نمیشه. پس باید روش های معنوی رو هم رعایت کنیم تا خدا هم انشاء الله بخواد که به ما فروش بیشتر عطا کند. خوب فکر کنم همین قدر کافی باشه و منظورم رو فهمیده باشین. حالا این روش های معنوی چه چیز هایی هستند؟

1- قانون معنوی اول برای فروش بیشتر: ایمان

خشکسالی امان مردم را بریده بود، چنانکه دیگر هیچ کاری را نمی توانستند انجام دهند. کشیش همه مردم را برای دعای باران به بیرون شهر دعوت کرد تا از خدا بخواهند که با بارش باران، آنها را از خشکسالی نجات دهد. همه مردم در جایی که از پیش تعیین شده بود گرد آمدند و منتظر شروع مراسم دعا شدند. کشیش بر بالای بلندی قرار گرفت و رو به مردم کرد. ناگهان دید در بین مردم فقط یک دختر با خودش چتر آورده است. کشیش گفت: تا به امروز نمی دانستم چرا ما از گرفتاری و خشکسالی نجات نمی یابیم ولی امروز با دیدن شما متوجه شدم! چرا که همه ما اینجا جمع شده ایم تا از خدای کائنات بخواهیم بر ما باران نازل کند، ولی در جمع شما فقط همین دختر بچه ای که این جلو نشسته با چتر آمده و این یعنی فقط یکی از ما به دعایی که می کنیم ایمان داریم.

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ
وَلَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ سورة مبارکه الأعراف آیه ۹۶

ترجمه:

و اگر اهل شهرها و آبادیها، ایمان می آوردند و تقوا پیشه می کردند، برکات آسمان و زمین را بر آنها می گشودیم؛ ولی (آنها حق را) تکذیب کردند؛ ما هم آنان را به کیفر اعمالشان مجازات کردیم.

ایمان میمونی

بعضی ها ایمان میمونی دارن. یعنی چی؟

دانشمندی میخواست به میمونی آموزش بدهد که کلید زنگ را به صدا در آورد. برای همین وقتی یک بار که به صورت تصادفی دست میمون به زنگ خورد دانشمند یک موز به میمون داد. بار دوم که به صورت تصادفی دست میمون به زنگ خورد دوباره دانشمند یک موز به میمون داد. میمون فهمید که هر بار دستش به کلید می خورد و صدای زنگ بلند می شود دانشمند به او یک موز می دهد. برای همین هر وقت موز می خواست کلید را فشار می داد و زنگ به صدا در می آمد.

بعد از چند مدت دانشمند خواست ببیند اگر به میمون موز ندهد آیا میمون کلید را فشار می دهد. میمون چند بار زنگ را فشار داد اما از موز خبری نبود. کم کم میمون نا امید شد و دیگر کلید زنگ را نمی زد.

نتیجه: بعضی از ما متاسفانه ایمان میمونی داریم. یعنی اگر خداوند چیزی به ما بدهد می گوییم خداوند وجود دارد و او را می پرستیم اما اگر چند مدت خدا بخواهد ما را امتحان کند و برای مدتی کمتر به ما نعمت بدهد ما دیگر دستورات خدا را اجرا نمی کنیم و خدا را انکار می کنیم. مثلاً وقتی که زکات می دهیم منتظر می شویم ببینیم مالمان زیاد می شود یا نمی شود و بعد اگر زیاد نشد دیگر زکات نمی دهیم مانند همان میمون که وقتی موز دریافت نمی کرد؛ دیگر زنگ را به صدا در نمی آورد.

2- قانون معنوی دوم برای فروش بیشتر (تقوا)



تقوا ینی چه؟ تقوا یعنی دوری کردن از گناه کوچک و بزرگ

اگر بددهنی نکنیم یعنی تقوا را رعایت کرده ایم
اگر مشتری را مسخره نکنیم یعنی تقوا را رعایت کرده ایم
اگر به مشتری دروغ نگوییم، یعنی تقوا را رعایت کرده ایم.

و...

اگر با تقوا شویم طبق آیات قرآن، خداوند بزرگ پنج کار برای ما انجام می دهد:

- 1- راه خروج از مشکلات را به ما نشان می دهد.
- 2- از جایی که فکرش را نمی کنیم به ما روزی می دهد.
- 3- کارها را برای ما آسان می کند.
- 4- گناهان ما را می بخشد.
- 5- پاداش بزرگی به ما می دهد.

واقعا اگه فروش رو یاد بگیریم می بینیم که معامله با خداوند بزرگ بهترین و سود مند ترین معامله هاست.

3- قانون معنوی سوم برای فروش بیشتر (درخواست)

وقتی نوجوان بودم پدرم رو می دیدم که به خواهرم بیشتر از من توجه می کنه. می دیدم که برای خواهرم چیزهای زیادی می خره یا بهش پول می ده ؛ اما به من نه پول می داد و نه چیزی برام می خرید. کم کم داشتم از دست پدرم ناراحت می شدم که متوجه شدم خواهرم هر روز پیش پدرم می آید و از پدرم چیزی درخواست می کند. حتی وقتی پدرم می گفت که : الان ندارم برو بعدا بیا. یا می گفت: نمی دهم ؛ اما باز هم خواهرم درخواست خود را تکرار می کرد و اصرار می کرد. آنقدر اصرار می کرد که بالاخره پدرم مجبور می شد مقداری پول به او بدهد. بعد از آن فهمیدم که مشکل از پدرم نیست که به من چیزی نمی دهد بلکه مشکل از من است که اولاً چیزی در خواست نمی کردم و دوماً اگر درخواست

می کردم اصرار نمی کردم. اما حالا که این موضوع رو فهمیدم و انجام میدم خوشبختانه به خیلی از خواسته هام در زندگی رسیدم.

امام علی علیه السلام می فرمایند: **أَعْلَمُ النَّاسِ بِاللَّهِ أَكْثَرُهُمْ لَهُ مَسْأَلَةٌ**؛

غررالحکم ح 3260

خداشناس ترین مردم، پر درخواست ترین آنان از خداست .

4- قانون معنوی چهارم برای فروش بیشتر (شکر نعمت)

وقتی خداوند بزرگ چیزی به ما میدهد باید با تمام وجود ازش تشکر کنیم. هی نق نزن که این چیه به ما دادی. هی نق نزن که خدایا فروشم چقدر کمه .فقط بگو: خدای بزرگ متشکرم . من به لطف بیشتر تو امیدوارم و مطمئنم فروشم بیشتر میشه .

داستان آموزنده ” شکر گزار خدا باشیم “

در آخرین لحظات سوار اتوبوس شد. روی اولین صندلی نشست.از کلاس های ظهر متنفر بود اما حداقل این خوبی را داشت که مسیر خلوت بود. اتوبوس که راه افتاد نفسی تازه کرد و به دور و برش نگاه کرد. پسر جوانی روی صندلی جلویی نشسته بود که فقط می توانست نیمرخش را ببیند

که داشت از پنجره بیرون را نگاه می کرد . به پسر خیره شد و خیال پردازی را مثل همیشه شروع کرد :

چه پسر جذابی! حتی از نیمرخ هم معلومه. اون موهای مرتب شونه شده و اون فک استخونی . سه تیغه هم که کرده حتما ادوکلن خوشبویی هم زده. چقدر عینک آفتابی بهش می آد. یعنی داره به چی فکر می کنه؟ آدم که اینقدر سمج به بیرون خیره نمیشه! لابد داره به نامزدش فکر می کنه. آره. حتما همین طوره. مطمئنم نامزدش هم مثل خودش جذابه. باید به هم بیان (کمی احساس حسادت)

می دونم پسر یه پولداره. با دوستهاش قرار می ذاره که با هم برن شام بیرون. کلی با هم می خندند و از زندگی و جوونیشون لذت می برن؛ میرن پارتی، کافی شاپ، اسکی، چقدر خوشبخته! یعنی خودش می دونه؟ می دونه که باید قدر زندگیشو بدونه!!

دلش برای خودش سوخت. احساس کرد چقدر تنهاست و چقدر بدشانس است و چقدر زندگی به او بدهکار است. احساس بدبختی کرد. کاش پسر زودتر پیاده می شد...!!!

ایستگاه بعد که اتوبوس نگه داشت، پسر از جایش بلند شد. مشتاقانه نگاهش کرد، قد بلند و خوش تیپ بود. ..پسر با گام های نااستوار به سمت در اتوبوس رفت. مکشی کرد و چیزی را که در دست داشت باز کرد...یک، دو، سه و چهار ... لوله های استوانه ای باریک به هم پیوستند و یک عصای سفید رنگ را تشکیل دادند. آری! آن پسر کور بود.

از آن به بعد دیگر هرگز عینک آفتابی را با عینک سیاه اشتباه نگرفت و به خاطر چیزهایی که داشت خدا را شکر کرد...

**هر شب قبل از رفتن به
رختخواب، جمله زیر را تکمیل
کنید .**

**«من امروز به خاطر.....
خوشحال و سپاسگزارم»**

5- قانون معنوی پنجم برای فروش بیشتر (زکات، صدقه، انفاق)

روزی امام حسن (ع) و امام حسین (ع) و عبدالله بن جعفر به راه حج می رفتند. پس زاد و توشه ی آنان از میان رفت. گرسنه و تشنه به خیمه ای رسیدند که پیرزنی در آن زندگی می کرد. از او آب طلب کردند. پس پیرزن با مهربانی گفت: این گوسفند را بدوشید و شیر آن را با آب بیامیزید و بیاشامید.

سپس از او غذا خواستند، گفت: همین گوسفند را داریم، بکشید و بخورید. یکی از آنان گوسفند را ذبح کرد و از گوشت آن مقداری بریان کرد و همه خوردند و سپس همانجا به خواب رفتند.

هنگام رفتن به پیرزن گفتند: ما از بزرگان قریشیم و به حج می رویم. اگر گذرت به مدینه افتاد، نزد ما بیا تا جبران محبت های تو را کنیم و بدان که با تو به نیکی رفتار خواهیم کرد.

شوهر زن که آمد و از جریان مطلع شد بر زن پرخاشی کرد و گفت: وای بر تو! تنها گوسفند مرا برای مردمی ناشناس می‌کشی، آنگاه می‌گویی: از قریش بودند!؟

روزگاری گذشت و کار بر پیرزن سخت شد و از آن محل کوچ کرد و به مدینه عبورش افتاد. امام حسن (سلام الله علیه) او را دید و شناخت. پس پیش رفت و فرمود: مادر مرا می‌شناسی؟
پیرزن گفت: نه!

فرمود: من همانم که در فلان روز مهمان تو شدم. آنگاه دستور داد تا هزار گوسفند و هزار دینار زر به او دادند. آنگاه او را نزد برادرش حسین بن علی فرستاد، آن حضرت نیز به همان اندازه بدو بخشید و او را نزد عبدالله بن جعفر فرستاد و او نیز عطایی همانند آنان به او داد.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ
کیست که به خداوند وام دهد و وامی نیکو تا خدا آن را برای او چند برابر کند و او را پاداشی پرارج و پسندیده باشد. الحديد آیه : 11

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِئَةٌ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

مثل کسانی که اموالشان را در راه خدا انفاق می‌کنند مثل دانه‌ای است که هفت خوشه برویاند، در هر خوشه‌ای یکصد دانه باشد (پس انفاق هر

چیزی هفتصد برابر پاداش دارد) و خداوند برای هر که بخواهد چند برابر می‌کند، و خداوند دارای وسعت است و داناست.

واقعا معامله با خداوند سود آور است. یک انفاق می‌کنی عوض هفتصد برابر پاداش می‌گیری. کجا همچین معامله سود آوری پیدا می‌کنی؟؟ حتی در بورس هم غیر ممکنه یکدفعه ای پولت هفتصد برابر بشه !!!

6- قانون معنوی ششم برای فروش بیشتر : (استغفار و طلب عفو)

فرض کنیم یک نفر در حق ما بدی کرده و حالا اومده از ما پول هم می‌خواه. خوب ما چی کار می‌کنیم؟ مشخصه که بهش می‌گیم که : بی معرفت تو چقدر پر رویی که در حق من بدی کردی و تازه پول هم می‌خوای . برو بابا .

حالا فرض کنیم یک نفر در حق ما بدی کرده و اول میاد از ما معذرت خواهی می‌کنه و بعد که ما رو راضی کرد و ما خوشحال شدیم اونوقت با شرمندگی میگه که : شرمنده ، من چند تومن پول لازم دارم میشه لطف کنی به من پول بدی؟ خوب مشخصه که در این حالت امکان داره که بهش پول ندیم اما امکان هم داره که بهش پول بدیم .

به نظر من رابطه ما با خدامون همین جوریه. یعنی اگه بدون معذرت خواهی از خدا ، ازش پول یا چیز دیگه ای بخواهیم خدا میگه: برو بابا .

ولی اگه ازش معذرت خواهی کنیم اونوقت امکان داره که ما رو ببخشه
و اون چیزی که میخواستیم بهمون بده .

7- قانون معنوی هفتم برای فروش بیشتر: (خواندن کتاب آسمانی)

این قانون، مهم ترین قانون معنویه . یعنی اگه کتاب آسمانی دین
خودت رو بخونی و عمل کنی همه این چیزهایی که قبلا گفتم داخلش
وجود داره و تازه قوانین دیگه ای هم وجود داره که اگه کتاب آسمونی
دین خودت رو بخونی اون قوانین رو هم می فهمی و عمل میکنی و
بعدشم نونت تو روغن میشه. حالا کتاب آسمانی رو به زبان خودت بخون
تا بفهمی یعنی اگه مسلمونی و فارسی زبان هم هستی ترجمه قرآن رو
بخون تا بفهمی خداوند بزرگ داره چی میگه. اگه فقط عربی ها
رو بخونی که هیچی نمی فهمی. تو که عرب نیستی داداش من،
آبجی من . اگه بهت گفتن قرآن رو نمی فهمی یا خودت باورت اینه که
قرآن رو نمی فهمی برو سوره (قمر) رو نگاه کن که خداوند 4 بار گفته :
(ولقد یسرنا القرآن للذکر فهل من مدکر)
ترجمه: ما قرآن را برای یادآوری آسان کرده ایم. پس آیا کسی هست که
متذکرشود؟

هر کی بهت گفت قرآن نخون چون نمی فهمی یا قرآن اینقدر عمیقه که
هیچ کس تا حالا نفهمیده یا گفت که قرآن رو فقط علمای
بزرگ میفهمن و تو نباید بخونی چون گمراه میشی مطمئن باش اون نفر

یا خود شیطونه یا شیطون تو وجودش نفوذ کرده که میخواد تو رو از کتاب آسمونیت دور کنه .

امام خمینی (ره) می فرمایند :

یکی دیگر از حجب که مانع از استفاده از این صحیفه نورانیه است، اعتقاد به آن است که جز آن که مفسیرین نوشته یا فهمیده اند، کسی را حق استفاده از قرآن شریف نیست و تفکّر و تدبّر در آیات شریفه را با تفسیر به رای - که ممنوع است - اشتباه نموده اند و به واسطه این رای فاسد و عقیده باطله، قرآن شریف را از جمیع فنون استفاده عاری نموده و آن را به کلی مهجور نموده اند. در صورتی که استفادات اخلاقی و ایمانی و عرفانی به هیچ وجه مربوط به تفسیر نیست تا تفسیر به رای باشد. ...یک مطلب مهمی را باید در نظر بگیری که با توجه به آن راه استفاده از کتاب شریف، بر تو باز شود و ابواب معارف و حکم بر قلبت مفتوح گردد. و آن، آن است که به کتاب شریف الهی، نظر تعلیم داشته باشی و آن کتاب را کتاب تعلیم و افاده بدانی و خود را موظف به تعلّم و استفاده بدانی و مقصود ما از تعلیم و تعلّم و افاده و استفاده آن نیست که جهات ادبیت و نحو و صرف را از آن تعلیم بگیری یا حدیث فصاحت و بلاغت و نکات بیانیه و بدیعیّه از آن فرا گیری یا در قصص و حکایات آن به نظر تاریخی و اطلاع بر امم سالفه بنگری، هیچ یک از اینها داخل مقاصد قرآن نیست و از منظور اصلی کتاب الهی به مراحل دور است. و اینکه استفاده ما از این کتاب بزرگ بسیار کم است، برای همین است که یا به آن نظر تعلیم و تعلّم نداریم - چنانکه غالباً به این طوریم - ... و یا اگر نظر تعلیم و تعلّم داشته باشیم، با نکات بدیعیه و بیانیه و وجوه اعجاز آن، و قدری بالاتر، جهات تاریخی و سبب نزول آیات و اوقات نزول و مکی

و مدنی بودن آیات و سور، و اختلاف قرائات و اختلاف مفسرین از عامّه و خاصه و دیگر امور عرضیه خارج از مقصد که خود آنها موجب احتجاب از قرآن و غفلت از ذکر الهی است، سروکار داریم. بلکه مفسرین بزرگ ما نیز، عمده همّ خود را صرف در یکی از جهات یا بیشتر کرده و باب تعلیمات را به روی مردم مفتوح نکرده اند .

آداب الصلاة، امام خمینی، ص 194-191

خلاصه بگم یعنی می فرمایند: قرآن بخوانید و به آن عمل کنید. نه اینکه تنها قرآن بخوانید یا این که فقط حفظ کنید.

فصل ششم

فروش در بازار کساد

روزهای سخت
دوام نمی آورند،
اما انسانهای سخت
چرا.

چگونه در بازار کسادی بفروشیم؟

آیا دوست دارید زندگی تان عوض شود؟
آیا دوست دارید شاد زندگی کنید؟
آیا دوست دارید پولدار شوید؟
آیا دوست دارید فروش شما بالا برود؟

جواب خیلی از آدم ها به سوال های بالا "بله" است. اما واقعا چگونه می توان این کار را کرد؟

من سال ها مطالعه و تحقیق و تفکر و جستجو کردم و بالاخره جواب را پیدا کردم. آقای جerald جمبالسکی کتابی دارد با عنوان "فکرت را عوض کن زندگیت عوض می شود" و آقایان (دنیس گرینبرگر و کریستین پادسکی) کتابی نوشته اند با عنوان "فکرت را عوض کن حالت خوب می شود" نه تنها این سه نفر بلکه تمام بزرگان و ثروتمندان و فرهیختگان و فروشندگان بزرگ دنیا، عقیده دارند اگر می خواهید زندگی شما عوض شود اول باید "طرز فکر" شما عوض شود. در زیر چند نمونه "طرز فکر" مغازه دار حرفه ای و مغازه دار معمولی را با هم مقایسه کرده ایم. خوب دقت کنید!

فروشنده معمولی: باید جنسی را که مدّ نظر خودم است به مشتری بفروشم.

فروشنده حرفه ای: باید جنسی را که مدّ نظر مشتری است به او بفروشم.

فروشنده معمولی می نویسد: لطفا به اجناس دست نزنید.
فروشنده حرفه ای می نویسد: لطفا اجناس ما را امتحان کنید.

فروشنده معمولی می نویسد: لطفا با لبخند وارد شوید.
فروشنده حرفه ای می نویسد: لطفا وارد شوید ما با لبخند از شما
استقبال می کنیم.

فروشنده معمولی: من باید خودم همه چیز را تجربه کنم.
فروشنده حرفه ای: من باید از تجربه دیگران استفاده کنم.

فروشنده معمولی: من با مشتری زیاد صحبت می کنم تا او را قانع
کنم.

فروشنده حرفه ای: اجازه می دهم مشتری بیشتر صحبت کند تا
بفهمم چه جنسی می خواهد.

فروشنده معمولی: من با عقل خودم به همه چیز می رسم.
فروشنده حرفه ای: عقل من کافی نیست و باید با دیگران مشورت کنم.

فروشنده معمولی: هر چه ارزانتر بفروشم سود بیشتری هم دارم.
فروشنده حرفه ای: هرچه ارزانتر بخرم سود بیشتری دارم.

فروشنده معمولی: دنیا دو روزه. فردا کی مُرده است کی زنده؟
فروشنده حرفه ای: دنیا هفتاد یا هشتاد ساله و من باید برای فردا و
آینده برنامه ریزی کنم.

فروشنده معمولی: یک مغازه و یک لقمه نون از سر مونم زیاده.
فروشنده حرفه ای: دنیا پر از نعمت خداوند است و خدا همه نعمت ها
را برای انسان خلق کرده است.

فروشنده معمولی: اگه بخوام بیشتر پول دربیارم باید بیشتر در مغازه
وایستم.

فروشنده حرفه ای: اگه بخوام بیشتر پول دربیارم باید روش های
فروش بیشتری بدانم.

فروشنده معمولی وقتی بازار داغ است و مغازه اش شلوغ است با مردم
درست رفتار نمی کند و می گوید: مغازه ام شلوغه. وقت سرخاروندن
هم ندارم چه برسه به این که حوصله کنم جواب مشتری رو بدم.
البته وقتی هم که بازار خلوت است و می گوییم حالا دیگر چرا با
مشتری ها خوب برخورد نمی کنی؟ فروشنده معمولی جواب می دهد:
آخه الان که مشتری نیست دل و دماغ سرو کله زدن با مشتری رو ندارم
چون می دونم این بابا خریدار نیست و فقط اومده رو مخ من راه بره.

مشتری که هست می گویند وقت نداریم مشتری که نیست می گویند
دل و دماغ نداریم سوال این است که فروشندگان معمولی چه وقت
حاضرند رفتار درستی با مشتری داشته باشند؟؟؟

به قول دکتر کامران صحت که فرمودند:

بعضی ها می گویند: ز گهواره تا گور حسش نبود.

این ها فقط نمونه کوچکی از طرز فکرها است. اگر می خواهید
فروستان بالا برود این جمله را قبول کنید:

طرز فکر را عوض کن، فروشت بالا می رود.

داستان ساندویچ فروش و پسرش

مردی درکنار جاده، دکه ای درست کرده بودو در آن ساندویچ می
فروخت. آن مرد گوشش سنگین بود و رادیو نداشت. چشمش هم ضعیف
بود، بنابراین روزنامه هم نمی خواند. او تابلویی بالای سر خود گذاشته بود
و ویژگی های ساندویچ های خود را شرح داده بود. خودش هم کنار دکه
اش می ایستاد و مردم را به خریدن ساندویچ تشویق می کردو مردم هم
می خریدند. کارش بالا گرفت. بنابراین کارش را وسعت بخشید به طوری
که وقتی پسرش از مدرسه بر می گشت به او کمک می کرد. سپس کم
کم وضع عوض شد. پسرش گفت: «پدر جان، مگر به اخبار رادیو گوش
نداده ای؟ اگر وضع پولی کشور به همین روش ادامه پیدا کند کار همه
خراب خواهد شد و شاید یک کسادی عمومی به وجود آید. باید خودت را
برای این کسادی آماده کنی.»

پدر با خود فکر کرد هر چه باشد پسرش به مدرسه رفته و به اخبار رادیو
گوش می دهد و روزنامه هم می خواند، پس حتماً آنچه می گوید صحیح
است. بنابراین کمتر از گذشته، نان و گوشت سفارش می داد و تابلوی
خود را هم پایین آورد و دیگر در کنار دکه خود نمی ایستاد و مردم را به

خرید ساندویچ دعوت نمی کرد. فروش او ناگهان شدیداً کاهش یافت. او سپس رو به فرزند خود کرد و گفت: «پسر جان حق با توست. کسادى عمومی شروع شده است.»

در واقع آن پدر داشت بهترین راه برای کاسبی را انجام می داد اما به خاطر افکار پسرش، تصمیمش رو عوض کرد و افکار پسر آنقدر روی او تأثیر گذاشت که فراموش کرد که خودش دارد باعث ورشکستگی اش می شود و تلقین بحران مالی کشور، باعث شد که زندگی او بدتر و بدتر شود.

بنابراین:

در بازار کسادى نگوید (بازار خراب است - مشتری نیست - مردم پول ندارند) این ها طرز فکرهای فروشنده های معمولی است. طرز فکر فروشنده حرفه ای تفاوت دارد. فروشنده حرفه ای در بازار کساد می گوید:

(زمان خوبی برای پیشرفت است چون خیلی از رقبا قدرت مقابله با یک فروشنده حرفه ای را ندارند. زمان خوبی است چون وقت بیشتری برای فکر کردن دارم. زمان خوبی است چون قدرت تفکرم را می توانم ثابت کنم. زمان خوبی است چون استعداد انسان ها در سختی ها شکوفا می شود.)

آیا نشنیده اید((از تو حرکت از خدا برکت)). شما وظیفه دارید حرکت کنید و کاری انجام بدهید. داخل مغازه ها ننشینید و غصه بخورید. یک

کاری انجام بدهید. با قدرت انجام بدهید. با شادابی مغازه تان را باز کنید و بگویید: ((خدایا امروز یه روشی انجام میدم و به برکت تو امیدوارم. خدا جون خیلی ها میگن همیشه اما من به اون ها اعتماد ندارم من به تو اعتماد دارم. برای تو فرقی نمیکنه بازار بد باشه یا خوب. تو به هر کسی که کار و تلاش و فکر کنه برکت میدی پس من هم هر کاری از دستم برمیدارم انجام میدم و منتظر برکت تو می مونم. خدایا من به تو ایمان دارم. من به برکت تو ایمان دارم. من ایمان دارم که بعد از هر سختی ، آسانی است. انّ مَع العسر یُسرا

خدایا من می دونم هیچ تلاشی پیش تو گم نمیشه و امروز یا فردا بالاخره پاداشم رو میدی . پس من حرکت می کنم و منتظر برکت میمانم. خلاصه اینکه مثل فروشنده های حرفه ای فکر کنید. تلاش کنید. حرکت کنید. شروع کنید- به پا خیزید- عمل کنید . مدل های ویترونتون رو عوض کنید. کمی رایحه خوشبو استفاده کنید و بگذارید روحتون شارژ بشه. لبخند بزنید چون هنوز نفس می کشید. با مشتری مانند میهمان خود رفتار کنید .به همسایه هاتون سلام کنید و خدا قوت بگویید. مطالعه کنید. قرآن بخوانید و تفکر کنید.و از این که زنده هستید و فرصت دارید کارهای بزرگی انجام بدهید لذت ببرید.کسب روزی برای خانواده حکم جهاد را دارد پس امروز هم برای رسیدن به هدف هایمان می جنگیم.

حالا به این سوال ها پاسخ بدهید:

چه کسی می خواهد یک زندگی فوق العاده رویایی داشته باشد؟

چه کسی می خواهد شاد و پر انرژی زندگی کند؟

چه کسی می خواهد از راه درست و با خدمت به مردم پولدار و ثروتمند شود؟

چه کسی می خواهد فروشش فوق العاده زیاد بالا برود؟

اگر جواب شما به سوالات بالا " من " است پس تمام این کتاب را با قدرت و تمرکز بخوانید و عمل کنید تا فروشتان بیشتر و بیشتر شود و زندگیتان بهتر و بهتر شود. (ان شاءالله)

مبارزه با ناامیدی در فروش

چگونه با ناامیدی مبارزه کنیم وقتی افزایش فروش نداریم؟
حتما شما هم گاهی مواقع از این که نمی توانید افزایش فروش داشته باشید نگران و ناراحت و ناامید می شوید. احساستون رو خیلی خوب درک میکنم چون من هم گاهی مواقع دچار این احساس می شوم اما با راهکارهایی که یاد گرفتم با ناامیدی مبارزه میکنم و دوباره قوی و سرحال برای افزایش فروش تلاش میکنم.

اما هنگام ناامیدی چه کارهایی باید انجام داد؟
ناامیدی یک امر ذهنی است یعنی فکرهایی به ذهن ما می آید که ما ناامید می شویم. این فکرها در دو موقع بیشتر به ذهن ما هجوم می آورند:

1- وقتی تنها هستیم

2- وقتی فروشمان خراب است

در این دو موقع فکر هایی به ذهنمان می آید مانند:

خدایا تا کی می خواهی وضع من اینجوری باشد. مگه من چی از بقیه کمتر دارم که تو به بقیه میدی و به من نمیدی؟

خدایا هرکاری به فکرم می رسید انجام دادم هرکاری بلد بودم انجام

دادم اما بازهم هیچ اتفاقی نیفتاد حالا چه خاکی به سرم کنم؟

خدایا همین علی آقا با اون قیافه و با اون بیسوادیش داره از من بیشتر

می فروشه آخه یعنی چی؟ تازه از من هم کمتر زحمت میکشه؟

خلاصه این جور فکر ها ممکن است به ذهنتان بیاید و شما را داغون کند.

حالا راه مقابله با این افکار چیست؟

1- اول اینکه تا می توانید سعی کنید تنها نمانید و آگه بازار هم خلوت

است بروید پیش همسایه تون و با هم کمی صحبت کنید تا آروم بشوید

و افکار منفی از ذهنتون دور بشه

2- دوم این که جملات زیر را با خودتون مرور کنید:

کارخانه کوکاکولا با اون همه عظمتش میگن سال اول فقط 25 تا بطری

فروخت اما حالا میلیاردی میفروشه پس من که از یک کارخونه خیلی

کوچکترم باید بیشتر صبر کنم تا فروشم بالا بره.

آقای دونالد میلیاردر آمریکایی هم با اون همه پولش ورشکست شد تازه مغزش هم از من خیلی بهتر کار میکنه ورشکست شد حالا من که از اون هم کمتر پول دارم و تازه ممکنه مغزم هم کمتر از اون کار کنه پس نباید فعلا توقع داشته باشم فروشم خیلی بالا بره.

همین حسین آقا همسایه مون تا پنجاه سالگی هیچی نداشت اما انگار یه دفعه ای خدا زد پس کلهش و حالا از در و دیوار داره برانش پول میریزه پس اگه نوبتی هست انشاء الله نوبت من هم میرسه.

خلاصه بگم براتون از این جور جمله ها پیدا کنید و موقع ناامیدی با خودتون زمزمه کنید اونوقت می بینید که کم کم حالتون خوب میشه.

امیدوارم به زودی افزایش فروش عالی داشته باشین.
امیدوار و شاد زندگی کنید.

افزایش فروش در بازار کساد به روش بازاریابی

در زمانی که بازار کساد است داخل مغازه ننشینید و غصه بخورید بلکه دنبال مشتری بگردید.

مشتری از کجا پیدا کنیم؟

یک کاغذ بردارین تمام اقوام و دوستان خودتون رو بنویسید. می‌گن یک نفر حداقل با 300 نفر رابطه و آشنایی داره. حالا اون سیصد نفر هم هر کدام با سیصد نفر دیگه آشنایی دارن که میشه یه عالمه مشتری. کافیه که جستون رو به اقوام و دوستان پیشنهاد بدین یا حداقل جنس هایی بیارین که به درد اون ها می خوره. الان خواهر من دقیقا داره همین کار رو انجام میده.

یه راه دیگه اینه که مشتری های قدیمی های تون رو پیدا کنین و بهشون پیشنهاد خرید بدین. خیلی ها لیست مشتری هاشون رو داخل فاکتور یا جای دیگه دارن . اون ها در بیارین و باهاشون تماس بگیرین یا به دیدنشون برین. مطمئن باشین موثره.

یه دوستی دارم که موسسه زبان داره. به محض این که می بینه مشتری هاش کم میشن . نمیشینه و به در و دیوار نگاه کنه . بلکه بلند میشه و میره مدارس رو سر می زنه و از مدیر اجازه میگیره و با دانش آموزان صحبت میکنه که بیان کلاس زبان. دوستم میگه یک بار رفتم داخل کلاس و تمام بچه های اون کلاس یک جا ثبت نام کردند.

یکی رو میشناسم باشگاه ورزشی کانگ فو داره. یک فیلم از بروسلی برداشته و داخل لپ تاپش گذاشته و میره داخل مدارس یا جاهای عمومی و اون فیلم رو به نمایش میگذاره. بعدشم خودش چند تا حرکت نمایشی اجرا میکنه و اینجوری کلی شاگرد برای باشگاهش جور میکنه.

یکی از خوانندگان وب ما برام نوشته بود که موقع رفتن سمت آبخوری یکی از فروشنده ها رو میبینه. با خودش میگه بذار همین جا بازاریابی کنم. بعد میره و با اون فروشنده سلام میکنه و ارتباط برقرار میکنه. وقتی به فروشنده گفتم من مغازه کیف و کفش دارم خوشحال شد و اومد از من کیف خرید و گفت: برای خرید کفش هم میام پیش خودت.

خود من هم بازاریابی میکنم. هر وقت لازم باشه خود من، کتابم رو بر میدارم و میرم داخل بازار و میفروشمش. اوایل که این کار رو می کردم یکی از مغازه دارها گفت که : شما چرا خودتون بازاریابی میکنی؟ گفتم هم پول در میارم هم فروشم قوی تر میشه .

خجالت رو بگذارید کنار. خجالت یک نوع ترس حساب میشه و حضرت علی(ع) هم فرمودند : ترس بزرگترین گناه است.

اگه خجالت می کشید خجالت درمان داره . بروید درمانش کنید.

وقتی بازار کساده چه جوری مشتری رو جذب کنیم؟

وقتی بازار خرابه و مشتری نیست دو تا دلیل داره:

۱- جنس ها خیلی گرون شده

۲- جنس ها گرون نشده اما مشتری ها پول ندارن که جنس بخرن.

خوب حالا چی کار کنیم که مشتری بیاد و خرید کنه؟

جواب این سوال رو در دو مرحله باید داد. روش هایی که می نویسم شاید بدونید شاید هم ندونید به هر حال شما هم خوب روی این دو مرحله فکر کنید شاید راه حل های جدیدی به ذهنتون برسد. و اما اون دو مرحله:

مرحله اول فروش در بازار کسادی: گفتیم وقتی بازار خرابه یعنی قیمت ها بالاست. پس باید روش هایی استفاده کنید که مشتری بفهمه جنس ارزونه و یا فکر کنه می تونه بخره.

الف: تخفیف دادن

خوب وقتی بازار خرابه خوبه که تخفیف بیشتری هم بدیم.

ب: قسطی کردن

خوب این روش قدیمیه . فروشگاه ها وقتی دیدن مردم نمی تونن بخرن اومدن جنساشون رو قسطی کردن. خوب البته این کار دردسرهای خودش رو داره مثل پاس نشدن چک ها . ولی به هر حال پول درآوردن بدون

دردسر همیشه دیگه. البته خیلی ها برای این که مطمئن بشن چک ها پاس میشه فقط به کارمند ها قسطی می دن. البته من مغازه دارهای کوچک تر رو هم دیدم که قسطی می فروشن.

ج: کارمزد نگرفتن یا از دم به قسط

اگه خیلی وضع مالی مردم خرابه مجبورید کارمزد اقساط رو نگیرید یا مجبورید از دم به قسط بفروشید. که البته این دو روش، فروش رو بیشتر می کنه.

د: خدمات رایگان

این رو قسمت های قبل توضیح دادم.

ح: آوردن اجناس ارزان .

وقتی مردم پول ندارن فقط روی اجناس ارزانتر کار کنید . وقتی مردم پول ندارن زیاد دنبال کیفیت نیستند اون ها بیشتر قیمت برایشون مهم میشه. پس خوبه که یا روی اجناس ارزان کار کنید یا حداقل دو سه تا جنس خیلی ارزون بیارید.

و: آوردن اجناس دسته دوم در حد نو

اجناس دسته دوم در حد نو خوب فروش می روند. چون قیمت پایین تری دارند.

ز: بازی قیمت

اجناسی رو که ارزون می دین یا تخفیف دادین داخل ویتترین یا جلو در مغازه بگذارید. اجناسی که کیفیت بالا و قیمت پایین تری می دهید بهتره جلو مغازه یا ویتترین بگذارید. داخل مغازه فقط اجناس ارزان یا اجناسی رو که تخفیف می دین اتکت بزرگ بزینید تا از بیرون مغازه ، جنس های ارزون شما دیده بشه.

مرحله دوم فروش در بازار کسادی :

در مرحله اول شما کارهایی کردید که مشتری بفهمه که جنس ها ارزونه و می تونه بخره . در مرحله دوم باید این موضوع (یعنی ارزانی اجناس) را به اطلاع مشتری برسانید . خوب واضحه که اگه مشتری نفهمه که جنس ها ی شما ارزونه که نمیاد برای خرید. و اما از چه راه هایی می توانید به مشتری اطلاع دهید:

۱- تبلیغات جدید.

مکان های جدیدی برای تبلیغات هست که بهتره سعی کنید اونجاها رو یاد بگیرید. وقت های بیکاریتون به جای این که بشینید و فیلم های بی سروته رو نگاه کنیدیا به جای این که بشینید فوتبالی که پولش رو بازیکن ها می گیرن و شما الکی خوش می شین رو نگاه کنید به جاش یک وبلاگ راه بندازید چند تا دوست دورو بر خودت جمع کن هم از تجربیات همدیگه استفاده کنید هم تبلیغ بشه برای کار شما. دوستان مغازه دار

جوانتر در این زمینه خوب فعالیت می کنند.یکی از دوستان برام نوشته بود که : داخل تلگرام تبلیغ کردم خیلی عالی بود. کلی فروختم. به جای این که بشینید و بازی کنید با گوشی هاتون بهتره یاد بگیرید تبلیغات کنید در:

تلگرام

واتس آپ

ایمیل

وبلاگ

سایت ها

....

2- تبلیغات در روزنامه

در تبلیغات روزنامه موارد زیر را دقت کنید و بپرسید :

- 1- کدام صفحه روزنامه بیشتر بازدید دارد؟
- 2- چه روزهایی فروش روزنامه بیشتر است؟
- 3- به تقویم نگاه کنید که بعد از تبلیغات شما تعطیلات عزاداری یا جشن نباشد چون مردم می روند عزاداری یا جشن و برای خرید نمی آیند و شما دارید الکی تبلیغات می کند.
- 4- در قسمتی که تبلیغات می کنید بین تمام مشاغل متفاوت باشید تا دیده شوید. مثلا متفاوت در رنگ نوشته یا بزرگی و کوچکی نوشته.

3- تبلیغات با تراکت

این نوع تبلیغات برای مغازه هایی که تبلیغات وسیع به دردشون نمی خوره خوبه. مثلاً یک کفش فروشی که داخل منطقه پایین شهره و اگه داخل روزنامه تبلیغ کنه خوب معمولاً چون تو پایین شهر خیلی کم روزنامه می خونن نمی تونه مشتری جمع کنه و بهتره تراکت تو منطقه خودش پخش کنه. البته باید در تبلیغات تراکتی چند نکته رو رعایت کنید تا جواب بیشتری بگیرید:

الف: مواردی را بنویسید که برای مشتری ارزش داشته باشه که تراکت رو نگاه کنه و برای خرید بیاد. و اول از خودتون پرسید: اگه یک نفر این تراکت رو به من بده من برای خرید میرم؟؟؟ اگه جوابتون بله بود اونوقت تراکت رو پخش کنید.

ب: تراکت رو محترمانه توزیع کنید. مثلاً خود من وقتی تراکت پخش میکنم داخل پاکت میگذارم و به توزیع کنندگان میگم درب خونه رو بززن و صاحبخونه که اومد پاکت رو بدن با احترام دستش. یکی از توزیع کنندگانم می گفت: چند نفر داخل میلان بودند که فکر کردند دعوتیه و میومدن از من پاکت ها رو می گرفتن.

ج: داخل پاکت هدیه کوچکی (مانند شکلات و...) قرار دهید که مشتری که تا دم در میاد از باز کردن پاکت شما خوشحال بشه. نگران پول شکلات نباشید می تونید نذر کنید برای روح امواتون که یه چیزی هم به اون ها برسه.

۳- تبلیغات با پیامک

بعضی ها میگویند تبلیغات پیامکی منقرض شده و کسی نمی‌خونه. البته درسته و بهتره که پیامک تبلیغاتی رو فقط برای مشتریانی که شما را می‌شناسند بفرستید. یا با شماره موبایل بفرستید نه شماره های اینترنتی. یا پیامکی بفرستید که بسیار جذاب باشد. مثال برای پیامکی که چند روز پیش برام ارسال کردند:

لوازن خانگی گلدن لایف
بدون کارمزد
بدون پیش پرداخت
۶ماهه با چک کارمندی

۵- تبلیغات داخل مغازه

این یکی خیلی مهمه و خیلی ارزون. ولی متاسفانه خیلی از مغازه دارها از این روش استفاده نمی‌کنن.

تبلیغات روی شیشه مغازه

با چشم های خودم دیدم مغازه کفش فروشی زده بود : به علت تغییر مکان تخفیف می‌دهیم. باور می‌کنید مغازه اش تا چند روز غلغله بود. حالا بعدا فهمیدم یارو مغازه شو برده دو تا مغازه اون ورتر. خوب یکی نیست بگه مگه تو نمی‌تونستی کفش ها رو با خودت ببری مغازه جدیدت که حالا داری تخفیف میدی؟

یکی از دوستان این مطلب ما رو دیده بود و می گفت: من اولش میگفتم فایده ای نداره اما دیروز که یک برگه زدم پشت شیشه که (کفش راحتی ویژه پیاده روی کربلا موجود است) تا شب ده تا فروختم. حالا به تبلیغات رو ی شیشه ایمان دارم.

تبلیغات روی دیوار های مغازه

روی یک دیوار مغازه تون جایی رو اختصاص بدهید به تبلیغات کسانی که باهاشون متحد می شین. و به متحد هاتون هم بگین اون ها هم همین کار رو بکنن .

تبلیغات سر در مغازه

یک پارچه یا بنر بزنید تا مردم از تخفیف های شما باخبر بشن

تبلیغات پایین شیشه مغازه

بنویسید : تخفیف تخفیف تخفیف

تبلیغات کف خیابون

اگه تونستید بزنید تخفیف و بعد فلش بزنید سمت مغازه تون

تبلیغات روی اجناس

روش قدیمی خط زدن قیمت رو اجرا کنید . هنوز هم کاربرد داره .

۶- تبلیغات دهان به دهان

هر کسی رو می بینید بهش بگین مغازه شما تخفیف داره. حتی اگه رفتین کره ماه به آدم فضایی ها بگین . منظورم رو فهمیدین . یعنی به هر

کی میشناسین بگین.سایت آمازون که الان جزو خرده فروشی های اول جهان با در آمد میلیارد ها دلار اولین بار که خواست تبلیغ کنه پول نداشت . برای همین به سیصد نفر از آشنا هاش گفت که اون ها به هر کسی که می شنا سن بگن که آمازون افتتاح شده . ظرف دو هفته کل یک شهر فهمیدن سایت آمازون افتتاح شده . این همه بدون یک قرون خرج تبلیغات کردن انجام شده و فقط با تبلیغات دهان به دهان .

روش راسته پراکنی در تبلیغات دهان به دهان: این روش متضاد شایعه پراکنی است . در روش راسته پراکنی شما یک حرف راست را پراکنده و تبلیغ می کند. این روش به کمک شما و خانواده و دوستان و آشنا هاتون،میتونه اجرا بشه . یعنی بهشون میگین که دور تا دور محله شما راه برن و از مردم بپرسن : فروشگاه آرزو داره تا 70 درصد تخفیف میده؛ شما می دونید فروشگاه آرزو کجاست؟ اگه آدرس دادن که کار شما تموم شده و شما تونستید تبلیغاتتون رو به گوش مردم برسونین.اگه مردم گفتن نمی دونیم اونوقت افراد شما باید آدرس شما رو اینجوری به مردم بگن: میگن فروشگاه آرزو داخل خیابون پانزدهم داخل کوچه است شما بلدین؟ اینجا یا میگن آره یا میگن نه . در هر دو صورت افراد شما خداحافظی می کنن و میرن سراغ نفر بعد؛ اما با این کارشون آدرس رو تو ذهن مردم میکارن .

راه دیگری برای فروش در بازار کساد "متحد شدن"

اگر قدرتش رو داشته باشید و با چند نفر از تو صنف خودتون یا صنف های دیگه متحد بشین برای همه تون خیلی خوبه . این برای این خوبه که وقتی مشتری میاد در مغازه شما و شما جنس اون رو ندارید مشتری خیلی دوست داره شما راهنماییش کنید از کجا می تونه بره اون جنس رو بخره . و اگر شما با چند نفر متحد بشین می تونین مشتری هاتون رو برای همدیگه بفرستید. مثلا اگر مانتو فروشی دارید برید با یک مانتو فروشی دیگه یا کفش فروشی یا روسری فروش متحد بشین . اگر یک نفر مانتو خرید بهش بگین می تونه بره از مغازه دوستتون کفش بخره یا از مغازه دوست دیگه تون روسری بخره با مانتوش ست بشه. الان بعضی از املاکی ها این کار رو می کنن. مثلا با چند املاکی تو مناطق دیگه متحد می شن و اگر مشتری ملکی رو می خواست که نداشتند به املاک دوستاشون زنگ می زنن و مشتری رو هدایت می کنن به املاک دوستاشون.

چرا فروش شما پایین آمده است؟

چه کار کنیم که دوباره فروشمان بالا برود؟
دلایل زیادی وجود داره که فروش شما پایین میاد. یک مغازه دار و فروشنده باید وقتی که فروشش پایین میاد سریع بشینه و فکر کنه و ببینه چی باعث شده فروشش پایین بیاد و بعد سعی کنه دلایلی رو که باعث

شده فروشش رو پایین بیاره از بین ببره. چند تا از این دلایل رو میگم امیدوارم که کمکتون کنه:

1- اول که مغازه باز می کنی فروشت ممکنه پایین باشه به علت این که کاسبی دوران (خاک خوری) داره. دوران خاک خوری یعنی این که باید مدتی بگذره که مشتری ها مغازه شما رو بشناسن و کم کم به شما اعتماد کنن تا بیان و خرید کنن و مشتری شما بشن و این خودش ممکنه تا شش ماه طول بکشه. در این موارد نا امید نشین و به کارتان ادامه بدین و سعی کنید روش های این کتاب رو استفاده کنید که مشتری زودتر شما رو بشناسه.

2- بعضی ها وقتی مغازه باز می کنن اولش خوب شروع میشه و تا دو سه ماه خوب فروش دارن اما یه دفعه ای فروششون پایین میاد. این مواقع چند تا دلیل ممکنه داشته باشه. اولین دلیلش مخصوصا تو کارهایی که رنگ بندی داره و سایز بندی داره اینه که بعد از دو سه ماه سایز بندی و رنگ بندی جنستون به هم میخوره مثلا ممکنه کت و شلوار سایز 48 و 50 رو تموم کنید و سایز های بزرگتر بمونه رو دستتون خوب معلومه که اینجوری فروشت میاد پایین. یا ممکنه که لوازم آرایشی داشته باشی و رژ لب هایی که رنگ های پرفروش دارن تموم بشن و رنگ هایی که فروش ندارن بمونن رو دستتون و اینجوری فروشتون میاد پایین.

دومین دلیلش میتونه این باشه که چون اول کار مغازه تون هست مردم محله تون برای کنجکاو و جنس های جدید میان مغازه تون و بعد از چند ماه ممکنه شما نتونین نظر مشتری ها رو جلب کرده باشین و اون

ها دیگه دوست نداشته باشن بیان مغازه تون. یا دیگه مغازه تون نمیان چون دیگه مغازه تون جدید نیست و مثل بقیه مغازه ها عادی شده.

3- بعضی وقت ها که فروشتون میاد پایین به این دلیل که چند تا مغازه رقیب دور و برتون باز شده و مشتری ها دارن میرن سمت اونا و اگه شما دیر بجنبی مشتری هات رو از دست میدی. مثلا همین چند وقت پیش آقای سوپرمارکت داشت و می گفت دو تا سوپر دیگه تو محله باز شده و فروشم حسابی اومده پایین.

4- بعضی وقت ها که فروشتون میاد پایین به خاطر فصل است. یعنی ممکنه مردم به خاطر تغییر فصل از خرید بعضی اجناس خودداری کنن. مثلا مغازه کت و شلوار تو تابستون مشتری کمی داره چون مردم تابستون کت و شلوار نمی پوشن. یا مغازه غذاهای گرم کمتر مشتری داره چون مردم دنبال چیزهای سرد و خنک هستن. در این موارد مغازه دار باید جنسی رو که تو اون فصل فروش بیشتری داره بیاره. مثلا تو طبقه مشهد که بری تابستون ها مغازه ها بستنی و فالوده و این جور چیزها می فروشن و تو زمستون همون مغازه ها، غذاهای گرم و آش و بادمجون و از این جور چیزها میفروشن.

5- یک دلیل دیگه پایین اومدن فروش وضع سیاسی و اقتصادی مملکت. اگه دوران رکود بازار باشه مردم پول ندارن و سعی می کنن فقط چیزهایی رو که لازم دارن بخرن بنابر این فروش شما پایین میاد.

6- بعضی وقت ها که فروش میاد پایین به خاطر اینه که مغازه دار کسل و

تنبل همیشه و حال نداره به مشتری ها جواب بده. بعد فروش مغازه دار میاد پایین و باز هم مغازه دار ناراحت تر میشه و باز هم فروش پایین تر میاد. مغازه دار باید شاد و پرانرژی در مغازه وایسته. حتی اگه بدهکاره و فروشش پایین اومده نباید اینها رو در ظاهر نشون بده وگرنه مشتری می پره.

7- یه دلیل دیگه اینه که مغازه دارها وقتی چند سالی از مغازه داریشون میگذره به دوروبرشون بی اهمیت میشن. یعنی چی؟ یعنی این که تابلو مغازه شون خراب میشه ولی اهمیت نمیدن و درستش نمی کنن. جلوه مغازه شون ممکنه درختی چیزی دید مغازه رو کم کرده باشه ولی مغازه دار اهمیت نمی ده. تو مغازه اش جنس های بنجل زیاد شده و مغازه دار حال نداره جنس های بنجل رو جدا کنه و حراج کنه. مغازه دار رفیق باز شده و بیشتر وقتش رو در مغازه های دیگه با رفقاش میگذرونه. یا این که مغازه دار تو محله مغازه زده و فروشنده میگذاره و خودش در مغازه کم میاد در حالیکه خیلی از مشتری ها برای دیدن مغازه دار میان و دوست دارن از خود مغازه دار جنس بخرن نه از فروشنده اش چون فکر میکنن خود مغازه دار اون ها رو میشناسه و جنس بد بهشون نمیده یا این که تخفیف میده اما فروشنده اش اینجوری نیست .

8- یه دلیل دیگه اینه که مردم و سلیقه خریدشون زود تغییر میکنه اما بعضی از مغازه دار ها از دنیا عقب میمونن و جنس هایی رو میارن که مد روز نیست و دیگه کسی حاضر نیست اون ها رو بخره. این جور مواقع یک کم اطراف و مغازه های دیگه رو ببینید و از بقیه بپرسید تا بفهمید سلیقه مردم چیه .

خلاصه خوب فکر کنید ببینید چی باعث شده فروشتون پایین بیاد و سعی کنید حلش کنید و دست روی دست نگذارید و منتظر نمونید که اوضاع خود به خود خوب بشه. چون ممکنه هیچ وقت خوب نشه .

چگونه با تغییر کردن فروشمان را افزایش دهیم؟

توی دنیا هر چیزی یه عمری داره. حتی شنیدید که خورشید هم میلیون ها سال دیگه از بین میره. حتی انسان ها هم یه روزی از روی کره زمین میرن. در مغازه داری هم همین جوریه. یه راسته خیابون شلوغ و خوش فروش یه عمری داره. یه بازار هم یه عمری داره. عمر هر چیزی که تموم میشه باید ولش کنی. باید ازش دل بکنی. وگرنه تو هم با اون میمیری.

هر راسته بازار و هر مرکز خریدی یه روزی به دنیا میاد و یه روزی هم میمیره. هر بازار وقتی به دنیا میاد مشتری کم داره. تا این که بعد از دو سه سال کم کم مشتری ها زیاد میشن و اون بازار روز به روز بزرگ و بزرگتر میشه. تا این که یه بازار دیگه به دنیا میاد. وقتی یه بازار جدید به دنیا میاد اون بازار قبلی قدیمی و پیر میشه و کم کم مشتری هاش هم کم میشن. بالاخره روزی میرسه که اون بازار قدیمی میمیره. یعنی این که مشتری اصلا تو اون بازار نمیاد.

فردا صبح که رفتی در مغازه ات یه نگاهی به بازاری که توش هستی بنداز. ببین بازاری که تو توش مغازه داری چند سالشه؟ اگه تازه به دنیا اومده و فروشت پایینه نگران نباش. کم کم بازار بزرگ میشه و مشتری هاش زیاد میشه.

اگه بازاریت جوونه و مشتری هات زیادن خوش به حالت. خوب جایی هستی. محکم نگهش دار.

اگه بازاریت پیر شده و مشتری هاش روز به روز دارن کمتر میشن بهت توصیه میکنم معطل نکنی و تغییر کنی. از جایی که هستی مغازه ات رو ببر یه بازار جوون. درسته که به مغازه ات عادت کردی. درسته که دور رو بری هات همه دوستت هستن. درسته که می ترسی تغییر کنی. درسته که ممکنه تو هم مثل بازار، پیر شده باشی اما تو مثل بازار بیجون نیستی تو می تونی تغییر کنی. می تونی دوباره نو و تازه بشی.

این مطلب رو برای دوستانی نوشتم که چند روز پیش رفتم دیدن مغازه شون و دیدم که با این که هر روز داره مشتری هاشون کمتر میشه و هر روز داره فروششون پایین تر میاد اما هنوز هم جرات نمی کنن جاشون رو عوض کنن و برن یه جای دیگه مغازه بزنن. خوب دور و برتون دقت کنید. عمر بعضی بازارها خیلی کوتاه شده. بعضی بازارها به دنیا نیومده میمیرن. گفتیم که همه چیز یه عمری داره. بله. حتی روش فروشتون هم یه عمری داره. فروش به روش قدیمی دیگه مرده. باید روش های جدید تری رو یاد بگیریم.



تغییر کنید تا بتوانید
فروشان را افزایش
دهید.

جنس هایی که رو دستمون باد می کنه چه جوری رد کنیم؟

شنیدین که میگن علاج واقعه قبل از وقوع باید کرد . یعنی قبل از این که حادثه اتفاق بیفته باید جلوش رو بگیریم. در مورد جنس های داخل مغازه هم باید همین کار رو کرد. یعنی قبل از این که رو دستمون بمونه باید از روش هایی استفاده کنیم که جنس رو دستمون نماند.

مغازه دارهایی رو دیدم که جنس هاشون سه سال یا حتی پنج سال هم رو دستشون مونده. خوب حالا این جنس ها رو اگه بعد از سه سال بفروشی که سودی نکردی جان من. پول مغازه دار باید دائم در گردش باشه. هر جنسی که دیر فروش بره انگار که سرمایه ات خوابیده . انگار که با اون سرمایه ات اصلا کار نمی کنی. مغازه دار های حرفه ای اصلا نمیزارن جنس رو دستشون بمونه.

چند روش که توسط مغازه دارها ی حرفه ای انجام میشه تا جنس هاشون باد نکنه:

1- تعیین زمان برای فروش یک جنس

یعنی مغازه دار قبل از این که جنس رو بخره باید فکر کنه که این جنس رو ظرف چه مدت باید بفروشه . اگه به نظرش اومد که ممکنه اون جنس دیر فروش باشه پس باید از خرید اون جنس خود داری کنه. وقتی هم که جنس رو خریداری کردند زمان بندی می کنند. مثلا یک جنس رو خریدن 50000 تومن و می خواهند بفروشن 100000 تومن . حالا زمان بندی می کنند که این جنس رو باید سه ماهه ردش کنند.

حالا خود همین سه ماه رو هم تقسیم بندی می کنند. مثلا تقسیم بندی می کنند به سه دوره یک ماهه . و بعد در هر دوره روش های خاصی رو انجام می دن:

مثال: اگه تو ماه اول فروش نرفت 10000 تومن قیمت رو میارن پایین تر یا تخفیف میدن اگه تو ماه دوم فروش نرفت 10000 تومن دیگه قیمت رو میارن پایین یا تخفیف میدن تو ماه سوم هفته ای نوبت بندی می کنند: یعنی اگه تو هفته اول فروش نرفت: قیمت رو 10000 تومن دیگه میارن پایین. تو هفته دوم 10000 تومن دیگه تا این که فروش بره.

توجه: معمولا جنس هایی رو که کیفیت خوبی دارند ممکنه به جای این که قیمتش رو پایین بیارن قیمتش رو بالا ببرند تا فروشش بهتر بشه. بعضی از مواقع باید قیمت را بالاتر برد تا جنس فروش برود.

نکته: بعضی از مغازه دار ها تاریخ خرید و فروش رو داخل برگه لیست می نویسند. بعضی ها هم نرم افزار حساب داری میخرن چون بعضی از نرم افزارها ی حسابداری دقیقا تاریخ فروش جنس رو میگن و اگه از تاریخ مورد نظر رد بشه به مغازه دار خبر میدن که : مراقب باش جنسات داره باد می کنه.

دوم: فروش پکیج

بعضی مواقع که یک جنس در مدت زمان مورد نظر فروش نمیره به جای

این که قیمت رو بالا یا پایین بزن میان و ارزش جنس رو بالا و پایین می برند. مثلا اگه یک مانتو می فروشند 100000 تومن و فروش نمی ره میان و یک کمر بند بهش اضافه می کنند با هزینه 5000 تومن و بعد همون مانتو رو می فروشن 110000 تومن. اینجوری هم سود بیشتری می کنند هم جنسشون فروش میره.

مثال دیگه: مثلا اگه یک کت و شلوار رو می فروشن 100000 و فروش نمیره به جای این که بیان 10000 تومن از قیمت کت و شلوار کم کنند میان و یک کراوات به قیمت 5000 تومن می خرنند و 10000 تومن می فروشن . و همین کراوات رو با کت و شلوار ست می کنند و به مشتری میگن : این کت و شلوار با کراوات 110000 تومنه ولی شما 100000 تومن پرداخت کنید. با این روش مغازه دار به جای این که 10000 تومن از قیمت کت و شلوار کم کند فقط 5000 تومن کم می کند. در ضمن خیلی از اجناس وقتی به صورت پکیج باشند زودتر فروش می روند.

سوم:فروش جفتی

بعضی از رنگ های یک جنس زود فروش می روند و بعضی خیلی دیر یا اصلا فروش نمی روند. بنابراین از این روش استفاده می کنند. فرض کنید رژ لب خریدید دانه ای 5000 تومن و می فروشید دانه ای 10000 تومن . حالا یک رژلب قرمز می فروشید 10000 تومن و یک رژلب صورتی هم دارید که کسی آن را نمی خرد . حالا هر وقت مشتری می آید و تخفیف می خواهد شما می گویید: اگه این رژ لب قرمز و این رژلب صورتی را با هم بردارید ما هر دو را به جای 20000 تومن فقط

15000 تومن با شما حساب می کنیم. این جوری احتمال دارد که آن رژ لب صورتی شما را بعضی از مشتری ها به خاطر این که تخفیف زیادی می دهید بردارند. درست است که از رژ لب صورتی هیچ استفاده ای نمی کنید اما پول خریدتان برمی گردد و جنس روی دستتان باد نمی کند.

چهارم: فروش به مغازه های پایین دست
بعضی از مغازه دارها جنس هایی رو که مونده سریع ردش می کنند به مناطق پایین تر شهر. اگه شما پایین شهر مغازه داری باید با یک مغازه پایین تر از خودت جنس هات رو رد کنی.

پنجم: فروش در چند شنبه بازارها
بعضی از مغازه دارها رو دیدم در جمعه بازار و دوشنبه بازار و شب بازار و روز بازار و میان و جنس های باد کرده شون رو رد می کنند. بعضی ها هم یک فروشنده میگیرن و بهش پول میدن تا جنس هاشون رو براشون بفروشه.

ششم: فروش در نمایشگاه ها
بعضی ها هم در نمایشگاه ها و جشنواره های فروش جنس هاشون رو رد می کنند. در مشهد موقع رمضان و اول مدرسه و قبل عید عده ای همین کار رو انجام میدن.

هفتم: فروش تهاتری
دیدم که دو تا مغازه دار در دو جای مختلف یک شهر با هم قرار داد می بندند. جنس هایی رو که این تونه رد کنه میدن به اون یکی شاید

اونجا رد بشه و جنس هایی رو که اون یکی نمی تونه رد کنه می ده به این یکی شاید بتونه رد کنه.

نهم: فروش داخل یک مغازه مخصوص

این مورد رو کم دیدم. مثلا داخل یک بازار که همشون یک چیز می فروشن جنس هایی رو که باد می کنه میدن به یک مغازه دار تا براشون بفروشه. مثلا اگه داخل یک بازار همه مانتو فروش هستنند میان و یک مغازه می گیرند و هرکی جنس مونده داشت میزاره تو اون مغازه که براش بفروشن. اون مغازه هم، همه قیمت هاش پایینه برای این که مشتری جذب کنه.

دهم: پیشنهاد خرید بدهید

نکته: اجناسی رو که مونده حتما دم دست بگذارید و به مشتری که میاد پیشنهاد بدید که اون رو از شما بخره. مثلا اگه یک پالتو زمستونی دارید و حالا بهار شده بازهم نا امید نشوید و پالتو رو دم دست بگذارید و به مشتری هایی که میان بگوئید که اون رو از شما بخرن. و یک دلیل برای مشتری پیدا کنید که اون رو از شما بخره. مثلا بگوئید: آقای محترم اگه این پالتو رو الان بخرید هم من 10000 تومن تخفیف میدم و هم اینکه سال بعد مجبورید همین پالتو 15000 تومن گرانتر بخرید. پس اگر الان بخرید 25000 تومن سود کرده اید.

نکته: بعض از مغازه دارها یک قسمت مخصوص برای اجناسی که فروش نرفته انتخاب می کنند و این اجناس را با تخفیف می فروشند.

نکته: اجناسی رو که میمونند حتما تمیز کنید و مرتب کنید و نگذارید طوری به نظر برسه که رو دستتون باد کرده.

نکته مهم: بعضی از اجناس به خاطر این فروش نمیره که مشتری اون ها رو نمی بینه . اگه دیدید جنسی فروش نمیره سعی کنید اون رو جلو دید مشتری بگذارید تا فروش برود. بعضی از مغازه دارها اینقدر مغازه شون شلوغ و پلوغه که حتی خودشون نمیدونند کدوم جنسشون مونده کدوم نمونده.

نکته: اگه جنسی را به هیچ روشی نتواستید بفروشید آن را هدیه کنید . بخشش ، برکت مال را زیاد می کند.

سقف فروش شما کجاست؟

چرا هر چه تبلیغات و روش فروش یاد دارید انجام می دهید اما فروشتان بیشتر نمی شود؟

فرض کنید شما در یک شهر یا محله مغازه دارید که 50000 نفر جمعیت

دارد و شما لباس زنانه می فروشید. خوب از این 50000 نفر 25000 نفر مرد هستند و فقط 25000 نفر دیگه زن هستند . از این 25000 نفر زن 5000 نفر بچه 5000 نفر نوجوان و 5000 نفر جوان و 5000 نفر

میانسال و 5000 نفر پیر هستند و اگر لباس زنانه شما مخصوص جوان ها باشد فقط 5000 نفر در شهر یا محله شما هستند که مشتری اجناس شما هستند. حالا فرض می کنیم در شهر یا محله شما 10 مغازه مثل شما وجود دارد. بنابر این از 5000 نفر فقط 500 نفر مشتری سهم مغازه شما می شود. و فرض کنیم در یک سال می خواهید به این 500 نفر جنس بفروشید. یعنی 500 را تقسیم بر 365 روز سال می کنیم. می بینیم که حدودا روزی یک نفر یا نهایتا دو نفر مشتری شما می شوند و اگر هر کدام سالی 3 لباس بخرند می شوند روزی 6 فروش برای شما.

البته این آمار فرضی است و ممکن است بعضی ها گیج شوند اما منظورم این است که شما در یک محله یا یک شهر فقط تعداد مشخصی فروش می توانید داشته باشید.

حالا این ها یعنی چی؟

این ها یعنی این که گاهی وقت ها شما که روش های استفاده می کنید و تبلیغات می کنید اما فروشتان بیشتر نمی شود به خاطر این است که تعداد مشتری در محدوده مغازه شما از آن بیشتر نیست و شما نمی توانید در آن محدوده فروشتان را بیشتر کنید.

راه حل چیست؟

چند راه حل وجود دارد که باعث می شود فروشتان در این مواقع بیشتر شود:

1- شما باید در فروش جنس دیگری هم وارد شوید.

یعنی اگه لباس زنانه را می فروشید حالا وارد فروش لباس دخترانه شوید. یا وارد فروش لباس برای پیرزن ها شوید. یا اینکه وارد فروش لباس مردانه شوید.

به کارخانه هایی که در تلویزیون تبلیغ می کنند دقت کنید. مثلا شرکت تبرک رب تولید می کرد اما فروش رب مقدار معینی دارد و مردم ایران یک تعداد معینی هستند. و کارخانه تبرک برای این که فروشش را بیشتر کند وارد فروش برنج شد. و بعد وارد فروش محصولات دیگر شد تا فروشش را این گونه بیشتر کند.

2-زدن شعبه خارج از محله یا شهر خودتان

گاهی وقت ها هست که شما مثلا همان فروش لباس زنانه را تخصص دارید و دوست ندارید وارد فروش جنس دیگری شوید . در این مواقع شما باید در بیرون از محله یا شهرتان، شعبه دیگری بزیند تا بتوانید مشتری های بیشتری جذب کنید. مثلا شرکت مک دونالد وقتی 1000 شعبه در کشورش می زند و می بیند مشتری هایش بیشتر نمی شود می رود و در کشور های دیگر شعبه میزند.

نتیجه:

نتیجه این که اگه چند وقتی که فروشتان با تمام تبلیغات ها و روش ها بیشتر نمی شود باید دقت کنید چون ممکن است مشتری های شما محدود باشد و شما باید یکی از دو کار بالا را انجام دهید تا فروشتان بیشتر شود.

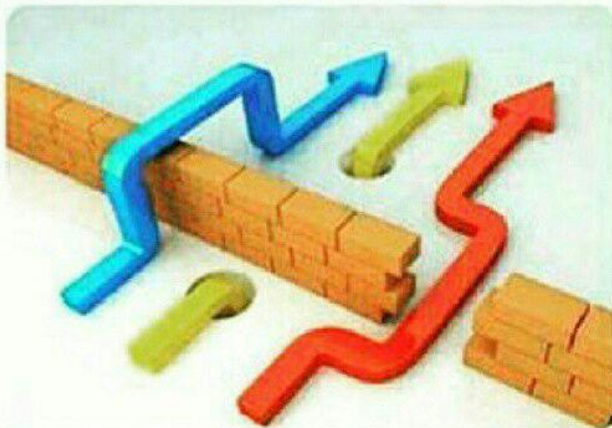
بر اساس قانون پارتو فقط 20 درصد انسان ها
کتاب را تا آخر مطالعه می کنند و همین 20
درصد انسان های موفق تری هستند.

نتیجه: اگر می خواهید جزو 20 درصد انسان
های موفق باشید؛ پس این کتاب را تا آخر
مطالعه کنید.

فصل هفتم

روش هایی عالی برای پیشرفت و فروش بیشتر

برای انسان های بزرگ، بن بستى وجود ندارد
زیرا آنها بر این باورند که
یا راهی خواهند یافت یا راهی خواهند ساخت.



روش های خلاقیت اسکمپر در فروش بیشتر

خلاقیت یکی از رازهای بزرگ در افزایش فروش است. هر چقدر انسان خلاقتری باشید فروش بیشتری خواهید داشت. پرفروشترین مغازه داران مغازه دارانی هستند که خلاق هستند نه تقلید کننده. در قسمت زیر روش هایی را برای افزایش خلاقیت نوشته ایم. تمرین کردن و فکر کردن در موارد زیر باعث افزایش خلاقیت و در نتیجه افزایش فروش می شود.

روش اول خلاقیت در فروش : جانشین کردن

یعنی : چه چیزی را در فروش می توانم جانشین چیز دیگری کنم؟
چند مثال:

وقتی نان گندم نیست مردم نان جو را جانشین آن می کنند و می خورند.
وقتی چای نیست مردم قهوه را جانشین آن می کنند و می خورند.
وقتی بنزین نیست مردم از گاز استفاده می کنند.
اگر مانتو فروش هستید و مانتو 50 هزار تومنی دارید می توانید در بازار کسادی یک مانتو 30 هزار تومنی را جانشین مانتو 50 هزار تومنی کنید.

اگر اجناس داخل و بترین شما قیمت های بالایی دارد می توانید در بازار کسادی اجناس ارزانتر را جانشین اجناس قیمت بالا کنید.
اگر فروشنده خوبی ندارید می توانید یک فروشنده خوب استخدام کنید و او را جانشین فروشنده قدیمی کنید.
اگر لباسی می فروشید که کمر بند آن قرمز است و مردم آن رنگ را

نمی پسندند شما می توانید یک کمر بند با رنگ آبی جانشین آن کنید
اگر آینه پرو شما کوچک است می توانید یک آینه بزرگتر جانشین آن
کنید.

حالا برای این که خلاقیت ذهن شما به کار بیفتد ببینید چه چیزهایی را
می توانید در مغازه خود جانشین سازی کنید تا فروش شما بالا برود؟
آیا می توانید به جای روسری یک شال عربی را جانشین کنید و
بفروشید؟؟

آیا می توانید به جای کیف بزرگ یک کیف کوچک با همان طرح تولید
کنید؟؟

آیا می توانید به جای فروش تخم مرغ، تخم بلدرچین را جانشین رژیم
غذایی مردم محله خود کنید؟؟

و...

برای خلاقیت باید وقت تفکر بگذارید.

دومین روش خلاقیت در فروش اسکمپر " ترکیب کردن " است.

روش اول اسکمپر جانشین سازی بود. در جانشین سازی یک چیزی
را بر می داریم و جای آن چیز دیگری می گذاریم . اما در ترکیب کردن
یک چیزی را کنار چیز دیگری می گذاریم و می فروشیم. البته به این
کار پکیج درست کردن هم می گویند.

ترکیب کردن کاربردهای زیادی دارد و در فروش هم بسیار موثر است.
مثال دستمال کاغذی + عطر = دستمال کاغذی معطر
چند مثال دیگر:

فروش ترکیبی شلوار + کمر بند
فروش ترکیبی زولبیا + پنیر
فروش ترکیبی اسباب بازی کالسکه + عروسک
فروش ترکیبی مبل + بالش تک
فروش ترکیبی کیف مدرسه + لیوان آب
فروش ترکیبی کتاب + دی وی دی
فروش ترکیبی لیف حمام + صابون
فروش ترکیبی آهن + میلگرد

ترکیب رو در جاهای دیگر هم میشه استفاده کرد. مثل:
ترکیب رنگ ها در چیدمان اجناس
بژ/خاکستری + زرد انبه ای = دو رنگ نسبتا خنثی که بخوبی با هم ست
می شود. یکی از رنگ های محبوب سال 2015 است.
نارنجی خرمالو ای + نوک مدادی = شاید این ترکیب، از آن دسته باشد
که زیبایی و هماهنگی اش را تا به چشم نبینید، باور نکنید.
ترکیب در چیدمان ویتترین مثل ترکیب کلاه + شال برای مانکن

فکر کنیم و ببینیم چه چیزهایی را می توانیم در تابلو یا چیدمان یا
ویتترین یا کالاها ترکیب کنیم تا در فروش موثر باشد.

سومین روش خلاقیت در فروش اسکمپر " اکتباس "

اکتباس یعنی گرفتن یعنی با (نگاه کردن و شنیدن) ، یک ایده ای رو بگیریم و در کارمون اجرا کنیم. این روش هم بسیار کاربردی است. و خیلی ها انجام میدن.

مثال : بال پرنده ها رو می بینیم و بال هواپیما رو شبیه اون می سازیم. مثال های دیگر به یک طوطی نگاه می کنیم و می بینیم که رنگ قرمز و زرد و آبی داره و این باعث قشنگیش شده. حالا ما هم مغازه مون رو یا دکورمون رو قرمز و زرد و آبی می کنیم.

میریم مسافرت بنگلادش و می بینیم به جای این که هندوانه رو سالم بفروشن اون رو قاچ می کنن و میفروشن. بعد ما این خلاقیت رو می گیریم و میایم تو شهر خودمون انجام می دیم.

میریم باغ وحش و می بینیم که مردم بیشتر از همه جلوی قفس میمون جمع شدن . اون وقت این ایده یا خلاقیت به ذهنمون می رسه که اگه تو ویتترین یک میمون بذارم کلی آدم در مغازه ام جمع میشه.

بازاریابی شبکه ای رو می خونی و بعد از روش بازاریابی شبکه ای تو عضو گیری و فروش خودت استفاده می کنی. این هم اکتباس است.

پس برای خلاقیت در اکتباس کردن باید در(دیدن و شنیدن) دقت کنیم. هر فیلم و مکان و حیوان و خلاصه هر چیزی رو می بینیم از خودمون بپرسیم:

از دیدن این چه خلاقیتی به ذهنم می رسه که باعث افزایش فروشم
میشه؟؟

با شنیدن این چه خلاقیتی به ذهنم می رسه که باعث افزایش فروشم
میشه؟؟؟

آخرین روش خلاقیت که می خواهیم درباره اش صحبت کنیم روش
" کوچک کردن یا حذف " است که باعث افزایش فروش می شود.

یعنی با کم کردن یا حذف کردن چه قسمت هایی در مغازه امکان دارد
فروش ما بیشتر شود؟

یه نگاهی به نوشته هایی که پشت شیشه مغازه مون هست بندازیم. ممکنه
اینقدر زیاد نوشته باشیم که مشتری گیج میشه. مشتری معمولا سه تا
پنج نوشته بیشتر باشه گیج میشه.

یه نگاهی به قفسه ها بندازیم ممکنه اینقدر توپونده باشیم که حتی
خودمون هم موقع برداشتن جنس ها گیج میشیم.

یه نگاهی به کارهای روز مره مون تو مغازه بندازیم. ممکنه بعضی از
کارها رو داریم اضافه انجام میدیم . خودمون رو داریم الکی خسته
می کنیم.

یه نگاهی داخل کسوها بندازیم ممکنه خیلی از وسایل اضافی رو مدت
هاست نگه داشتیم و به دردمون نمیخوره.

یه نگاهی از دور به مغازه مون بندازیم ممکنه درختی یا شاخه ای یا
تابلویی چیزی دید مغازه مون رو بسته باشه و ما باید حذفش کنیم.
خلاصه فکر کنیم و نگاه کنیم یه چیزهایی میاد تو ذهنمون.

چگونه از راه کاسبی در مدت سه سال پولدار شویم؟

این مطلب رو با استفاده از تجربیات آقای هارو اگر می نویسم. ایشون با استفاده از همین روش ها تونسته 17 تا کسب و کار را بندازه. ایشون میگن اولین مغازه ای که راه انداختم افتضاح بود و شکست خوردم تا این که یکی از دوستان پدرم که پولدار بود به من گفت که: ((اگه کسی در کارش موفقه به خاطر اینه که چیزهایی می دونه که بقیه نمی دونن)). آقای هارو میگه که من هم حدود 6 ماه فقط زندگی نامه و سرگذشت آدم هایی که کسب و کار موفق داشتن رو مطالعه میکردم و بالاخره فهمیدم که اون ها چی میدونن که ما نمی دونیم. بعد از اون این آقا یک فروشگاه لوازم ورزشی میزنه و چیزهایی رو که خونده تو فروشگاهش عمل میکنه و سه سال طول نمیشکه که 6 تا شعبه میزنه و بعدش نصف از سهام فروشگاهش رو به یک میلیون دلار میفروشه و میلیونر میشه. (البته به پول ما میلیاردر میشه). بعدش این آقا چند تا کسب و کار دیگه راه میندازه و یک روز که لب ساحل نشسته یکی بهش میگه که چرا رازهای موفقیتی رو که یادگرفتی نمی نویسی ، پول خوبی در میاری و این آقا شروع میکنه و رازهای کسب و کار رو می نویسه و کتابش جزو پرفروشترین کتاب های دنیا میشه . من در پایین رازهای موفقیت رو که ایشون داخل کتابشون نوشتن با سبک ایرانی می نویسم. بخونید و عمل کنید و پولدار بشین.

1- قدم اول: باور کنید که ثروت آفرینی سریع ممکن است.

میگن تمام خوشبختی یا بدختی ما فقط و فقط بستگی به باورهای ما داره. اگه باورهامون درست باشه سریع پیشرفت می کنیم و اگه درست

نباشه همیشه در جا میزنیم. مثلا اگه باور کنیم خداوند بزرگ وجود داره خوب در اینجا ما خدا وند رو می پرستیم. اگه باور کنیم که بت ها خدای ما هستند خوب معلومه که بت ها رو می پرستیم. اگه میخواین فروشتون خیلی زیاد باشه باید باور هایی رو که آدم های موفق و پرفروش دارن شما هم بخونید و بدونید و باور کنید.

چگونه یک چیز را باور کنیم؟

خوب معلومه وقتی یه چیزی اتفاق میفته ما اون رو باور میکنیم . اگه اون اتفاق تکرار بشه ما هم باورمون قوی تر میشه. حالا میخوایم بدونیم تو دنیا کسانی هستند که تونستن ظرف سه سال یا کمتر فروششون خیلی زیاد بشه یا نه؟ جواب بله است.

هم در ایران و هم در دنیا کسانی هستند که نه تنها ظرف سه سال بلکه کمتر از اون هم تونستن فروششون رو خیلی خیلی بالا ببرن . البته همونطور که گفتیم این جور آدم ها از قبل دانش کسب کردند و تجربه هم داشتن . وگرنه همینجوری یه هویی یه نفر بیاد و فروشش رو خیلی زیاد کنه من یکی که نشنیدم.

پس نتیجه این که وقتی کسانی هستند که در دنیا تونستن ظرف سه سال یا کمتر فروششون رو خیلی بالا ببرن پس ما هم با فهمیدن رازهای اون ها می تونیم این کار رو انجام بدیم.

2- قدم دوم (محصول با ارزشی پیدا کنید)

این جمله را در ذهنتان حک کنید که : مردم به اندازه ارزشی که وارد بازار می کنید به شما پول می دهند. حالا از کجا بفهمیم که جنس ما با ارزش است یا نه؟ از کجا می شود یک جنس با ارزش پیدا کرد؟

الف: تقاضا زیاد و عرضه کم.

یک راه شناخت این که جنس با ارزش چیه اینه که دقت کنیم داخل بازار چه جنس هایی رو مردم خیلی دوست دارند بخرند ولی تعداد عرضه اون محصول کمه.

از کجا بفهمیم عرضه محصول کمه؟ از روی قیمت محصول. وقتی یک محصول کم باشه قیمت اون به شدت بالا میره. در نتیجه هر چیزی رو تو بازار ببینید که قیمتش از اونیه که فکر می کنید زیادتره نتیجه می گیریم که اون جنس کمه و اگه باز هم از اون جنس بیارین مردم می خرن. مثلا ماشین. مثلا برنج در قدیم قیمتش زیاد بوده طوری که مردم سالی یک بار برنج می خوردن. یا الان میوه هایی مثل گیلان قیمت بالایی داره.

ب: قیمت پایین نسبت به کیفیت.

راه دوم شناختن محصول با ارزش اینه که یک محصول نسبت به کیفیتی که داره ارزون به نظر میرسه. درباره این محصولات قبلا توضیح دادم. مثلا بخاری با کیفیت درجه دو 120000 تومن باشه و شما بخاری درجه یک رو بیارین با قیمت 130000 تومن خوب معلومه که مردم به خاطر 10 هزار تومن حاضرند جنس بهتر رو بخرن. یا مثلا اگه سیب درجه سه به قیمت 2000 تومن باشه و شما سیب درجه دو رو به قیمت 2100 بدین اونوقت که مردم صف میکشن.

3- قدم سوم (زمان مناسب فروش محصول را پیدا کنید)

زمان مناسب زمانیه که مردم هم به محصول شما نیاز دارن و هم پول دارن. مثلا مردم به خانه نیاز دارن ولی الان بازار خرابه و پول ندارن

بنابر این آگه شما خونه بسازین با این که مردم به خونه نیاز دارن ولی خونه رو کسی نمیخره چون پول ندارن که بخرن. یا مثلا آگه مردم تو وضع مالی نامناسب باشن و شما لوازم لوکس بیارین خوب معلومه که مردم با این که خیلی دوست دارن اون ها رو بخرن اما چون پول ندارن نمیخرن.

از کجا بفهمیم که مردم به کدوم محصول نیاز دارن؟ اول از روی این که اون محصول یا رنج مردم رو کم میکنه و یا این که لذت به مردم میده. مثلا موبایل رنج مردم رو کم میکنه بابت این که همیشه میتونن در دسترس باشن و یا از عزیزانشون خبر بگیرن. و هم این که با امکاناتی که داره به مردم حس لذت خوبی میده.

مثلا ماشین لباسشویی زن ها رو از رنج لباس شستن نجات میده. مثلا بستنی یک احساس لذت به مردم میده. یا چی توز که خیلی لذت بخشه. حالا باید به رنج ها و نیاز های مردم دقت کنی و ببینی اون ها چی نیاز دارن. مثلا مردم ایران جای تفریحی خیلی کم دارن بنابر این به محض این که موج های آبی تو مشهد راه افتاد مردم مثل مور و ملخ ریختن برای شنا و لذت.

مثلا مردم از بستنی های تکراری خسته شدن و به محض این که بستنی آیس پک با یه مدل جدید اومد مردم ریختن برای خرید. مثلا کولر گازی الان به شدت داره بین مردم جا پیدا میکنه چون هم باعث لذت میشه و هم رنج گرما رو تو روزهای خیلی گرم کم میکنه.

دوم از روی آمار و اطلاعات. از روی آمار و اطلاعات روزنامه ها و سایت ها حتی می تونین بفهمید که مردم در آینده به چی نیاز دارن و از الان تو فکر باشین. مثلا آمار تولد نوزادان اگه امسال زیاد باشه نتیجه می گیریم که سیسمونی و لوازم کودک در آمد خوبی میتونه داشته باشه. مثلا تو روزنامه می نویسن که آمار طلاق بالا رفته و خیلی ها دارن مجردی زندگی میکنن. خوب نتیجه میگیریم که اگه خونه های کوچیک 50 متری بسازیم زود فروش میره.

راه سوم شناخت محصول مورد نیاز مردم فاصله زمانی . فاصله زمانی یعنی زمانی که لازمه تا یک محصول پرفروش از جایی به جای دیگه بره. الان خیلی ها از این راه پولدار شدن. مثلا وقتی موبایل تو کشورهای دیگه پرفروشه خوب اگه شما هم تو کشور ما بیارین پرفروش میشه . البته فاصله زمانی ما با کشورهای خارجی معمولا چیزی بین 2 تا 40 ساله. یعنی بعضی از محصولاتی که در کشور ما الان پرفروشه در کشورهای خارجی 40 سال پیش خوب فروش میرفته.

مثل لیوان یک بار مصرف. مثل آب معدنی که 100 سال پیش تو اروپا جا افتاده. مثل کامپیوتر که بعد از 30 سال وارد ایران شد. مثل موبایل که حدود دو سه سال فاصله زمانی تا خارج داره. مثل فلافل که اول تو بندر عباس بود و بعد که تو مشهد اومد خیلی فروش داشت. مثل پیتزا که اول تو خارج فروشش عالی بود و بعد اومد ایران. خلاصه این جور کسب و کارها خیلی زیاده فقط کافیه ببینید الان کجای ایران یا کجای دنیا یک محصول پرفروشه و هنوز تو شهر شما نیومده؟؟؟

4- قدم چهارم (طراحی سیستم کسب و کار)

شما باید یک سیستم کاری راه بندازید که بدون وجود شما کار کنه. یعنی این که یک یا چند نفر مسئول خرید باشن یک یا چند نفر مسئول چیدن باشن یک یا چند نفر مسئول فروش باشن یک یا چند نفر مسئول انبار باشن و یک نفر هم مدیر داشته باشن و خودتون تنها کاری که می کنید اینه که این سیستم رو منظم کنید و فقط درباره این که چه جوری میشه فروش رو زیاد تر کرد فکر کنید. اگه خودتون داخل کسب و کار باشید زمان ندارید که رو فروش بیشتر تمرکز کنید.

5- قدم پنجم (تکرار و تکثیر)

بعد از این که سیستم رو راه انداختید باید از اون سیستم جاهای دیگه تکثیر کنید. یعنی شعبه بزیند. اون چیزی که در زمان تکثیر کردن کسب و کارتان مهمه اینه که شما باید محصولی داشته باشین که تعداد زیادی از اون رو بتونین تهیه کنید. اگه نتونید تعداد زیادی از اون محصول رو تهیه کنید کسب و کارتان متوقف میشه. مثلا اگه مانتو می فروشین باید بتونین به تعداد شعبه هاتون مانتو بیارین. اگه بنز ده تن می فروشید باید به تعداد لازم بتونین بیارید وگرنه کارتان متوقف میشه. برای کارهای خدماتی اگه محصولی ندارین و خدمات میدین مثلا آرایشگر هستین یا معلم هستین تنها راه ، تکثیر آدم هایی مثل خودتونه. یعنی آرایشگر هایی مثل خودتون تربیت کنید و کارتان رو گسترش بدین . یا معلم هایی شبیه خودتون پرورش بدین و مدرسه هاتون رو گسترش بدین .

6- قدم ششم (قدرت اهرمی)

قدرت اهرمی خیلی مهم است برای زود ثروتمند شدن و زیاد فروختن. قدرت اهرمی یعنی این که شما از قدرت، شهرت، ثروت، تفکر و نیروی دیگران استفاده کنید. مثلا شما یک فروشگاه لباس ورزشی زده اید و حالا نمایندگی یک شرکت معتبر را می گیرید و در این جا دیگر نیازی نیست شما معروف شوید چون آن شرکت قبلا معروف شده است. مثلا یک پیتزا فروشی از اسم یک فوتبالیست معروف استفاده کند و برای استفاده از اسم آن فوتبالیست مبلغی را به او بدهد. مثلا شما یک فروشگاه راه انداختید و از یک نفر مشاور فروش کمک می گیرید تا در ازای مبلغی فروشتان را بالا ببرد.

7- قدم هفتم (نقد کردن کسب و کار)

گفتیم شما باید یک سیستم کسب و کار راه بیندازید که بدون وجود شما کار کند و زمانی که چنین سیستمی راه انداختید می توانید خود کسب و کار یا نمایندگی کسب و کارتان را بفروشید و خیلی سریع میلیاردر شوید.

8- قدم هشتم (یاد بگیرید و یاد بگیرید و یاد بگیرید)

تنها راه برای انجام دادن این مراحل و داشتن فروش بالا این است که از همین الان شروع کنید و هرچه می توانید در مورد کسب و کارتان یاد بگیرید و یاد بگیرید و یاد بگیرید. آقای هارو اگر می گوید: باور دارم که موفقیت مهارتی اکتسابی است

و شما می توانید آن را کسب کنید.
هر چقدر بیشتر بدانید بیشتر می فروشید. چون تنها رازی که انسان های موفق دارند این است که از بقیه درباره کسب و کارشان بیشتر می دانند. اگر شما بدانید که کدام محصول الان می تواند پرفروش باشد می توانید میلیاردر شوید. اگر شما بدانید که کدام کسب و کار در جای دیگر فروش خوبی داشته و حالا آن کسب کار را راه بیندازید فروشتان بسیار زیاد خواهد بود.

مثال های واقعی : مثال های واقعی در ایران زیاد است. دو تا دوست هستن به نام اشکان صفا کیش و اشکان ناهید که دقیقا طبق فرمول بالا ثروتمند شدند. مصاحبه مجله "پنجره خلاقیت" رو با این دو تا دوست می توانید در سایت مجله پنجره خلاقیت بخوانید.

چگونه به فروشنده هایمان اعتماد کنیم؟

اعتماد به فروشنده به معنای اینه که حساب و کتاب داشته باشی. همیشه به مردم اعتماد داشته باش. اما به هیچ کس اعتماد نکن. یعنی چی داداش؟

یعنی این که به مردم اعتماد داشته باش چون اگه اعتماد نکنی نمیتونی آرامش داشته باشی. اما به اون ها اعتماد نکن یعنی چی داداش؟ یعنی این که حساب و کتابت صاف و دقیق باشه. یعنی بدونی چند تا جنس وارد شده چند تا خارج شده. حساب ها رو دقیق کنترل کن. این کار باعث میشه که فروشنده هات جرات نکنن دست درازی کنن چون میدونن صاحب کارشون دقیقه . اگه شما تو حساب و کتاب دقیق

نباشی حتی آدمی که دزد نیست رو به وسوسه میندازی که دزدی کنه. چون شیطون میره تو جلدش و میگه: بابا این یارو که نمی دونه حساب و کتاب مغازه اش چیه حالا تو هم صد هزار تومن بردار مگه چی میشه. حقته. داری اینجا جون میکنی. خودش رفته ترکیه اون وقت توی بدبخت رو گذاشته واسش کار کنی. خلاصه این فکر ها میاد تو سر فروشنده و بعد...

وقتی فروشنده نداری مشتری ها به خودت عادت می کنن و اگه فروشنده بگیری و بذاری، مشتری ها چون میان و میبینن شما نیستی خرید نمی کنن. اگه می خوای خودت کمتر در مغازه وایستی و بیشتر فروشنده در مغازه وایسته راهش اینه که اول بذاری اون فروشنده کنار خودت وایسته و تو کمتر حرف بزنی و بذار اون با مشتری ها دوست بشه. اینجوری مشتری ها کم کم با فروشنده شما دوست میشن و وقتی شما نیستی با فروشنده شما ارتباط برقرار میکنن. به فروشنده ات یاد بده مثل تو با مشتری ها رفتار کنه مخصوصا مخصوصا تو تخفیف دادن و ارتباط دوستی.

چگونه از نسیه دادن در کاسبی نجات پیدا کنیم؟

آیا نسیه بدهیم یا ندهیم؟

حتما شما هم براتون موقعیت هایی پیش اومده که نمی دونین نسیه بدین یا ندین؟ نمی دونین چی کار کنین که مشتری نتونه از شما نسیه بگیره؟ تو رودرواسی میمانید و مجبور میشین که نسیه بدین و بعدش

حسابی حالتون گرفته میشه و کلی به خودتون و به مشتری بد و بیراه میگین. همین چند روز پیش یکی از دوستان تماس گرفته بود می گفت: مغازه روبرویی یک فروشنده جدید گرفته و اون فروشنده میاد و از من نسیه می گیره و من هم روم نمیشه که بهش بگم نسیه نمیدم. الان چند وقته که چند تا جنس برده و هنوز هم پولش رو نیاورده. موندم چی کار کنم؟

حالا توضیح میدم که اصلا نسیه دادن خوبه یا نه؟ برای این که این موضوع رو بفهمیم باید بگم که ما دو نوع کاسب داریم:

1- کاسب هایی که نسیه نمیدن

2- کاسب هایی که نسیه میدن

1- کاسب هایی که نسیه نمی دن

یه عده از کاسب ها نسیه دادن رو درست نمی دونن چون میگن خیلی از مشتری ها جنس رو که می برن دیگه یادشون میره که بدهکارن و بعدش یا باید پولت رو با بدبختی از مشتری بگیری یا این که کلا بیخیالش بشی چون هستن آدم هایی که حلال و حروم سرشون نمیشه و مثل آب خوردن جنست رو می برن و پولت رو هم نمیارن. این جور کاسب ها برای این که نسیه ندن تو مغازه شون جمله می نویسن:

می نویسن: نسیه ممنوع ، حتی شما دوست عزیز

یا می نویسن: نسیه نمی دهیم چون عمر نوح نداریم و صبر ایوب نداریم

و ...

یا عکس این دو تا یارو رو می زنن که یکی نسیه نداده و پولدار شده و یکی نسیه داده و فقیر شده .

2- کاسب هایی که نسیه میدن

بعضی از کاسب ها هم نسیه میدن به خاطر این که عقیده دارن اگه نسیه بدیم فروشمون بیشتر میشه. چون بعضی از مشتری ها همیشه پول ندارن جنس بخرن. یه کاسبی به نام (مرشد چلوپی) هست که نه تنها نسیه می داده بلکه پول دستی هم می داده. این نوشته رو از سایت خبرگزاری فارس براتون گذاشتم بخونید :

روی تابلویی که روی دخل مغازه مرحوم مرشد گذاشته شده بود نوشته بود : (نسیه و وجه دستی داده می شود حتی به جنابعالی به قدر قوه) اغلب مردمی که نداشتند، یا رند بودند و می خواستند پول ندهند؛ از این موضوع استفاده می کردند، غذای مجانی می خوردند و می رفتند .

این تابلو، برخلاف تابلوهایی بود که معمولا در مغازه ها می گذاشتند، مبنی بر اینکه: «نسیه داده نمی شود» یا «نسیه ممنوع» یا «نسیه مرد» و

...

مرحوم مرشد این تابلو را به عنوان شعار در مغازه نگذاشته بود؛ بلکه به آن عمل می کرد. جناب مرشد فرموده بود: حضرت نبی اکرم (ص) و حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) مرا به خاطر این تابلو، این اعلان و این عمل صدق، تحسین فرموده اند. (میگن ایشون با عالم بالا ارتباط داشته)

خوب دوستان پس دیدیم که دو نوع کاسب داریم که هم نسیه می دن و هم نسیه نمی دن. حالا اگه بخوایم نسیه ندیم چه راه حل هایی وجود داره؟

1- اولین راه اینه که شما قدرت (نه) گفتن باید داشته باشید. وقتی نمی تونین به مشتری که نسیه می خواد (نه) بگین به خاطر اینه که تو ذهن شما این جمله ها وجود داره :

((اگه بگم نسیه نمیدم آدم بی انصافی هستم و کار اشتباهی دارم انجام

میدم و تازه یا رو با خودش میگه این مغازه داره چقدر گداست.))
و خلاصه این جمله ها تو ذهن شما؛ جلو شما رو میگیره و نمیگذاره که شما(نه) بگین. اگه می خواین (نه) بگین باید جمله های زیر رو تو ذهنتون قبول کنید :

(من اشتباه نمی کنم که نسیه نمیدم بلکه مشتری داره اشتباه میکنه که داره از من نسیه می خواد و من باید جلوی این کار اشتباه مشتری رو بگیرم)

هر وقت مشتری نسیه می خواد این جمله ها رو قاطعانه و جدی تو ذهنتون مرور کنید تا باعث بشه به شما کمک کنه و شما بتونین به مشتری بگویید (نه)

2- راه دوم اینه که به مشتری که نسیه می خواد (قانون کاسبی) رو بگین. یعنی بهش بگین : مشتری گرامی من کاسبم و کاسبی هم قانون داره . قانون اولشم اینه که نباید به مشتری نسیه بدی . حتی اگه مشتری خواهر و برادرت باشه .این جا محل کسب درآمد منه و می دونم شما اصلا راضی نیستین من شغلم رو به خاطر رعایت نکردن قانون کاسبی از دست بدم.

3- راه سوم اینکه که برای مشتری دلیل بیاورید که نمی توانید نسیه بدهید. البته دلیل هاتون راست باشه:

مثلا بگوئید حساب و کتابمون کامپیوتریه و اصلا نمیشه نسیه داد چون حسابمون به هم میریزه .

یا بگوئید من آدم فراموشکاری هستم و اگه نسیه بدم ممکنه دوسه بار ازتون پول بگیرم. حساب دفتری هم که نداریم . یعنی نه حالش رو دارم بنویسم و نه وقتش رو دارم .

4- نسیه ندادن رو بندازین گردن نفر سوم. یعنی بگین : بابام گفته نسیه نده یا بگین شوهرم گفته جنس ها رو نسیه نده چون حساب ها رو قاطی می کنم و بعدشم اعصابش خورد میشه و تلافیش رو سر ما در میاره .

آقای عسگر اولادی رو که میشناسین کاسی هست که کارشناسان میگن هر ساعت میلیونی درآمد داره همین آقای عسگر اولادی فیلمش رو که سایت "ثروت آفرینان" تولید کرده دیدم که میگه: هر وقت من جایی میرم که نمی تونم بهشون (نه) بگم بهشون میگم : دست من نیست باید با شریکم مشورت کنم.

توصیه هایی برای کسانی که می خواهند نسیه بدهند :

قوانین بسیار مهم در نسیه دادن :

1- به کسی که نمی شناسید هرگز نسیه ندهید .

2- به کسی که اعتبار ندارد هرگز نسیه ندهید .

3- اگر نسیه دادید چک یا سفته یا چیزی را به عنوان ضمانت بگیرید. اگر هیچ چیز نداشت بگویید یک نفر را بیاورد که ضمانتش را بکند حتی ضمانت لفظی . مثلاً یک نفر رو که مورد اعتماد شماست بپاره و لفظی بگه : آقا من ضمانت می کنم .

4- به اندازه تمام دارایی خود به دیگران نسیه ندهید بلکه به اندازه 20 درصد از پولی که در کاسبی دارید به دیگران نسیه بدهید که اگر پولتان را ندادند ورشکست نشوید .

بالاخره نسیه بدهیم یا ندهیم؟

این بستگی به شما و طرز فکر شما داره که نسیه بدین یا ندین. اما نتیجه ای که من از کاسب های بزرگ گرفتم اینه که : نسیه دادن خوبه چون باعث فروش بیشتر میشه ولی باید قوانینش رو رعایت کنیم .

نقطه (گسترش کاسبی) یک مغازه دار چه زمانی است؟

از کجا بفهمیم زمان گسترش و شعبه زدن در کار و کاسبی ما فرا رسیده است یا نه هنوز فرا نرسیده است و باید صبر کنیم.

این موضوع رو با ذکر یک مثال توضیح میدم تا فهمش آسون تر بشه .

مرحله اول : تولد

فرض کنید بچه ات به دنیا میاد. همین که بچه به دنیا میاد شما به بقیه

دوست و آشنا ها خبر می دی و اون ها هم مشتاقانه برای دیدن بچه کوچولو ی شما میان و کلی هدیه با خودشون میارن. یه چند روز یا چند هفته سرت حسابی شلوغه و کلی مهمون داری و کلی هدیه میارن بعدش کم کم تعداد مهمون هات کم می شن و روزی می رسه که تو و بچه ات تو خونه تنها می شین. و حالا باید خودت تنهایی بچه ات رو بزرگ کنی. حالا مغازه داری هم همین جوریه. یعنی به محض این که شما مغازه می زنی یعنی این که مغازه ات متولد شده و حالا تو باید به مردم محله تون با تبلیغات کردن خبر بدی که مغازه ات متولد شده. اونوقت اون ها پول هاشون رو بر میدارن و میان تا از مغازه ات خرید کنند. چندوقتی سرت شلوغه و مشتری ها میان و میرن تا این که کم کم تعداد مشتری هات کم و کم تر میشه و تو باید خودت تنهایی از مغازه ات مراقبت کنی تا بزرگ بشه و مشتری هات دوباره بیشتر و بیشتر بشه.

مرحله دوم : مراقبت

وقتی بچه به دنیا میاد باید ازش مراقبت کنی تا بزرگ و بزرگتر بشه. باید بچه ات رو ببری حموم و لباس های تمیز تنش کنی تا هرکی میاد دیدن بچه ات از دیدن یک بچه تمیز و خوشکل و خوش لباس لذت ببره و بغلش کنه و ببوستش. اگه بچه ات مریض شد باید از دور و بری ها سوال کنی (چه جوری می تونم بچه ام رو خوبش کنم). یا اینکه بچه ات رو ببریش دکتر خوب بشه. اگه تو نگهداری از بچه کوتاهی کنی بچه مریض تر میشه و زبونم لال می میره. حالا مغازه داری هم همین جوریه. باید از مغازه ات مراقبت کنی. باید تمیزش کنی. نباید بگذاری رو جنسات گردو خاک بشینه.

نباید بگذاری بعضی جنسات اونقدر بمونن که از مد بیفتن یا خراب بشن .
وقتی مشتری هات کم میشه یعنی مغازه ات مریض شده و اونوقت باید
از بقیه بررسی (چه جوری میتونم مغازه ام رو خوبش کنم تا مشتری
بیشتری بیاد.) باید کتاب بخونی و مطالعه کنی تا بتونی مغازه ات رو
دوا درمون کنی .

مرحله سوم : مهمونی گرفتن

گفتم که وقتی بچه به دنیا میاد خونه تون شلوغ میشه و کلی مهمون
میاد اما بعد از چند وقت خونه تون خلوت میشه چون دیگه مهمون
نمیاد. چون دیدن بچه تون برای همه عادی شده و چیز جالبی نیست تا
مردم بیان و ارزش دیدن کنن اما همون رفت و آمد های معمولی هنوز به
خونتون ادامه داره تا تولد یک سالگی بچه ات. اونوقت دوباره شما به تمام
دوست و آشناها خبر میدی که جشن تولد یک سالگی بچه ات شده و اون
ها هم با کلی هدیه و ذوق و شوق برای تولد میان. دوباره خونه تون شلوغ
میشه و کلی هدیه میگیری. حالا بعضی از خانواده ها صبر نمی کنن تا یک
سالگی بچه شون بشه تا دوباره همه رو دور هم جمع کنن بلکه به بهانه
های مختلف برای دوستان و آشنایان پیام می فرستن تا برای دیدن بچه
شون بیان. مثلاً چند هفته بعد از تولد بچه شون اون رو عقیقه می کنن و
همه دوست و آشنا ها رو خبر می کنن مهمونی. چند هفته بعد بچه شون
رو ختنه می کنن و باز همه رو خبر می کنن. چند هفته بعد، آش درست
می کنن برای سلامتی بچه شون و باز همه رو خبر می کنن. چند هفته
بعد به مناسبت این که بچه شون تونسته بشینه همه رو خبر می کنن و
مهمونی میدن. چند وقت دیگه همه رو خبر می کنن به مناسبت این که
بچه شون تو نسته بگه (ماما). خلاصه سرتون رو به درد نیارم به هر بهانه

ای دوست و آشنا ها رو جمع می کنن دور هم و مهمونی میدن. مغازه داری هم همین جوریه. یه عده همون اول تبلیغات می کنن و جنس جدید میارن و کلی مشتری جمع می کنن و بعد از چند وقت رفت و آمد مشتری ها عادی میشه و درآمدشون هم عادی میشه تا یک سال بعد یا کمتر و بیشتر که دوباره تصمیم میگیرن کمی مغازه شون رو سرو سامون بدن و تبلیغات کنن و از این جور کارها تا دوباره مشتری هاشون زیاد بشه. اما یک عده مغازه دار حرفه ای دنبال بهانه می گردن تا همیشه مشتری ها رو بکشونن سمت مغازه شون. مثلاً چند هفته بعد از تولد مغازه شون دوباره به همه خبر میدن که ما اجناس جدید آوردیم بیان و دیدن کنید و باز مشتری ها میان که از اجناس مغازه دیدن کنن. چند هفته بعد به مناسبت تولد یک امام اجناسشون رو کمی ارزونتر میدن تا باز هم مشتری ها رو بکشونن سمت مغازه شون. چند هفته بعد به مناسبت صعود تیم ایران به جام جهانی با هر خریداز مغازه یک هدیه رایگان با آرم جام جهانی به مردم میدن تا مردم رو بکشونن سمت مغازه شون. چند هفته بعد به مناسبت محرم در مغازه شون چای مجانی میدن. خلاصه سرتون رو به درد نیارم مغازه داران حرفه ای دنبال بهانه می گردن تا مشتری ها رو بکشونن سمت مغازه شون.

مرحله چهارم: ازدواج

حالا از کجا بفهمیم موقع داماد شدن یا عروس شدن بچه مونه؟ خوب معلومه دیگه وقتی که بتونه روی پای خودش وایسته و نیازی به شما نداشته باشه. وقتی که بتونه خودش کارکنه و کاراش رو انجام بده. حالا دیگه باید ازدواج کنه و بچه دار بشن و اونوقت شما هم خانواده تون بزرگ میشه. عروس و دوماد دار میشی و نوه دار میشی. و افراد

خانواده ات زیاد و زیاد تر میشه. حالا مغازه داری هم همین طوره یعنی یک وقتی می رسه که باید مغازه ات ازدواج کنه. منظورم اینه که شعبه دوم رو بزنی. و تعداد مغازه هات بیشتر بشه. حالا از کجا بفهمیم که مغازه ما چند سالشه؟ آیا موقع شعبه زدن رسیده یا نه؟

اولین نشانه اش اینه که شما اینقدر در کارت مهارت پیدا کردی که بدون این که فکر کنی مغازه ات داره می چرخه و وقتی فروشنده ات رو میگذاری در مغازه ، چه باشی و چه نباشی فروشت هست. یک نشانه اش اینه که شما هر چقدر تبلیغات می کنی و کار می کنی مشتری هات بیشتر نمیشن پس نتیجه می گیریم که باید یک شعبه دیگه بزنی تا بتونیم مشتری های بیشتری رو جذب کنیم. یک نشانه اش اینه که مشتری هات اینقدر زیاده که صف وا میستن و بایدیه شعبه دیگه بزنی که جوابگوی مشتری هات باشی. یک نشانه اش اینه که از محله های دیگه و شهرهای دیگه هم مشتری زیادداری پس نتیجه می گیریم که باید تو محله دیگه یا تو شهر دیگه هم شعبه بزنی.

توصیه: نه ازدواج زود هنگام و نه مجردی اگه بچه ات رو زود داماد کنی تو زندگیش لنگ میزنه. نمی تونی که بچه ده ساله ات رو داماد کنی چون هنوز نمی تونه زندگی رو اداره کنه. هنوز نمی تونه از عهده خرج خودش بر بیاد چه برسه به خرج یکی دیگه. این میشه که زود طلاق میگیره. از اونطرف هم نباید اینقدر دست رو دست بگذاری که از وقت ازدواج بچه ات بگذره و دیگه خاطر خواه نداشته باشه. مغازه داری هم همین جوریه متاسفانه یک عده ای نمی دونن کی موقع ازدواج مغازه شونه. نمی دونن کی باید شعبه دوم رو بزنی. دیدم بعضی ها

رو که هنوز تو چرخوندن مغازه اولی مهارت پیدا نکردن مغازه دوم رو می زنی. هنوز نتونسته برای مغازه اولش مشتری جور کنه مغازه دوم رو میزنه. هنوز از مغازه اولش سود خوبی به دست نیاورده مغازه دوم رو میزنه. این میشه که خیلی زود ورشکست میشه. از اونطرف هم بیشتر مغازه دار ها هیچ وقت به فکر ازدواج مغازه شون نمیفتن. یعنی هیچ وقت به فکر پیشرفت نیستن. این میشه که موقع پیری همیشه هشتشون گرو نهشونه.

حالا باید چی کار کنیم؟

حالا باید امروز بشینی فکر کنی مغازه ات چند وقتشه؟ موقع ازدواجش رسیده یا نه؟ نکنه از موقع ازدواجش گذشته باشه؟ نکنه هنوز موقع ازدواجش نرسیده و تو می خواهی دوماش کنی؟ نکنه از مغازه ات مثل بچه ات مراقبت نمی کنی؟ پس خوب فکر کن بین کجای کاری داداش...

آیا بدون سرمایه هم میشه میلیاردر شد؟

این موضوع که می نویسم چون خیلی از دوستان ایمیل زدن و می پرسن که ما با سرمایه کم چه کاری رو راه بندازیم یا ما که سرمایه نداریم چه کار می تونیم بکنیم. من هم تصمیم گرفتم برای این دوستان چند تا

کسب و کار بدون سرمایه رو بنویسم . حتی کسب و کارهایی هم هست که شما می تونین بدون سرمایه شروع کنید و میلیاردر شوید.

سوال و جواب یک مرد جوان با آقای آرام درباره کار بدون سرمایه و میلیاردر شدن:

مرد جوان : سوالم اینه که آیا واقعا بدون سرمایه میشه کاری انجام داد و پول درآورد؟

آرام: آره. واقعا میشه این کار رو کرد. حتی میشه میلیاردر شد. مرد جوان :چه جوری می خوام این ادعا رو ثابت کنی که میشه بدون سرمایه کاری انجام داد که بشه پول درآورد؟

آرام: بزرگی می گه: اگه یک کاری رو یک نفر تو این جهان انجام داده باشه پس نتیجه می گیرم امکانش هست که یک نفر دیگه هم بتونه اون کار رو انجام بده.

مرد جوان :پس اینجوری که شما میگی حتما کسانی هستن که تونستن بدون سرمایه پول دربیارن و حالا می خوائن به من بگین تا من هم بتونم مثل اون ها پول دربیارم؟

آرام: بله. حالا چند تا شو میگم تا باور کنی که میشه. مرد جوان:آیا همه می تونن هر کاری که یک نفر دیگه انجام داده اون ها هم انجام بدن؟

آرام: واقعیت اینه که اگه یک نفر یک کاری رو انجام داده و موفق شده و شما هم می خوام همون کار رو انجام بدی و موفق بشی باید همون

خصوصیات شخصیتی که اون یک نفر داشته شما هم داشته باشی. اگه نداشته باشی نمی تونی اون کارهایی که اون انجام داده تو هم انجام بدی.

مرد جوان: طبق گفته شما مثلا آقای بابک بختیاری یک کاری رو انجام داده و میلیاردرد شده حالا من هم اگه بخوام همون کارها رو انجام بدم و میلیاردرد بشم باید همون خصوصیات شخصیتی بابک بختیاری رو داشته باشم. و من می دونم که همه اون خصوصیات شخصیتی بابک بختیاری رو ندارم. پس نمی تونم کارهایی رو که اون انجام داده انجام بدم. حالا که من نمی تونم کارهایی که اون انجام داده انجام بدم پس چرا می خواین مثال بزنی که فلانی چی کارکرد که موفق شد؟ اینا به درد من نمی خوره که. چون خصوصیات شخصیتی من با اون ها فرق می کنه. من نمی تونم کارهایی که اون ها انجام دادن انجام بدم. مثلا شنیدم که میگن آقای عسگر اولادی رفته با نانوائی صحبت کرده که آیا از من کنجد می خری یا نه؟ حالا من تو همین یک کار هم می مونم. یعنی اصلا خجالت میکشم برم پیش یک نفر که بگم: از من چیزی می خری یا نه؟ من تو همین قدم اول می مونم چه برسه به قدم های دیگه.

آرام: اول این که وقتی من برای شما آدم های مختلف رو مثال میزنم شما باید خوب دقت کنی و ببینی که شخصیت کدوم یکی از این آدم ها به شخصیت شما نزدیک تره و سعی کنی طبق اون شخصیت کار کنی.

دوم این که: وقتی که من از آدم های مختلف مثال میزنم شما می تونی در هر مرحله از کارتان که مشکل پیش اومد از تجربه های همه آدم ها استفاده کنی و ببینی که تجربه کدوم یکی رو می تونی انجام بدی و مشکلات رو حل کنی.

سوم اینکه: خصوصیات شخصیتی یاد گرفتنی هستند. یعنی شما می‌تونید یاد بگیری شخصیتی مثل بابک بختیاری داشته باشید. یا یاد بگیری شخصیتی مثل آنتونی رابینز داشته باشید. مثلاً اگر عسگر اولادی خجالتی نیست و شما خجالتی هستید باید اول یاد بگیری که خجالتت رو بگذاری کنار. اگر می‌خواهی مثل آنتونی رابینز بشی که از انجام کارهای دشوار نمی‌ترسه و شما می‌ترسی پس اول باید یاد بگیری ترست رو بگذاری کنار.

مرد جوان : من هم می‌ترسم و هم خجالتی هستم و هم خیلی خصوصیات دیگه رو که مخصوص آدم‌های موفق است ندارم. حالا باید چی کار کنم؟

آرام: اگر می‌خواهی خجالتت رو بگذاری کنار باید از تجربه‌های کسی که تونسته خجالتش رو بگذاره کنار استفاده کنی. اگر ترست رو می‌خواهی بگذاری کنار باید از تجربه‌های شخصی که ترست رو کنار گذاشته استفاده کنی. البته دکتر روانشناس هم که بری اون می‌تونه با استفاده از علم و تجربه بهت کمک کنه که خصوصیات شخصیتی نادرستت رو بگذاری کنار. مثل خجالت. ترس و خیلی چیزهای دیگه.

مرد جوان :خوبه آقای آرام . حالا متوجه شدم که شما می‌خواهی افرادی رو مثال بزنی که تونستن بدون سرمایه پول دربیارن و من هم اگر بخوام می‌تونم این کار رو انجام بدم به شرطی که خصوصیات شخصیتی اون

ها رو داشته باشم یا خصوصیات شخصیتی اون ها رو یاد بگیرم. درست فهمیدم؟

آرام: کاملا درست فهمیدی. و باید اضافه کنم که تو ممکنه خصوصیات شخصیتی داشته باشی که خیلی ها ندارن و تو می تونی با استفاده از اون خصوصیات شخصیتی به یک انسان موفق و ثروتمند تبدیل بشی. گفتم اگه یک نفر تو دنیا یک کاری انجام داده باشه دلیل بر این میشه که بقیه هم می تونن اون کار رو انجام بدهند. حالا میگویم که اون یک نفر ممکنه تو باشی.

مرد جوان: خوبه آقای آرام! لطفا شروع کنید:

آرام: نفر اولی که می خوام مثال بزنم حسین آقا است. اون زمانی که از روستا به شهر اومد هیچ پولی نداشت. برای همین رفت و شاگرد یک گنج کار شد و بعد از یک سال تونست اوستای گنج کار بشه. و بعد از پنج سال اونقدر تو کارش مهارت پیدا کرده بود که می تونست دو برابر بقیه گنج کارها پول دربیاره. چون اون تو کارش خیلی ماهر بود بنابراین دو برابر بقیه دستمزد می گرفت و بعد پولش رو در ساخت و ساز وارد کرد و خودش هم وارد کار ساخت و ساز شد و الان بعد از 15 سال میلیاردر شده.

مرد جوان: آقای آرام این که خیلی طول کشید. چون ما یک نفر رو مثال بزن که فوری میلیاردر شده. من که خودم بعد از پانزده سال همین جوری هم میلیاردر میشم. دیگه لازم نیست این همه از تجربه های

دیگران استفاده کنم. مثلا من شنیدم که آدم هایی هستن که تو سن دبیرستان میلیاردر شدن.

آرام:البته من هم می دونم که آدم هایی هستن که تو سن خیلی کم میلیاردر شدن اما یک رازی هست که اکثر مردم نمی دونن.

مرد جوان: اون راز چیه؟

آرام: راز ده سال مهارت و تلاش حرفه ای. یعنی تجربه نشون داده که اگه یک نفر ده سال وقتش رو روی یک موضوع بگذاره به احتمال خیلی خیلی زیاد در اون کار موفق میشه. یعنی اگه یک نفر ده سال وقتش رو روی فوتبال بگذاره یک فوتبالیست حرفه ای میشه و می تونه میلیاردر بشه. اگه یک نفر ده سال وقتش رو روی پیتزا فروشی بگذاره حرفه ای میشه و میتونه میلیاردر بشه . اگه یک نفر ده سال وقتش رو روی تجارت بگذاره بعد از ده سال حرفه ای میشه و میتونه میلیاردر بشه. حالا اگه یک بچه رو می بینی که در سن 17 سالگی میلیاردر شده مطمئن باش اگه زندگی نامه اش رو بخونی میبینی که اون از سن 7 سالگی شروع کرده. اگه یک نفر در سن 12 سالگی میلیاردر میشه مطمئن باش که اون از سن دو سالگی شروع کرده .یعنی از دوسالگی پدر و مادرش بهش آموزش دادن.

مثلا وقتی زندگینامه بابک بختیاری رو گوش میکنی میبینی که اون از سن 9 سالگی حتی بازی هاش هم بازی مغازه داری بوده. وقتی زندگی نامه عسگر اولادی رو می شنوی می بینی که اون از سن 9 سالگی کار تجارت رو شروع کرده. خلاصه این قانون ده سال مهارت و تلاش حرفه

ای اونقدر شایع است که آنتونی رابینز (موفق ترین معلم موفقیت جهان) در کتابش میگه هدف 10 ساله بگذارید.

مرد جوان: یعنی حالا من باید 10 سال تلاش کنم تا به نتیجه برسم. یعنی 100 درصد اینجوریه وراه دیگه ای نداره.

آرام: نه. 100 درصد اینجوری نیست. این 10 سال بیشتر برای کسانی هست که سرمایه ندارن . پشتوانه ندارن. مهارت خاصی ندارن و..اما اگه یک نفر باشه که پدر و مادرش تو یک کار حرفه ای باشن و پشتوانه فرزندشون باشن و دوستان و آشنایانی داشته باشه که حمایتش کنن و سرمایه هم داشته باشه خوب معلومه که خیلی زودتر به نتیجه میرسه. اما این ها رو برای تو میگم که میگی من خجالتی هستم . می ترسم. پشتوانه ندارم. مهارت خاصی رو بلد نیستم.

البته زیاد نگران نباش . وقتی میگم ده سال یعنی بعد از ده سال به درآمد میلیاردی می رسی . اما ممکنه بعد از یکی دو سال هم به درآمد میلیونی برسی و زندگی نسبتا راحتی داشته باشی.

مرد جوان: حالا خیالم راحت شد. چون من واقعا صبر ندارم. می خوام یک شبه پولدار بشم. حالا لطفا ادامه بدهید.

آرام: بله. داشتم میگفتم. حسین آقای گچ کار که میلیارد شده. پس طبق داستان زندگی حسین آقا شما هم می تونی بری و شاگرد یک گچ کار بشی. سرمایه هم نمی خواد. تازه بهت پول هم میدن. بعد سعی کنی که اوستای گچ کار بشی. و بعد سعی کنی که تو کارت خیلی ماهر بشی

طوری که بیشتر از بقیه پول در بیاری . و بعد بری تو کار ساخت و ساز تا بتونی میلیاردر بشی.

نفر بعد که می خوام مثال بزنم یک خانمه. حتما اسم هری پاتر رو زیاد شنیدی و فیلمش رو هم دیدی؟
مرد جوان : بله فیلمش رو دیدم خیلی جالبه.
آرام: خوب! کسی که هری پاتر رو نوشته یک خانم با زندگی فقیرانه است به نام جی. کی. رولینگ.اون تونست یک کتاب داستان بنویسه و بعد برای چاپ به چند ناشر داد و خیلی ها قبول نکردند که کتاب اون رو چاپ کنند اما بالاخره یک ناشر قبول کرد و همین باعث شد که کتاب اون میلیون ها نسخه فروش بره و خانم رولینگ به یکی از میلیاردرهای جهان تبدیل بشه. پس تو هم می تونی بری و مهارت های داستان نویسی رو یاد بگیری و یک داستان بنویسی که هیچ سرمایه ای هم نمی خواد و بعد ببری به یک ناشر بدی تا اون رو چاپ کنه. البته این کار خیلی راحت نیست اما غیر از خانم رو لینگ خیلی ها ی دیگه از طریق کتاب نوشتن میلیاردر شدن.

نفر بعدی که می خوام مثال بزنم آقای احد عظیم زاده است. این مرد بزرگ در 7 سالگی یتیم می شه. کارش رو با به دوش کشیدن پستی و قالیهای کوچک و بردن آن از اسفنجان برای فروش آغاز کرده. پنج سال اینجوری کار کرده. و بعد یک کارگاه قالی اون هم با قرض گرفتن زده. بعد یک ایده جدید تو قالی داده که تونسته میلیاردر بشه.یعنی فرش رو

به جای این که چهار گوش ببافه به صورت گرد تولید می کرده. و رفته تو کار صادرات فرش و حالا هم جزو میلاردرها که چه عرض کنم فوق میلیاردهای ایران.

خوب پس تو هم می تونی بدون سرمایه بری یک فرش بافی یا فرش فروشی کار کنی و پول های شاگردی تو جمع کنی و بری یکی دو تا پستی بخری و کم کم وارد کار فروش پستی و فرش بشی و بعد کارگاه فرش بافی بزنی و بعد ایده های جدید بدی و بری تو کار صادرات و میلیارد بر بشی.

نفر بعد آقای محمد حسن سید شجاع است که در سن خیلی کم میلاردر شده. اون کارش رو از شاگردی تو مغازه شروع کرده .یادته بهت گفتم رازی به نام ده سال مهارت و تلاش در یک کار وجود داره.
مرد جوان : آره یادمه.

آرام: خوب همین آقای مجرد و جوان میلیاردر یکی از بزرگترین رازهای موفقیتش رو این می دونه که ده سال شاگرد یک مغازه بوده .

مرد جوان: چه جالب!!

آرام : بله مرد جوان. آقای سید شجاع هم بعد از ده سال شاگردی اولین تولیدش رو با حقوق شاگردی یعنی 100 هزار تومن شروع کرده و کم کم ادامه داده تا حالا که در 70 روز می تونه 150000 مانتو تولید کنه.
خوب پس تو هم می تونی همین کار رو انجام بدی.

مرد جوان : جناب آقای آرام. این هایی که میگی درسته. اما خیلی آدم ها

هستن که ده سال و بلکه بیشتر تو یک شغل هستن و هیچ پیشرفتی نمی کنند . بعضی ها پنجاه سال کار می کنند و آخرش هم در حالی که هشتشون گرو نهشون است می میرند. یه نفر از دوستانم بهم می گفت: روزی دست خداست. خدا اگه بخواد تو پیشرفت می کنی و اگه نخواهد تو پیشرفت نمی کنی حتی اگه خودت رو به زمین و آسمون بزنی و کتاب بخونی و کلاس بری.

آرام : بله من هم معتقدم که روزی دست خداست اگه خدا نخواهد تو پیشرفت نمی کنی و اگه خدا بخواد تو پیشرفت می کنی حتی اگه سرمایه نداشته باشی و پشتیبان نداشته باشی و حتی سواد هم نداشته باشی. اما سوالی هست که باعث میشه بعضی انسان ها با وجود این که می دونن همه چیز دست خداست بازهم تا آخرین نفس تلاش می کنند . اون سوال اینه که : ممکنه خدا بخواد تو پیشرفت کنی اما آیا تو هم می خواهی پیشرفت کنی و پول بیشتری دربیاری؟

واقعیت اینه که 80 درصد مردم خودشون نمی خواهند پیشرفت کنند. به چند دلیل:

اول این که فکر می کنن پیشرفت کردن خیلی سخته و به دردسرش نمی ارزه.

دوم این که اونا واقعا دنبال پول نیستند. اونا از پول بدشون میاد. من از خیلی آدم ها سوال کردم که : آیا ده میلیارد پول می خواهی؟ و اونا می گن نه.

می پرسم آیا یک میلیارد پول می خواهی؟ بازهم خیلی ها می گویند : نه می گویم پس چقدر می خواهی؟ می گویند : همین قدر که یک ماشین و یک خونه داشته باشیم.

خوب حالا فهمیدی چرا اون ها پیشرفت نمی کنند. بله. چون خودشون نمیخوان. اونا فقط یک ماشین و یک خونه می خواهند و 40 تا 50 سال هم وقت دارند. برای همین هیچ عجله ای ندارند و هیچ تلاش خاصی هم نمی کنند. فقط یک مغازه باز می کنند و تمام. اونا دنبال این نیستند که بیشتر بفروشند. اونا دنبال این هستند که کی شب بشه برن خونه. اونا اهل مطالعه نیستن درحالیکه پیامبرشون میگه : دنبال علم باشید. اونا دنبال ثروت نیستند: درحالیکه پیامبرشون میگه: خداوند انسان ثروتمند مهربان را دوست دارد. اونا حرف خارجی ها رو قبول نمی کنند: در حالی که امامشون میگه: سخن خوب رو از هر کسی شنیدید بپذیرید. برای همینه که وقتی می میرند هنوز هم هشتشون گرو نهشون است. آخرش هم همه تقصیرات رو میندازن گردن خداوند و میگن: خدا نخواست.

مرد جوان: واقعا اینجوریه. فکر می کردم همه مثل من دنبال پیشرفت هستند. شخص دیگه ای هم هست که بخواین مثال بزنید:
آرام :بله . افراد بسیار زیادی هستند. نفر بعد مردیه که واقعا انسان رو به حیرت میندازه . اون یک آدمیه که نه دست داره و نه پا.
مرد جوان :مگه میشه؟ یه آدم بدون دست و پا چه جوری می تونه میلیاردر باشه.

آرام :بله . اون یک مردیه که بدون دست و پا به دنیا اومده. اسمش نیک وویچیچ است. اون فکر می کرد که هیچ کاری تو دنیا نیست که بتونه انجام بده و پول د ربیاره. اون خیلی ناراحت و غمگین بود تا این که فهمید درسته که دست و پا نداره اما زبون که داره . برای همین شغل سخنرانی رو انتخاب کرد . خوب شما هم اگه بتونی تو یک زمینه خاصی اطلاعات جمع کنی و بعد بری سخنران بشی می تونی پول خوبی

درباری. الان سخنران هایی هستن که برای یک ساعت باید یک میلیون تومن پول بدهی تا سخنرانی هاش رو گوش کنی. نیاز به سرمایه هم نداره.

مرد جوان: خوب دیگه چه کسی رو می تونین مثال بزنیند؟
آرام: ببین مرد جوان. آدم های زیادی هستن. حتی اگه دور وبر خودت رو نگاه کنی میتونی خیلی هاشون رو ببینی. این چند نفر رو مثال زدم تا بدونی و بفهمی که:

میشه بدون سرمایه هم شروع کنی

میشه بدون دست و پا شروع کنی

میشه بدون پشتوانه شروع کنی

میشه زن باشی و شروع کنی

میشه...

میشه...

باید بدونی و بفهمی که میشه. به هر حال میگن (در خانه اگر کس است یک حرف بس است) پس بهانه آوردن رو کنار بگذار و یک کاری رو شروع کن.

نترس خداوند بزرگ با تو است حتی اگر تو با او نباشی.

هنر خریدن جنس زیر قیمت (چانه زنی حرفه ای)

این رسم بازار شده که اجناس رو کمی قیمت بالاتر می فروشن تا جای تخفیف داشته باشه و شما باید البته تخفیف گرفتن رو بلد باشی. برای زیر قیمت خریدن نکات زیر را می تونین اجرا کنین:

فرض کنید که جنسی رو 30000 تومان قیمت دادن و شما می خواهید اون رو 25000 تومان بخرین.

1- بعد از شنیدن قیمت، حالت تعجب به خود بگیرین و با صدای حیرت زده بگین:

چی؟ سی هزار تومن؟ مگه چی میخوای بفروشی؟

نکته: این روش خیلی ها رو فلج می کنه و فکر می کنند که : نکنه من گرون فروشم؟ یا نکنه من جنس های گرون آوردم؟ حتی مغازه داران خجالتی بعد از این که مشتری بعدی میاد قیمت خودشون را پایین می یارن. حتی فروشنده ها رو دیدم که در قسمت فروش اجناس قیمت بالا نمی تونن کار کنن چون می ترسن مشتری به اون ها بگه : چی؟ مگه چی می خوای بفروشی؟

مواظب مشتری های حرفه ای باشین اون ها هم از این روش استفاده می کنن. در این مواقع خودتون رو نبازین و به قیمت خودتون افتخار کنین.

2- قیمت رو زیر قیمتی که می خواین بگین

فرض کنید اگه اون جنس 30000 تومنی رو 25000 تومن می خواین
بخرین باید بگین: من نهایت که بتونم بخرم 20000 تومنه.

نکته : گروهی از مغازه دارها جرات نمی کنن این جوری خرید کنن چون
بعضی از اون ها خجالت می کشن یا می ترسن که مبادا فروشنده عصبانی
بشه بنابر این هر قیمتی که فروشنده میگه ، میپردازن. در حالی که این
رسم بازار معامله گری است و شما هم باید کم کم یاد بگیرین. گروهی
می گن فقط در ایران چونه می زنن و تو کشورهای دیگه چونه نمی زنن .
اما این اشتباهه .من فیلم های فروش بسیاری از کشورهای مختلف دیدم
و می دونم که چونه زدن در همه جا رسمه. در همین مشهد وقتی عرب
ها میان ، فوق العاده حرفه ای چونه می زنن . خیلی از اون ها را دیدم
که اصلا از قیمتی که گفتن بالاتر نمی رن.

3-اول شما قیمت را بالا نبرین

تازمانی که فروشنده از قیمت خودش پایین تر نیومده شما هم قیمت
رو بالاتر نبرین. وقتی اون گفت که من 29000 تومن آخرش میدم اینجا
متوجه می شین که طرف شما جای چونه زدن داره . و برای این که
معامله را به پیش ببرین شما هم کمی قیمت را بالا ببرین. ولی قبلش باید
کلماتی بگین که نشون می ده شما واقعا نمی خواستین قیمت رو بالاتر
ببرین و محض خاطر فروشنده این کار رو کردین. مثلا بگین : آقا
جون باور کنین قیمتی که گفتم خوبه . من اگه 29000 تومن از شما
بخرم چند بفروشم؟ حالا شما هم مثل ما کاسبی. سودی کرده باشین،
جهنم و ضرر آخرش 21000 تومن پرداخت می کنم.البته اون هزار
تومن رو هم مدت دار میدم . الان سخته یک جا همه رو پرداخت کنم.

4- وقتی طرف می‌گه هیچ راهی نداره
هر وقت این رو گفت شما فکر کنید اصلا همچین حرفی نشنیدین. و دوباره حرف خودتون رو تکرار کنین و از فروشنده بخواین با همون قیمت که گفتین معامله رو تموم کنه.

5- اگه جایی رفتین و جنسی رو ارزونتر دیدین، به طرف بگین: آقا جون من این جنس رو جای دیگه ارزونتر هم دیدم ولی می‌خوام با شما معامله کنم.

6- ایرادهای واقعی را بگین
بعضی‌ها برای این که تخفیف بگیرن رو جنس طرف ایراد بی خود می‌گذارن که این درست نیست. البته وقتی جنس واقعا ایراد داره شما می‌تونین ایرادها را بگین و در عوض تخفیف بخواین.
مثلا جنس خاکی شده یا تو آفتاب مونده یا فصل فروشش داره تموم میشه. یا افتاده رو هم و چروک شده و غیره. مثلا بگین:
حاج آقا این جنسات رو هم که مرتب نچیدی همشون چروک شده. دیگه این جنس به قیمتی که میگی نمی‌ارزه.

7- جنس طرف رو با اجناس مشابه و ارزونتر مقایسه کنین. مثلا بگین:
حاج آقا، جنس دیدم مشابه این با دوخت بهتر و شیک تر می‌ده 31000 تومن اگه بخوام 30000 تومن بخرم که میرم همون 31000 تومن می‌خرم که جنسش بهتره. شما قیمتت رو بیار پایین معامله مون بشه.

8- سعی کنین کاری کنین که طرف خودش مقداری پایین بیاید و بعد شما از قیمت پایین آمده تخفیف بخواهید. مثلا بگین: باور کنید قصد خرید دارم. آخرش شما چند میدین که معامله مون بشه؟
فرض کنین فروشنده میگه: آخر آخر آخرش 28000 تومن وردار ببر دیگه هم چیزی نگو.

شما قیمت جدیدی که می خواین بدین از 28000 تومن بدین. یعنی بگین: شما میگی 28000 تومن. من میگم 21000 تومن. به قول بازاری ها وسط معامله رو بگیر. نه 21000 تومن من و نه 28000 تومن شما 24000 تومن دست معامله رو بده.

9- قدرت بیرون رفتن

اگه قبول نکرد بیرون برین. شما می تونین باز هم بگردین و جنس بهتری پیدا کنین. برای این که این قدرت رو داشته باشین هیچ وقت تصمیم به خرید نگیرین. باخودت نگو این جنس خوبه. باید اون رو بخرم اگه نخرم جای دیگه نمی تونم پیدا کنم. باخودت نگو حالا که این قدر وقت طرف رو گرفتم باید هر قیمتی که گفت بخرم. هیچ وقت به قصد خرید معامله نکنید. مطمئن باشین خدا روزی رسونه و جای دیگه جنس بهتری به دست میارین و قرارداد بهتری می بندین. در این جا اگه قبول نکرد خداحافظی کنین و برین بیرون.

10- اگه جای دیگه جنس پیدا نکردین:

اگه جای دیگه جنس پیدا نکردین برگردین جای همون فروشنده اولی. و باز هم چونه زدن رو ادامه بدین و بگین: حاج آقا 25000 تومن بده خیرش رو بینی.

11-اگه نتونستین زیر قیمت بخرین

نگران نشین شما باید تلاش خودتون رو انجام بدین اگه تو این معامله نتونستین زیر قیمت بخرین اما تجربه کسب کردین و کم کم قدرت چونه زنی شما زیاد تر می شه و بعدا می تونین زیر قیمت بقیه خرید کنیند.

سریع ترین راه پیشرفت در کاسبی و مغازه داری

اگه دوست داریند در مغازه داری پیشرفت کنیند اما نمی دونیند چه جورین؟ پس این مطلب رو کامل بخونیند و خوب فکر کنیند و فکر کنیند و فکر کنیند تا در های مغزتون بازتر و بازتر بشه اونوقته که ایده ها و خلاقیت های جدیدی به ذهنتون میاد که باعث پیشرفت شما می شه . تجربه نشون داده انجام این کار هایی که نوشتم 99 درصد باعث پیشرفت میشه. . یک درصدش رو هم توکل می کنیم به الله تعالی.

در قدم اول شما باید تحقیق کنید و کتاب در زمینه کارت‌ان بخونید و فکر کنید تا ذهنتون باز بشه و ایده‌های جدید و خلاقیت به ذهنتون برسه. وقتی که ذهنتون باز شد به این سوال فکر کنید:

چه جوری می‌تونم کاری کنم که تعداد مشتری هام بیشتر بشه و فروشم بالاتر بره؟

وقتی به این سوال فکر کردید کارهایی به ذهنتون میرسه که باید انجام بدهید این کارها رو بنویسید.

مثلا به فکرتون می‌رسه که اگه دکور مغازه رو عوض کنی ممکنه مشتری بیشتری جذب کنی. یا به فکرت میرسه اگه چیدمان مغازه ات رو عوض کنی ممکنه فروشت بیشتر بشه. یا به فکرت می‌رسه اگه چند تا پوستر تبلیغاتی بزنی روی شیشه مغازه ات می‌تونی مشتری بیشتری جذب کنی. خلاصه هر چی به ذهنت اومد بنویس. وقتی همه رو نوشتی اونوقت ببین کدام رو اول انجام بدی بهتره.

وقتی می‌خوای فکرهایی که به ذهنت رسیده انجام بدی دو تا موضوع ذهنتون رو مشغول می‌کنه:

یکی این که نمی‌دونید این کاری که می‌خواهید انجام بدهید باعث میشه مشتری هاتون زیاد بشه یا ممکنه کمتر بشه؟

دوم این که می ترسید از این که اگه این کاری که به ذهنتون رسیده انجام بدهید باید پول خرج کنید و می ترسید که پولتون برنگرده و شما ضرر کنید. حالا باید چی کار کنیم؟

برای این که نمی دونید این کاری که می خواهید انجام بدهید باعث میشه مشتری هاتون زیاد بشه یا ممکنه کمتر بشه؟ باید بگم که تا وقتی که شما یک کار رو انجام ندادی نمی فهمی که اون کار باعث پیشرفت میشه یا نمیشه. پس باید اون کار رو انجام بدی. اگه انجام ندی هیچ اتفاقی نمیفته و شما پیشرفت نمی کنی پس اگه می خواهید پیشرفت کنید مجبورید که انجام بدهید. وقتی فکری که به ذهنتون رسیده رو انجام می دهید سه تا اتفاق میفته:

اول این که ممکنه مشتری هاتون زیاد بشه: اگه زیاد شد یعنی که شما موفق شدید و فکرتون عالی بوده. و حالا باید یک ایده و فکر تازه تری رو شروع کنید که باز هم مشتری هاتون بیشتر بشه.

دوم این که ممکنه مشتری هاتون فرقی نکنه : در این جا شما باید راه حل دومی رو که نوشتید انجام بدهید. و ببینید با انجام دادن اون چه اتفاقی برای فروشتون میفته.

سوم این که ممکنه مشتری هاتون کم بشه:

در این حالت شما کاری که انجام دادید باید به حالت اول برگردونید. مثلا اگه روی شیشه مغازه ات کلی تبلیغات زدی و مشتری ات کم شده حالا باید تبلیغات ها رو جمع کنی. یا مثلا اگه دکور مغازه ات رو عوض کردی و حالا مشتری هات کم شده حالا باید دکور مغازه ات رو به حالت اول بچینی. و بعدش بری راه حل دومی رو که نوشتی انجام بدی و ببینی اون راه حل چه تاثیری در فروشتون داره.

مشکل دوم این بود که می ترسید از این که اگه این کاری که به ذهنتون رسیده انجام بدهید باید پول خرج کنید و می ترسید که پولتون برنگرده و شما ضرر کنید. حالا راه حل چیه؟

راه حلش اینه که شما اول از کارهایی که بدون پول باعث پیشرفت شما میشه شروع کنید. وقتی دیدی که با انجام دادن کارهایی بدون پول مشتری هاتون کمی بیشتر میشه یعنی این که شما فکرتون داره خوب کار می کنه و اونوقت می تونین از کارهایی که با هزینه کم می تونه مشتری هاتون رو زیاد کنه شروع کنید. اگه دیدید با هزینه کم مشتری هاتون کمی بیشتر شد یعنی فکر تون خوب کار می کنه و خلاقیت شما جواب میده و اونوقت می تونین پول بیشتری خرج کنید. پس هزینه کردن برای انجام ایده ها و خلاقیت خود را مرحله به مرحله از بدون پول شروع کنید تا خرج پول های زیاد.

مثال : فرض کنیم شما یک املاک دارید و می خواهید بدون پول مشتری هاتون رو زیاد کنید. حالا به فکرتون می رسه که اگه چندروز قبل از این

که مهلت اجاره مستاجر تموم بشه بهش خبر بدهید امکان داره که اون به جای این که بره جای دیگه قرارداد بنده بیاد و با شما قرارداد بنده. حالا بدون پولش اینجوریه که شما از روی قولنامه هاتون تاریخ اتمام اجاره ها رو نگاه می کنید و بعد موقع بیکاری تون می روید درب منزل مستاجرهایی که خونه شون نزدیک املاکتونه و بهشون میگویید که مهلت اجاره شون داره تموم میشه و او نها میتونن بیان پیش شما و قراردادشون رو تمدید کنند. وقتی اینکار رو انجام دادید و دیدید که باعث میشه مستاجر ها بیان و با شما قرار داد ببندند اونوقت کمی پول خرج می کنی یعنی به جای این که بری در خونشون با گوشت بهشون پیامک میدی وقتی دیدی این کارت هم جواب داد اونوقت بازهم خرج می کنی و می ری پنل اسم ام اس می خری و با پنل اس ام اس بهشون پیامک می دی.

نکته مهم : خوب دوست عزیزم. این کار ها رو باید اینقدر انجام بدی و انجام بدی و انجام بدی تا مشتری هات به حدی که آماده گسترش کار شما است برسه.

مثلا میگی اگه مشتری هام 1000 نفر بشه من شعبه دوم رو میزنم. یا اگه فروشم به روزی 500 هزار تومن برسه من شعبه دوم رو میزنم یا کارم رو گسترش میدم. حالا این بستگی به شما داره که تو چه میزان فروشی آمادگی گسترش کار رو دارید.

گسترش کار:

گسترش کار به سه شکل انجام میشه:

- 1- مغازه تون رو بزرگتر کنید
- 2- شعبه های بیشتری بزنید
- 3- نمایندگی مغازه تون رو بفروشید

مثال واقعی: آقای بابک بختیاری که 300 میلیون بدهکار بود فکر کرد که اگه پراید دوستش رو بفروشه و تبلیغات کنه اونوقت پیشرفت میکنه اون این کار رو انجام داد اما پیشرفت نکرد و 300 میلیون و یک پراید بدهکار شد اما بازهم تسلیم نشد و دوباره یک ایده جدید که بستنی آیس پک بود رو امتحان کرد و بعد با روش هایی توانست مشتری هاش رو زیاد کنه طوری که دم مغازه اش صف می کشیدند و اونوقت شروع کرد به فروش نمایندگی مغازه اش و یک ساله فوق میلیارد شد.

این هایی که نوشتم تمام آدم های موفق و تمام شرکت های بزرگ دارند انجام میدن. البته مطالعه و فکر و تحقیق ، درصد موفقیت شما رو خیلی بالا می بره و سرعت پیشرفت شما رو زیادتیر میکنه و درصد شکست شما رو خیلی پایین میاره.

با فروشنده هامون چه جوری رفتار کنیم تا بیشتر بفروشند ؟

فروشگاه های بزرگ یک کارهایی انجام می دهند که فروشنده هاشون بیشتر و بهتر بفروشند و البته مغازه دارهایی که یک یا چند تا فروشنده دارند هم بهتره همون کارها رو برای فروشنده ها شون انجام بدهند تا فروشنده هاشون بیشتر و بهتر بفروشند. یک سری کارهایی که به تجربه دیدم و انجام دادم یا شنیدم رو می نویسم .

1- زمان آمدن و رفتن فروشنده ها

خیلی ها رو این مسئله حساس هستند و موندن چی کار کنند که فروشنده شون سرساعت بیاد و سر ساعت بره. یکی از مغازه دارها به من می گفت : فروشنده ام همیشه ده دقیقه زودتر میره و این موضوع من رو خیلی عصبانی میکنه. بهش میگم بابا از صبح وایستادی حالا ده دقیقه دیگه هم وایستا چی کار میشه مگه. ولی گوشاش یکی دره یکی دروازه. بازهم فردا به هر بهونه ای می خواهد ده دقیقه زودتر فلنگ رو ببندد. حالا راه حل چیه داداش؟

عزیز من اگه می خوای این موضوع برات حل بشه باید این موضوع رو از دید فروشنده ها نگاه کنی نه از دید خودت. یه بنده خدای پولداری که کلی کارگر داشت به من میگفت: من اصلا از این که کارگرهام دیر بیان یا کم کار می کنند ناراحت نمیشم . گفتم : چرا؟ گفت: آخه اگه اون ها بلد بودن سر موقع بیان و برن و کار ها درست انجام بدن و کم کاری نکنند که دیگه کارگر نمی شدند می شدند یک رئیس پولدار مثل من.

حالا فروشنده ها هم همین طورند . اگه اون ها می خواستند سر موقع بیان و برن و کار درست انجام بدن که می رفتن برای خودشون مغازه می زدند و برای بقیه کار نمی کردند.پس داداش من، آجی گلم:
اول: باید بدونی که فروشنده ها ممکنه دیر وزود بیان و کم کاری کنندو از این حرف ها.پس الکی اعصابت رو خورد نکن.

دوم: فروشنده ها و اکثر مردم از کار بیزارند و همش به ساعت نگاه می کنند که کی برن خونه. اکثر آدم ها فقط چون مجبورند ، کار می کنند و کارشون رو دوست ندارند. مخصوصا اون ده دقیقه آخر چون همش به ساعت نگاه می کنند زمان برایشون دیرمی گذره برای همین ترجیح می دهند اون ده دقیقه آخر رو منتظر نموند و فرار کنند. راه حلش اینه که اگه شما فروشنده رو می خواین تا ساعت نه نگه دارین باید بهش بگین : ساعت کاری ما نه و ده دقیقه است.این جوری فروشنده هاتون ساعت نه میرن خونشون و شما موفق شدی تا ساعت نه نگهش داری.

راه دیگه اش اینه که شما به خودت بقبولونی که بابا حالا فروشنده ام ده دقیقه زودتر رفت مگه آسمون به زمین میاد. فرض میکنم من اون ده دقیقه رو بهش جایزه دادم.

اگر هم می خواهید ساعت 9 صبح مغازتون رو باز کنید بازهم به فروشنده تون بگویید ساعت ده دقیقه به 9 ساعت کاری شماست.

نکته: برای دیر آمدن و زود رفتن با فروشندها جرو بحث نکنید بلکه دنبال راه حل باشید.

نکته: بعضی ها ساعت مغازه رو دستکاری می کنند مثلا ده دقیقه ساعت روعقب می کشند که فروشنده شون که مثلا ساعت هشت و پنجاه دقیقه

میره خونه بتونن تا ساعت نه نگه دارند. اگه نظر من رو بخواین فکر میکنم این جووری فروشنده بیشتر عصبانی میشه و ساعت هشت و نیم میره خونه اش بعدشم بهانه میاره که ساعتتون خرابه . حالا خود دانی. اگه شما نتیجه گرفتی از این کار، ادامه اش بده.

2-حقوق فروشنده ها

در بازار یک عده عقیده دارند حقوق فروشنده رو نباید همش رو سر ماه بهشون بدی چون فروشنده به محض این که پول رو بگیره ممکنه دیگه نیاد سر کار .پس باید یک کم ازحقوقش رو ندی و بگی ماه دیگه باهات حساب می کنم. خلاصه عقیده دارند که همیشه باید یک مقدار از پول فروشنده دست صاحب مغازه گرو بمونه. اما یه عده دیگه هم عقیده دارند که باید حقوق فروشنده رو سر برج تمام و کامل بهش بدی چون این جووری فروشنده خوشحال میشه که بعد از یک ماه کارکردن حالا داره نتیجه اش رو می بینه. البته با یک عده ای هم که پول فروشنده هاشون رو سه ماه شش ماه هم نمیدن و آخرش نصفش رو هم بالا میکشن کاری نداریم.

اما راه بهتر چیه؟

بهترین راه حقوق دادن اینه که آخر ماه ، آخر وقت که فروشنده می خواد بره خورش صداس میزنی و بعد اگه کارش رو خوب انجام داده بود بهش میگی : خانم یا آقای محترم این ماه شما خیلی خوب وظیفه هاتون رو انجام دادین.من واقعا از شما متشکرم بعد حقوقش رو دو دستی بهش می دی و بعد بهش میگی: حقوقت رو بشمار که کم نباشه. وقتی شمرد و

گفت: مرسی. اونوقت شما طبق توانتون 5 تومن 10 تومن یا هر چه قدر فکر می کنید توان دارید بهش اضافه می دهید و بهش میگی: این پول خیلی ناقابل فقط برای اینه که من یه تشکر کرده باشم واسه این که شما آدم خوبی هستید.

اگه فروشنده تون خوب کار نمیکنه بهش میگی : آقا یا خانم محترم شما آدم بسیار خوبی هستید البته درسته که این ماه بعضی وقت ها نمی تونستید اون جوری که دلتون می خواست خوب کار کنید اما مطمئن هستم که شما مشکلی داشتید و می خواهید ماه دیگه وظایفتون رو بهتر انجام بدین تا این ماه رو جبران کنید. البته بعضی ها به من میگوین که باید این ماه از حقوقتون کم کنم اما چون من میدونم شما آدم شریفی هستید این ماه جریمه تون نمی کنم.

و بعد از این حرف ها حقوقش رو تمام و کامل و دو دستی بهش پرداخت کنید.

نکته: در طول ماه، پول های نو یا تمیز تر رو جمع کنید و حقوق فروشنده تون رو از اون پول های نو و تمیز بدهید . مطمئن باشید اینجوری تو روحیه اش تاثیر داره.

نکته: حقوق رو دودستی تقدیمش کنید.

نکته: پول هایی که به فروشنده تون می دهید بهتره کمی عطر یا ادکلن بزنید چون بیشتر او انها حقوقشون رو بو می کشند و این تو روحیه شون تاثیر داره.

نکته : هر چقدر فروشنده شما روحیه بهتری داشته باشه بیشتر و بهتر براتون می فروشه.

نکته: اینایی که گفتم مغازه دارهای حرفه ای انجام میدن.

3- امکانات رفاهی برای فروشنده ها

در حد توان برای فروشنده تون امکانات رفاهی بگذارید. هر چقدر فروشنده شما کمتر خسته بشه هم بهتر می فروشه و هم بیشتر پیش شما کار می کنه.

اول : یک جایی رو مشخص کنید که فروشنده تون بتونه هر ساعت چند دقیقه بشینه و بفروشه تا از سر پا ایستادن خسته نشه.فروشنده هایی که باهاشون صحبت می کردم می گفتند که : صاحب مغازه به ما می گه حق نشستن ندارید ولی ما واقعا از سر پا ایستادن خسته میشیم و خیلی وقت ها مشتری رو از سرمون وا می کنیم و با خستگی و بیحالی بهش جواب میدیم.

دوم: تا می تونین براشون دستشویی مخصوص فراهم کنید. مخصوصا خانم ها اگه بخوان برای دستشویی برن داخل مغازه همکاراتون یا یه جای تاریک و کثیف؛ ترجیح میدن که دستشویی شون رو نگه دارند و برن خونه دستشویی . وقتی که هم که دستشویی شون رو نگه میدارند نمی تونن جواب مشتری رو بدن و نمی تونن خوب بفروشند. شوخی نمیکنم بروید پرسید.

4- تغذیه فروشنده ها

اول: فروشنده ها ساعت 11 تا 12 صبح و مخصوصا ساعت 5 تا 7 بعد از ظهرگشنه شون میشه .دیدم مغازه دارهایی که در این ساعت ها میرن

یک کیک یا آبمیوه یا خوراکی میگیرن میدن به فروشنده هاشون. چون اعتقاد دارند فروشنده گشنه نمیتونه بفروشه. خداییش راست میگن . من که موافقم.

دوم: اگه فروشنده تون ناهار یا شام میاره تو مغازه بخوره مغازه دار باید موقع غذا خوردن فروشنده خودش تو مغازه باشه و به مشتری ها جواب بده و نگذاره فروشنده از سر سفره پاشه. اگه مغازه دار نمی تونه وایسته باید به فروشنده اش بگه موقع غذا خوردن در رو ببندد و با خیال راحت غذاش رو بخوره. بیشتر مغازه دارها نگران این هستند که مبادا موقع غذا خوردن مشتری بیاد و مغازه بسته باشه . ولی خداییش شما پول درمیارین که غذا بخورین و بعد غذا می خورین که پول درمیارین . پس با خیال راحت غذا بخورید و بگذارید فروشنده هاتون با خیال راحت غذا بخوره تا بهش بچسبه . این جور می مطمئن باشید فروشتون بیشتر میشه. تازه بیشتر مشتری ها وقتی می بینند شما دارید غذا می خورید خرید نمی کنند.

5- جایزه و هدیه برای فروشنده ها

آدم ها ذاتا عاشق جایزه و هدیه هستند . فروشنده و غیر فروشنده هم نداره. در حد توان مالی مغازه تون گاهی هم یک هدیه ای جایزه ای به فروشنده بدهید. خوبه.

6- آموزش فروشنده ها

حتما می دونید آموزش اکثر مغازه دارها چه جوریه. آموزش در یک کلام خلاصه میشه: اینجا وایستا خودت یاد میگیری چه جوری بفروشی.

خداییش این کلام معجزه میکنه. و به یک هفته نکشیده فروشنده تمام جنس های مغازه رو می فروشه. نه داداش گلم زمونه عوض شده بازارها رقابتی شدند. فروش داره حرفه ای میشه. همیشه مراقب فروشنده باشید و هر روز نکته ای درباره فروش به او یاد بدهید. اگر نمی توانید به او چیزی یاد بدهید یک کتاب در باره فروشندگی بخرید و به او بگویید بخواند. او را تشویق کنید که اگر بتواند فروشندگی را یاد بگیرد حقوقش را اضافه می کنید.

7- ساعت کاری خود مغازه دارهایی که فروشنده دارند. خداییش هم از خودم و هم از مغازه دارهایی که مثل خودم هستند خنده ام میگیره. اوایل که مغازه زدیم دو تا فروشنده گذاشتیم در مغازه و خودمون موندیم که حالا ما چی کار کنیم؟ و تنها چیزی که به فکرمون رسید این بود که: خوب حالا فروشنده ها می فروشدند و ما باید فقط بریم خونه بخوابیم و شب به شب بیایم پول ها رو جمع کنیم. حالا میفهمم که خیلی از مغازه دارها ی معمولی مغازه شون رو دست فروشنده میدن و خودشون میرن تفریح و خواب. و همین باعث میشه به دوسال نکشیده ورشکست بشن.

اما مغازه دارهای حرفه ای چه کار می کنند؟ مغازه دارهای حرفه ای وقتی فروشنده میگیرن خودشون هم تا 80 درصد در مغازه هستند. یعنی از ده ساعت 8 ساعت در مغازه هستند. مغازه دار میشناسم میلیاردره نمی توئم اسمش رو بگم . ولی خداییش از فروشنده هاش بیشتر تو مغازه شه. البته از اول که میلیاردر نبود یک مغازه معمولی داشت . شک ندارم یکی از دلایل موفقیت و میلیاردر شدنش اینه

که هیچ وقت فروشنده هاش رو تنها نمی گذاره. الانم که میلیاردره طبقه دوم مغازه اش یک اتاق داره با حموم و تشکیلات. فروشنده هاش میگن : این یارو مگه زن و بچه نداره که ناهار و شامش رو هم تو مغازه می خوره. (البته زن و بچه داره)

آدم ها ذاتا تا وقتی کسی بالا سرشون نباشه کار نمی کنند. یکی از آقایون اقوام به من گفت : من مغازه لباس زیر زدم خودم نمی تونم تو مغازه وایستم چی کار کنم؟ گفتم: اطراف مغازه ات راه برو. همون دورو برها باش تا فروشنده هات بدونند که تو همیشه هستی.

وقتی فروشنده دارید معنیش این نیست که شما بیکار می شوید بلکه مغازه دار باید به حساب ها رسیدگی کند به اجناس رسیدگی کند که کدومشون فروش نرفته؟ چرا فروش نمیره؟ چی کار کنه که فروش بره و خیلی کارهای دیگه.

8-لباس کار برای فروشنده ها

فایده لباس کار چیه؟ چرا خارجی ها هر کدومشون برای کارهاشون لباس مخصوص دارند؟

اول این که آدم ها وقتی لباس کار می پوشند حس کار کردن بهشون دست میده و بهتر کار می کنند. چون تا وقتی تو لباس خودشون هستند فکر می کنند هنوز تو خونه اند یا اومدن بیرون برای تفریح.

دوم این که مشتری وقتی می بینه طرف لباس کار داره حس میکنه طرف به کارش خیلی وارده و اهمیت میده.

سوم: اگه مغازه تون بزرگه مشتری میتونه فروشنده رو از بین بقیه مشتری ها تشخیص بده و گیج نزنه.
پس اونایی که برای فروشنده هاشون لباس کار مخصوص دارند از اونایی که ندارند بیشتر می فروشند.

9- جدی باشید و محترم

با فروشنده خوش و بش کنید و لبخند بزنید اما حرف ها و جک های مستهجن نگوئید. شوخی های که روی فروشنده را با شما باز می کند انجام ندهید. اگر فروشنده با شما خیلی صمیمی شود کار نمی کند چون آدم ها ذاتا اینجوری هستند. در کارتان جدی باشید طوری رفتار کنید که فروشنده با شما با احترام رفتار کند و به قول معروف کمی هم حساب ببرد .

مبارزه با رقیب در بازار

چگونه با رقیب خود در بازار مبارزه و مقابله کنیم .
چند روز پیش یکی از آشناها اومد پیشم می گفت: من یک مغازه لباس زیر مردونه باز کردم من تنها لباس زیر مردونه اونجا بودم اما تازگی ها یک نفر دیگه اومده دیواره دیوار مغازه ما مغازه لباس زیر مردانه زده. آقا کار و کاسبی مارو کساد کرده. رفتم بهش میگم: داداش بیا جنس ها رو با هم بریزیم داخل یک مغازه با هم شریک بشیم میگه نه.

میگم چرا قیمت ها تو اینقدر ارزون می دی ؟ بابا اینجوری هم تو ضرر می کنی هم من. لاقل قیمت ها تو بیار بالاتر . باز هم میگه : نه. موندم با این رقیب چی کار کنم؟

چند ماه پیش هم که رفته بودم کتابم رو به یک مغازه داری تحویل بدم بهم گفت: من کمدم و میز و اینجور چیزها می خرم و می فروشم اما تازگی ها این همسایه ما نمی دونم چی شده که هر مدلی که من میارم اون هم فردش میره همون مدل رو میاره . تاز همیشه هم زیر قیمت من می فروشه . بدجوری بازار ما رو کساد کرده . شیطون می گه برم بزنم

خلاصه موضوع رقیب تو بازار همیشه . همیشه شما یک یا چند رقیب دارید که باید روش هایی بلد باشید که بتونین از رقیبتون بیشتر بفروشین و گرنه اون از شما بیشتر می فروشه. حالا چند تا روش بهتون میگم:

۱ - با رقیبتون دوست باشید نه دشمن .

رقیب همیشه هست اگه باهش دشمن بشین اولاً که همیشه اعصابتون از کارهای اون خورده و زندگی و کار براتون تلخ میشه دوم اینکه اون ممکنه قویتر از شما بشه. چون دشمن تمام تلاشش رو میکنه که شما رو نابود کنه اما اگه باهش دوست باشین اون هم با شما دوستی میکنه و از جانب شما خطری احساس نمی کنه. همیشه به رقیبتون سلام کنید و احوالپرسی. گاهی وقت ها هم براش چایی ببرید و خلاصه از دوستی کم نگذارید. البته منظورم این نیست که منافق باشید و جلو روی رقیبتون

دوستش باشید و پشت سرش حرف بزنید.نه. منظورم اینه که جلو رو و پشت سر رقیب رفتار تون یکی باشه. چون به هر حال جدا از رقابت ما عقیده داریم (روزی دست خداست)

۲- همیشه از رقیبتون یک قدم جلوتر باشید. یعنی چی؟
یعنی اگه مد جدید دکور میاد اول شما باید بزنید. اگه جنس جدیدی میاد اول شما باید بخرید. اگه کولر گازیه بهتره اول شما داشته باشید. اگه مانکن جدیده بهتره اول شما داشته باشید. البته این ها خرجتون رو کمی زیاد میکنه و البته کدوم رقابتی هست که خرج نداشته باشه؟ اگه می خواید از رقیب جلو بزنید بعضی وقت ها باید ولخرجی کنید. مثال واقعی:

تو یکی از خیابون های مشهد که همش مانتو فروشیه چند تا شون بد جوری با هم رقابت می کنن. مانتو X هم همیشه تو رقابت پیش دستی میکنه. اول مانتو X بهترین دکور ها رو زده بود و کلی چلچراغ و ... بعد چند تا مانتو فروشی دیگه اومدن رو دستش بلند شدن و یک دکور زدن که برق می زد واقعا هوش از کله ات می پرید. خوب فکر می کنید مانتو X چی کار کرد؟ آیا بالاتر از اون دکور هم وجود داشت؟ بله! مانتو X کلا مغازه شو با خاک یکسان کرد و یک مغازه به سبک جدید ساخت تا از رقبا جلو بزنه.

اگه رقیبت مغازه اش رو هر روز جارو میکنه و تو نمی کنی یعنی عقبی.
اگه رقیبت ویتترین مغازه اش رو هر روز تمیز می کنه و تو نمی کنی یعنی عقبی.

اگه رقیبت کتاب درباره فروش می خونه و تو کتاب داستان می خونی

یعنی عقبی.

اگه رقیبت صفحه اقتصادی روزنامه رو می خونه و تو صفحه حوادث رو می خونی یعنی عقبی.

اگه رقیبت بره پیامک بفرسته برا مشتریاش و تو بعدش بری بفرستی یعنی عقبی.

اگه رقیبت بره کلاس آموزش حسابداری و تو بعدش بری یعنی عقبی.
اگه می خوای از رقیبت جلو بزنی دو راه داری:

اول : خلاق باشی. اگه نیستی برو چند تا کتاب بخون یا کلاس برو یاد بگیری.

دوم : باید ببینی اولین تغییر کجا رخ میده. مثلا تو جهان معمولا اولین تغییر تو کشورهای پیشرفته مثل آمریکا و ژاپن و آلمان و ... رخ میده . تو ایران اولین تغییر معمولا تو تهران رخ میده بعد میاد مشهد . تو مشهد اولین تغییر تو بالا شهر رخ میده بعد میاد وسط شهر و پایین شهر . و همین جوری..... شما باید زودتر از رقیبتون از تغییرات با خبر بشین و انجامشون بدین.

۳- با هر روشی می تونین باید از رقیبتون بیشتر و زودتر دیده بشین .
تکرار می کنم باید از رقیبتون بیشتر و زودتر دیده بشید.

یعنی چی؟

یعنی مشتری که میاد تو بازار اول چشمش به تابلو یا ویترین یا... مغازه شما بیفته. یعنی این که همون آشنایی که لباس زیر مردونه می فروخت بهش گفتم: میدونی مشتری که میاد چرا اول می ره داخل مغازه رقیبت و اول داخل مغازه تو نمیداد. در حالی که هر دو تا تون دیوار به دیوار هم هستید؟ گفت : نه. گفتم : نگاه کن مغازه اون کنار دیواره. برای همین

چند تا از لباس زیر ها رو اومده رو دیوار آویزون کرده و هر مشتری که رد میشه اول جنس های اون رو میبینه نه جنس های تو رو. گفت : راست میگى خداییش .دوم این که اون پشت شیشه اش زده (ارزانتر از همه جا) ولی تو نزدی. مشتری اول میره پیش اون چون فکر میکنه از تو ارزون فروش تره.

مثال دیگه:

رفتم کولر ماشینم رو درست کنم . از اول بلوار تا آخر بلوار رفتم چیزی ندیدم اما همین که دور زدم دیدم یک تابلو با رنگ قرمز و زرد بزرگ نوشته :

شارژ و تعمیر کولر

رفتم پیشش . چرا ؟ چون دیده می شد. بعدا فهمیدم همون طرف بلوار که من گشتم و شارژ کولری نبود دو تا شارژ کولری بودن که دیده نمی شدن .

یه راه برای این که مطمئن بشین دیده می شین یا نه اینه که هر وقت به یک نفر آدرس میدین بیاد مغازه تون ازش بپرسین : مغازه ما رو راحت پیدا کردی ؟ اگه گفت : آره بابا از دور تو چشمه . پس نتیجه می گیرید شما دیده می شین. اگه گفت: نه بابا، کلی گشتم تا پیدات کردم. بهش نگین: ای بابا مغازه ما از دور دیده میشه. تو کوری بابا،بهتره بری یه عینک بگیری. اینجوری بهش نگین بلکه بهش بگین: شرمند ه ات شدم واقعا . و بعدش هم برین یک فکری به حال دیده شدن مغازه تون بکنید.

اگه اون کسی که آدرس دادین بیاد مغازه تون گفت: اول این مغازه بغلی

رو دیدم فکر کردم تویی . اینجا باید بری قبر کاسبیت رو بگنی، چون اول رقیبت دیده میشه نه تو.

۴- از همه مهمتر و حتی از قیمت هم مهمتر (رفتارتون با مشتری باید حرفه ای باشه)

آقای ریچارد دنی یکی از فروشندگان بزرگ جهان می نویسد:((اگر حق انتخاب داشته باشیم هرگز مایل نیستیم از یک آدم بداخلاق خرید کنیم؛ اما اگر دو فروشنده باشند و هر دو خوش اخلاق باشند ما ترجیح می دهیم از کسی که دو ستش داریم خرید کنیم)).

دو تا سبزی فروشی در خونه ما هست یکی شون به مانزدیکتر و اون یکی یک میلان دورتره . خوب ما میریم از اون دورتره می خریم فقط به خاطر این که اخلاقش بهتره. من تنها اینجوری نیستم همه آدم ها این جورى هستن.

روانشناس ها میگن اکثر آدم ها بر اساس احساس خرید می کنند نه بر اساس عقل . پس اگه احساس خوبی به مشتری بدهید اون حتما از شما خرید میکنه.

5- تا می توانید با قیمت با رقیب مبارزه نکنید بلکه با کیفیت یا اخلاق یا چیزهای دیگه با رقیب مبارزه کنید. بذارید اون قیمت هاشو پایین تر بیاره چون به زودی با این کار دخلش میاد.

۶- رقیب نباید رازهای شما رو بدونه.

این که چقدر فروش دارید . این که چه جور می خرید و چه جور می فروشید رو نباید رقیب بدونه . هرچی رقیب کمتر بدونه بهتره . وقتی ازتون می پرسه شما فروشتون چقدره؟ باید کلی جواب بدین که مشخص نشه شما کم می فروشید یا زیاد. مثلا بگین: ما راضی هستیم به رضای خدا. هرچی خدا بخواد. روزی دست خداست . خدا رو شکر . کم و زیادش مهم نیست مهم اینه که آدم سلامتی داشته باشه.

۷- از رقیب خود تقلید نکنید.

هر کاری رقیبتون می کنه شما نکنید. آدم های ضعیف این کار رو میکنن. بهتره که هر کاری رقیب می کنه شما یا بهترش رو انجام بدید یا متفاوت تر انجام بدید .مثلا اگه رقیبتون یک آکواریوم داخل مغازه اش گذاشت شما نری فردا همون کار رو کنی . چون اولاً رقیب احساس میکنه تو داری باهاش رقابت می کنی و دشمنت میشه دوماً خلاقیت میمیره و میشی تقلید کننده. وقتی رقیب آکواریوم زد تو برو یک عروسک گنده بگیر بذار دم مغازه ات. یا عکس چند تا منظره بزرگ رو بزار رو دیوار مغازه ات. یا چند تا مار وردار بذار تو ویتترینت (البته مارهای غیر سمی)
خلاصه متفاوت باش.

روش تغییر عقیده مشتری

چگونه عقیده مشتری را تغییر دهیم؟

سعی نکنید تصمیم مردم را عوض کنید بلکه با دادن اطلاعات و دلیل کاری کنید که آنها یک تصمیم جدید بگیرند. (زیگ زیگلار)
در این روش شما باید ابتدا با عقیده و نظر مشتری موافقت کنید نه مخالفت. سپس در باره جنس مورد نظر خود توضیح دهید.
مثال :

مشتری : من کفش پاشنه بلند می خوام.

فروشنده کفش پاشنه بلند ندارد می گوید: کفش پاشنه بلند خیلی خوبه معلومه خوش سلیقه هستید. اما ما کفش هایی داریم که وقتی می پوشید کمر درد نمی گیرید. موقع راه رفتن زیاد خسته نمی شوید. جنس کفشش چرمه. در سه رنگ تولید شده. فقط پاشنه هاش به بلندی ای که شما می خواین نیست ولی بسیار شیک و براقه. میشه لطفا یکیش رو پاتون کنید و امتحان کنید؟

مثال برای فروش آپارتمان:

مشتری : آپارتمان طبقه اول می خوام.

فروشنده طبقه اول آپارتمان ندارد بنابر این می گوید: طبقه اول خوبه چون پله های کمتری داره. آپارتمانی که ما داریم سه طبقه بیشتر نداره. طبقه سوم خوبیش اینه که شما سرو صدای رفت و آمد بقیه رو نمی شنوید. دید بهتری هم داره. تازه آشغال های طبقات دیگه رو هم که روی پله ها ریخته میشه در طبقه سوم ندارید. به پشت بام هم نزدیک ترید و برای لباس پهن کردن و کارهای دیگه دسترسی بیشتری نسبت

به طبقات دیگه دارید. و از همه مهم تر روی سقف شما طبقه دیگه ای نیست که سرو صدای راه رفتن و دویدن بچه هاشون شما رو اذیت کنه. حالا اگه اجازه بدید بریم و طبقه سوم رو با هم ببینیم.

محاسبه سود و زیان کسب و کار

(بر اساس تجربه های یکی از دوستان)

هنگامی که صاحب کسب و کاری هستید، سود پادشاه است! تعیین دقیق سود کسب و کار، به شما کمک می کند تا در مورد چگونگی قیمت گذاری محصولات و خدمات، پرداخت به کارکنان و ... تصمیم گیری کنید و از سلامت مالی مجموعه تان مطمئن باشید.

اکثر کسب و کارها حسابدار دارند؛ حالا اگر شما در ابتدای راه هستید یا می خواهید سر از کار حسابدارهایتان در آوردید، شما می توانید با ما همراه باشید.

حسابداران در اولین گام برای خود یک دوره زمانی به نام دوره مالی یا دوره حسابداری مشخص می کنند. این دوره مالی می تواند یک ماه، سه ماه، یکسال و ... باشد. در طی یک دوره مالی، مجموع درآمدها منهای

هزینه ها، سود کسب و کار را می سازد. محاسبه سود با کمی جزئیات، به همین سادگی است.

سود کسب و کار = هزینه ها - مجموع درآمدها

محاسبه سود یا زیان

۱) ابتدا ارزش کل پول های دریافت شده از مشتریان تان (درآمد) را محاسبه کنید. برای پیدا کردن سود کسب و کار شما باید همه پول های کسب شده در یک دوره مالی را جمع بزنید. این پول ها می توانند از منابع مختلف مانند فروش یا خدمات ارائه شده، حق عضویت دریافت شده یا در مورد سازمان های دولتی مالیات و ... باشد. برای مثال فرض کنید ما در ماه مهر ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال کتاب فروخته ایم و ۷,۰۰۰,۰۰۰ ریال بابت حق التالیف دریافت کرده ایم. بنابراین کل درآمد عبارت است از:

$$۲۰,۰۰۰,۰۰۰ + ۷,۰۰۰,۰۰۰ = ۲۷,۰۰۰,۰۰۰$$

۲) کل هزینه های کسب و کار خود را برای دوره مالی مورد نظر محاسبه کنید. بطور کلی هزینه، پولی می باشد که برای کسب درآمد صرف شده است. برای مثال، راننده های تاکسی برای کسب درآمد نیاز به پرداخت هزینه سوخت (بنزین، گاز) دارند. هزینه های کسب و کار بسته به نوع عملیات شرکت متنوع می باشند. فرض کنید ما در ماه مهر برای چاپ کتاب ۱۱,۵۰۰,۰۰۰ ریال پرداخت کرده ایم.

۳) زمانی که شما ارزش صحیح کل درآمد و هزینه کسب و کار خود را بدست آورید، محاسبه سود کاری ندارد. برای پیدا کردن سود کافی است هزینه های خود را از درآمدها کم نمایید. صاحبان کسب و کار ممکن است بخواهند دوباره این سود را در کسب و کار خود سرمایه گذاری کنند یا آن را برداشت نمایند.

در مثال ساده مان، هزینه را از درآمدها کسر می کنیم تا سود مشخص شود

سود کسب و کار = هزینه ها - مجموع درآمدها

$$۲۷ / ۰۰۰ / ۰۰۰ - ۱۱ / ۵۰۰ / ۰۰۰ = ۱۵ / ۵۰۰ / ۰۰۰$$

ما می توانیم این سود را برای خرید یک ماشین چاپ و نشر جدید استفاده کنیم و با افزایش چاپ کتاب، در بلندمدت درآمد و سود بیشتری کسب نماییم.

۴) توجه داشته باشید تنها زمانی که مجموع درآمدها از هزینه ها بیشتر باشد، سود بدست آورده ایم؛ در غیر این صورت، اگر هزینه ها از درآمدها بزرگتر باشند، نتیجه عملیات دوره مالی به زیان ختم شده است. اگر کسب و کارتان به زیان رسید، بدان معنی است که شما پول زیادی برای کسب درآمد خرج کرده اید اما به آن میزان یا بیشتر درآمد نداشته اید. این اتفاق در آغاز راه اندازی کسب و کار، اجتناب ناپذیر است و از دست دادن پول یا زیان، حتماً به این معنا نیست که شرایط کسب و کارتان وخیم می باشد. بطور معمول در ابتدای راه هزینه هایی مانند خرید دفاتر،

ایجاد نام تجاری، دریافت وام و... می توانند منجر به زیان شوند. نتیجه عملیات شرکت آمازون برای نه سال (۱۹۹۴ - ۲۰۰۳) زیان بود تا دوره سودآوری خود را شروع کرد. البته همه زیان ها به این شکل توجیه نمی شوند و همین طور همه ی کسب و کارها با زیان شروع نمی شوند و می توانند از همان ابتدا سودآور باشند.

تمامی شرکت ها صورتحسابی به نام صورت سود و زیان تهیه می کنند که منابع درآمد و جزئیات هزینه را نشان می دهد. الان می خواهیم گام به گام با صورت سود و زیان آشنا شویم.

صورت سود و زیان

۱) صورت سود و زیان با فروش خالص شروع می شود. فروش خالص عبارت است از ارزش ریالی کالاهای فروش رفته منهای تخفیفات، کالاهای گم شده یا آسیب دیده و کالای مسترد (برگشت) شده. برای مثال یک تولیدی کفش در فصل بهار ۳,۵۰۰,۰۰۰ ریال کفش فروخته و ۲۰۰,۰۰۰ ریال تخفیف نیز به مشتریان خود داده است. بنابراین فروش خالص به شرح زیر می باشد.

$$۳/۵۰۰/۰۰۰ - ۲۰۰/۰۰۰ = ۳/۳۰۰/۰۰۰$$

۲) شخصی ۱۰ عدد خودکار به ارزش ۱۰,۰۰۰ ریال خریداری می کند و آنها را ۱۵,۰۰۰ ریال می فروشد. در اینجا به ۱۵,۰۰۰ ریال فروش و به ۱۰,۰۰۰ ریال بهای تمام شده کالای فروش رفته گفته می شود. به عبارتی برای آنکه محصولی را بفروشیم یا آن را می سازیم و یا آن

محصول را ارزان تر می خریم. در گام دوم تهیه صورت سود و زیان، بهای تمام شده کالای فروش رفته از فروش خالص کم می شود. جالب است بدانید که اگر محصول را می سازید، بهای تمام شده آن شامل هزینه های مستقیم ساخت مانند مواد اولیه و حقوق نیروی کار خط تولید می باشد. در ادامه مثال تولیدی کفش، این شرکت ۵۰۰,۰۰۰ ریال برای خرید پارچه و لاستیک و ۲۰۰,۰۰۰ ریال بابت حقوق کارگران دوزنده پرداخت کرد. در این صورت سود ناخالص عبارت است از:

$$۳/۳۰۰/۰۰۰ - ۷۰۰/۰۰۰ = ۲/۶۰۰/۰۰۰$$

۳) سود ناخالص چیست؟ هزینه های کسب و کار محدود به ساخت یا خرید محصول نمی باشد. بلکه هزینه های دیگری مانند اجاره، تبلیغات و... هنوز باقی مانده اند. به این هزینه ها، هزینه های عملیاتی گفته می شود و باید از سود ناخالص کسر شوند. فرض کنید تولیدی کفش برای فصل بهار ۱۰۰,۰۰۰ ریال اجاره، ۲۰,۰۰۰ ریال بابت قبوض آب و برق و ۳۰,۰۰۰ ریال بابت تبلیغ پرداخت کرده است. مجموع هزینه های عملیاتی ۱۵۰,۰۰۰ ریال می شود که از سود ناخالص کم می کنیم:

$$۲/۶۰۰/۰۰۰ - ۱۵۰/۰۰۰ = ۲/۴۵۰/۰۰۰$$

۴) به ۲,۴۵۰,۰۰۰ ریال سود قبل از کسر مالیات گفته می شود. این را بدانید که اگر نتیجه عملیات یکسال شرکت به سود ختم شود باید بر

اساس قوانین هر کشور، درصدی از آن را به عنوان مالیات پرداخت کند.
پس از کسر مالیات، به سود خالص رسیده اید.

فن بیان

فن بیان یعنی چه؟

فن: یعنی هنر ، یعنی مهارت

بیان: یعنی صحبت کردن

پس فن بیان یعنی هنر صحبت کردن یا مهارت صحبت کردن.

اجازه بدین یه داستان براتون بگم:

یک روز صبح رفتم داخل یک مغازه و با مغازه دار درباره روش های فروش صحبت کردم. اون مغازه دار می گفت که بازار خرابه. ربطی به روش های فروش نداره. اصلا مشتری نیست. همین موقع یک خانمی اومد و

گفت: این لباس مجلسی قیمتش چنده؟

مغازه دار با صدای شل و آرام گفت هفتاد هزار تومان.

مشتری تا قیمت رو شنید خواست از مغازه بره بیرون. اما من همین

موقع مشتری رو صدا زدم و گفتم: خانم محترم چرا این لباس رو نخریدید؟ اون خانوم گفت: آخه میگه قیمتش چهار صد هزار تومنه .

مغازه دار با تعجب گفت: نه خانوم من گفتم هفتاد هزار تومنه.

همین جا بود که من کاملا متوجه شدم یکی از روش های فروش

" فن بیان " است. اگه مغازه دار فن بیان خوبی نداشته باشه ممکنه

مشتری قیمت رو اشتباه بشنوه . اگه مغازه دار فن بیان خوبی نداشته باشه ممکنه نتونه جنسش رو به مشتری معرفی کنه. اگه مغازه دار فن بیان خوبی نداشته باشه فروشش پایین میاد.

پس دوستان گرامی! با یادگیری فن بیان و تمرین کردن فن بیان خیلی راحت می تونیم فروشمون رو بالاتر ببریم.

در فن بیان چه چیزهایی باید یاد بگیرید؟

- ✓ شما در فن بیان باید یاد بگیرید که کلمات رو درست تلفظ کنید.
- ✓ باید یاد بگیرید که صداتون نه خیلی بلند و نه خیلی آرام باشه بلکه باید صداتون به گوش مشتری برسه بدون این که بلندتر از حد معمول صحبت کنید.
- ✓ باید یاد بگیرید که کلمات و جمله های منفی به کار نبرید بلکه از کلمات و جمله های مثبت استفاده کنید.
- ✓ باید یاد بگیرید شمرده شمرده صحبت کنید. نه خیلی تند و نه خیلی آهسته.
- ✓ باید یاد بگیرید که از "زبان بدن" یعنی حرکات دست و صورت و سر استفاده کنید.
- ✓ باید یاد بگیرید "لحن صداتون" در جاهای مختلف تغییر کنه.
- ✓ باید " کلمات جدید " و محترمانه تری یاد بگیرید و از اون ها استفاده کنید.
- ✓ باید "اصول متقاعد سازی " یا "اصول پاسخ به ایرادهای مشتری" رو یاد بگیرید تا بتونین یک نفر را قانع کنین نه این که به زور، عقیده خودتون رو به اون تحمیل کنید.

تمرین های فن بیان

1- تمرین اول فن بیان:

یک کتاب یا روزنامه بردارین و از روی آن بخونین و صدای خودتون رو ضبط کنین و بعدش به صدای ضبط ضده خودتون گوش کنین و دقت کنین و ببینین که چه کلماتی را درست تلفظ نمی کنین. دقت کنین که دارین شمرده شمرده صحبت می کنین یا نه. دقت کنین لحن صداتون و هر کدوم رو اشتباه انجام میدین "تمرین" کنید تا درست بشه.

2-تمرین دوم فن بیان:

یک متن چند خطی بنویسین و حفظ کنین. بعد برین جلوی دوربین و سعی کنین اون متن چند خطی تون رو جلوی دوربین اجرا کنین و ضبط کنین. بعد فیلم دوربین رو نگاه کنین و اشتباهات خودتون رو پیدا کنین و اینقدر "تمرین" کنین تا اشتباهاتون از بین بره.

3-تمرین سوم فن بیان:

یک مجری یا سخنرانی که فکر می کنید خیلی خوب صحبت میکنه رو پیدا کنین و بعد یا از داخل تلویزیون برنامه اش رو ضبط کنین یا از بیرون یا از اینترنت سی دی های سخنرانی اش رو به دست بیارین و بشینین تماشا کنین و دقت کنین که فن بیان رو ازش تقلید کنین و یاد بگیرین.

4-موقعی که داخل مغازه با مشتری صحبت می کنید صدای خودتون رو ضبط کنید و بعدا گوش بدهید و ببینید که چه جمله هایی را به مشتری می گویند. اگر جملات منفی و نادرستی را به کار می برید باید به جای آن ها جملات مثبت و بهتری به کار ببرید.

انرژی داشتن برای افزایش فروش

آیا می دانستید اگر انرژی نداشته باشید نمی توانید بفروشید؟؟؟؟
شما چقدر انرژی دارید برای فروش بیشتر؟
چه کارهایی انجام می دهید که همیشه انرژی لازم را داشته باشید؟
آیا نوع و ساعت خوابیدن در انرژی شما موثر است؟
شما چندساعت در روز می توانید با انرژی کار کنید؟
چه مواقعی استراحت می کنید که انرژی شما برگردد؟
شما درونگرا هستید یا برون گرا؟ آیا می دانستید انرژی هر کدام چه نوع بالا می ورد؟

مواردی که باعث می شود انرژی داشته باشیم تا بیشتر بفروشیم:

1-دوش گرفتن

مخصوصا تو هوای گرم باعث میشه شاد و سرحال بریم سر کار

2-دعا و مناجات

وصل شدن به منبع انرژی الهی فوق العاده است . مخصوصا در شروع روز

3-جملات مثبت

مثل: من هر روز بهتر و بهتر می شوم
زندگی من هر لحظه بهتر و بهتر می شود
من هر لحظه به خدا نزدیک تر و نزدیک تر می شوم

4-ورزش

یا حداقل نرمش و بالا و پایین پریدن.
با نرمش و بالا و پایین پریدن
کمک می کنید که انرژی در بدن شما آزاد بشه

5- موسیقی

اخطار: وقتی موسیقی گوش می کنید دقت کنید چی گوش می کنید.
حدود 90 درصد موسیقی ایرانی منفی گراست و شما رو از زندگی بیزار
میکنه. با این که آهنگ شاده ولی متن نوشته شما رو داغون میکنه :
مثل :

دلگیرم از تو

تا قیامت

خداحافظ

خوب اینجایی که میگی : دلگیرم از تو اون هم تا قیامت فکر می کنی
حالتون رو خوب می کنه یا خراب؟ خوب مشخصه خراب میکنه حالتون
رو . این نوع موسیقی ها مخرب هستند.

بهرتره دقت کنید متنی که دارید گوش می کنید زندگی بخش باشه:

مثل

زندگی با تو چقدر قشنگه خوب من

آسمون عشق چه آبی رنگه
کلمات این موسیقی باعث میشه حس خوبی به شما منتقل بشه

6- خواب کافی

می دونید که هر انسان حدودا نیاز به 7 تا 8 ساعت خواب داره
خواب ساعت 10 تا 11 حدود 2 ساعت حساب میشه
خواب ساعت 11 تا 12 هم همین طور
خواب ساعت 12 تا 1 همون یک ساعت حساب میشه
خواب ساعت 5 صبح به بعد هر ساعت نیم ساعت حساب میشه
نتیجه: بهترین ساعت خواب ساعت 10 شب است. ولی متاسفانه به
دلیل شهرنشینی خیلی ها ساعت 12 می خوابند. بعضی ها هم که
دیرتر . خواب ساعت 10 شب تا 12 برای این خوبه که هر یک ساعتش
حدود دو ساعت حساب میشه و انگار 4 ساعت خوابیدید و اینجوری
خوابت کامل میشه. اما اگه از ساعت 12 به بعد بخوابیم مجبوریم تا
ساعت 10 صبح بخوابیم تا خوابمون کامل بشه. اگه خوابمون کامل
نشه شاد نیستیم. انرژی نداریم. احساس خستگی می کنیم. زود عصبانی
می شویم. و همه این ها فروش رو پایین میاره.
مهم: اگه نماز صبح زورمون میاد که بلند بشیم دلایل اینه که ساعت
12 می خوابیم نه ساعت 10 یک کمی با خودمون فکر کنیم که:
آیا ایمان داریم روزی دست خداست؟ اگه ایمان داریم چرا یک کمی
زودتر تعطیل نمی کنیم تا بتونیم ساعت ده بخوابیم و نماز صبحمون قضا
نشه. این رو اول به خودم میگم بعد هم به اونایی که نماز صبحشون قضا
میشه.

7-تجدید قوا

یعنی در بین روز زمان هایی میرسه که انرژی نداریم حالا در این زمان ها بهتره مغازه رو ببندیم و استراحت کنیم یا نه ادامه بدیم و بیشتر پول دربیاریم. به قول معروف یک مشتری هم یک مشتری است؟ وقتی فروشنده بستنی فروشی بودم اینقدر کار می کردیم که خداییش آخر وقت طوری می شد که نه تنها مشتری رو جذب نمی کردیم بلکه مشتری رو فراری می دادیم . چون دیگه نایی برای جواب دادن به مشتری نداشتیم.

ظهر استراحت نداشتیم

موقع ناهار خوردن مشتری میومد و نمی فهمیدیم چی می خوریم
تعطیلی نداشتیم

الان هم خیلی از فروشنده ها همین جوری هستن. برای همینه که دو سه ماه می مونن و در میرن.

حتی خود مغازه دارها هم همین طوری هستن .چند تا از اقوام ما اول صبح میرن مغازه آخر شب میان .ظهر ها هم باز هستند.

بهتره وقتی انرژی ندارید استراحت کنید

در مغازه رو ببندید و استراحت کنید(مگه نمیگی خدا روزی رسان است
پس به اندازه کار کن)

به جاهایی بروید که دوباره انرژی می گیرید مثل دیدن اقوام . رفتن به خانه و صحبت با همسر و فرزندان رفتن به مسجد. رفتن به ...خلاصه هر جا که فکر میکنی اگه بری انرژی میگیری

اگه احساس گرسنگی دارید بروید غذا بخورید .اگه با گرسنگی جواب مشتری ها رو بدین ممکنه زود عصبانی بشین .گرسنگی عصبانیت

میاره. انرژی رو پایین میاره.

اگه گرمتون هست حتما از کولر و ... استفاده کنید گرما انرژی رو پایین میاره. اگه سردتون هست حتما دمای مغازه رو گرم کنید سردی هوا شما رو مچاله میکنه و انرژی رو میگره .

حتما یک دماسنج بگذارید و دمای هوا رو کنترل کنید مطمئن باشید خیلی ها با پایین و بالا رفتن دما انرژی شون هم کم میشه . پس باید دما متعادل باشه. ببینید روی چه درجه دمایی احساس انرژی بیشتری دارید.

خلاصه در طول روز هر وقت احساس کردی انرژی نداری بگرد ببین با چه چیزی و با چه کاری انرژی دوباره برمی گرده . همون رو انجام بده.

همیشه شاد و پر انرژی باشید

قیمت گذاری روی جنس

خیلی ها وقتی جنسی رو میخرن میمانند که حالا چند بفروشن؟ چند بفروشن که گرونفروشی نباشه و حلال باشه؟ حالا در قسمت زیر چند راه مختلف برای قیمت گذاری رو براتون نوشتم:

قیمت گذاری بر پایه درصد

بعضی ها قیمت گذاریشان بر پایه درصد است یعنی جنسی را 5000 تومن می خرند و بعد 30 درصد رویش می کشند و می فروشند.

قیمت گذاری بر اساس هزینه

یعنی جنس برایش 5000 تومن درآمده 100 تومن هزینه حمل و نقل 100 تومن هزینه وقت 100 تومن هزینه تبلیغات 30 درصد هم سود 1000 تومن هم برای تخفیف 2000 تومن برای اجاره مغازه

قیمت گذاری بر اساس ارزش

یعنی این جنس چقدر می ارزد . ممکن است یک جنس را 5000 تومن خریده باشد ولی بنا به دلایلی مثل خیلی زیبا بودن تک بودن تولید شرکت خاص یا جای خاص بودن و.... به نظر فروشنده 14000 تومن می ارزد.

قیمت گذاری بر اساس خرید مشتری

قیمت جنس 5000 تومنی را 7000 تومن می زنند اگر فروش خوب بود 10000 تومن اگر باز هم مردم می خریدند 14000 تومن و همین طور تا زمانی که مردم آن را می خرند قیمت را بالا می برند.

قیمت گذاری بر اساس شناخت مشتری

بعضی ها بر اساس این که این مشتری پولدار است یا کم پول قیمت جنسشان را می گویند یعنی اگر تشخیص دادند وضع مالی مشتری خوب

نیست جنس 5000 تومنی را 7000 تومن می گویند و اگر تشخیص دادند وضع طرف خوب است 10000 تومن قیمت می دهند و اگر وضع مشتری خیلی خوب بود 15000 تومن قیمت می دهند. من خودم این روش رو درست نمیدونم.

قیمت گذاری بر اساس رقابت

بعضی ها برای این که از رقبایشان بیشتر بفروشند قیمت را زیر بازار می دهند. مثلا اگر جنس 5000 تومنی را همه 8000 تومن می دهند برای رقابت بعضی ها 7000 تومن می دهند. در این نوع قیمت گذاری بسیار مواظب باشید چون ممکن است از رقیبتان بیشتر بفروشید اما ممکن است از رقیبتان پول کمتری به دست آورید یا حتی ضرر بدهید.

کدام یک از روش های بالا درست است؟

۱- بستگی به اعتقادات و باور های دینی شما دارد.

۲- بستگی به نوع جنس شما دارد.

فصل هشتم

پاسخ به سوال مغازه داران



پاسخ به سوال آقا ابوالفضل (پیشرفت در بستنی فروشی)

سلام

من بستنی فروشی دارم کیفیت بستنیم عالی سنتی درجه یک هر کی خورده مشتریانم شده فقط نمیدونم چکار کنم اسم ام مثل بمب بیچه. در آمدم خوبه خداروشکر _____ ولی راضی نیستم من تو خیالم حداقل 4 برابر این در آمد رو پیشبینی میکردم. در ضمن مغازه مال بابا هست. 20 سال تجربه داریم. امسال یه شعبه جدید زدیم.

پاسخ آقای آرام:

سلام

اونایی که تونستن مثل بمب بیچیند دو تا کار رو خوب انجام دادند:

1-خلاقیت 2- تبلیغات

مخصوصا در بستنی سنتی که سال ها و قرن هاست هیچ خلاقیت و تفاوتی انجام نشده. مثلا تو بستنی فروشی که شما هستید می تونید تو زمینه های زیر خلاقیت داشته باشید:

خلاقیت در طعم بستنی

اونایی که تونستن مثل بمب بیچن، تو طعم بستنی خلاقیت داشتن و

تفاوت ایجاد کردن. مثل بستنی آیس پک و بستنی شاد. فقط کافیه شما چیزهای مختلفی رو تو بستنی امتحان کنی و یک طعم جدید در بیاری و بعدش بدی چند نفر امتحان کنن. اونوقت اگه گفتن: عالیه! یک کم دیگه بریز بخوریم. شما بگو: دیگه بستنی نیست، تموم شد. بعدش اگه گفتن: جون مادرت برو یک کم دیگه درست کن. اونوقت می فهمی که طعم بستنی شما عالی بوده و خلاقیت شما جواب داده.

خلاقیت در چوب بستنی

چوب بستنی که باعث بشه، بستنی ها روی لباس مشتری نریزه یا اینکه چوب بستنی قشنگ باشه یا بشه بعد از خوردن بستنی با چوبش چیزی درست کرد و غیره

خلاقیت در شکل بستنی

مردم خیلی زود از شکل یه چیزی خسته میشن برای همین بهتره یه شکل جدیدی از بستنی درست کنی

خلاقیت دکوراسیون مغازه بستنی فروشی

خلاقیت در مسابقات و کارهای عجیب

مسابقه بستنی خورون میگذاری در حد تیم ملی. یا یه بستنی بزرگ درست می کنی که یه آدم بتونه توش یه روز زندگی کنه تا همه بگن یعنی چی اونوقت!!

مثل مغازه های ساندویچ فروشی که مسابقه سوسیس خورون می گذارن.

خلاقیت در خدمات و رفتار و نوع لباس پوشیدن

لباس مخصوص کار و شکل متفاوت لباس و خدمات و برخورد خوب می تونه مثل بمب صدا کنه

خلاقیت در اندازه بستنی

خیلی وقت ها شده که اندازه یه چیزی باعث شده مثل بمب صدا کنه . خلاصه خلاقیت رو که از خودت در و کردی بعدش همون خلاقیتت رو تبلیغ می کنی. البته اگه خلاقیتت خیلی عالی باشه خودش دهان به دهان می چرخه و نیازی به تبلیغات هم نیست.

پاسخ به سوال آقا احسان درباره شکست خوردن

سلام انصافا دم شما گرم .من یه مغازه موبایل فروشی دارم تا پارسال که پول داشتم خوب بود الانم شکر میگذره.اما امسال سرمایه منم گذاشتم تو کمپوست خلاصه یارو هم کلاهبردار در اومد.حالا چون مغازم جنس زیادی نداره رغبت ندارم برم و حوصلم تمث قبلا نیس..خواهشا هم برام دعا کنید مشکلم حل شه و هم کمکم کنید بی نهایت ممنون

پاسخ آقای آرام:

سلام آقا احسان عزیز

موقعیتی که اکنون شما در آن قرار دارید رو درک می کنم زیرا خود من هم در این موقعیت قرار گرفته ام یعنی زمانی که پول و سرمایه بر باد می رود و احساس می کنی که ممکن است هیچ وقت دیگر به آن نرسی یا احساس می کنی که باز هم باید سال ها تلاش کنی تا دوباره سرمایه ای جمع کنی .

این ها فکر هایی است که تو فکر بیشتر آدمایی که شکست می خورن به وجود میاد.حتی بعضی ها اینقدر نا امید میشن که افسردگی میگیرن و از کارکردن هم میفتن.اما می خوام بگم آدم های حرفه ای چون طرز فکرشون درست هست طور دیگه ای باشکستشون برخورد می کنن.طوری که نه تنها او نها رو از پا نمی اندازه بلکه بهشون قدرت هم میده.

اگه بتونی فکرت رو عوض کنی و مثل آدم های حرفه ای با شکست برخورد کنی اونوقت مطمئن باش هم حالت خوب میشه هم زودتر پیشرفت می کنی و هم خیلی سریع از بقیه جلو میزنی.

چند تا طرز فکر و راه حل بهت میگم:

اول اینکه آدم های حرفه ای شکست رو تجربه می دونن نه شکست. اونهامعتقدند هر شکست می تونه به شما کمک کنه که حواست رو بیشتر جمع کنی و راه درست و سریع رسیدن به موفقیت رو بهتر پیدا کنی. اون ها معتقدند که هر کسی که بیشتر شکست خورده اما نا امید نشده و به کارش ادامه داده تونسته از همه بیشتر پیشرفت کنه. نمونه اش همین بابک بختیاری که همه بهش می گفتن تو اینقدر شکست خوردی خسته نشدی ؟ اما اون حتی وقتی که طلبکار ها دنبالش بودن باز هم به آرزوهایش فکر می کرد. اون میگه هیچ وقت نشد که از شکست نا امید بشم چون می دونستم امید داشتن من رو به موفقیت می رسونه.

دوم این که آدم های موفق معتقدند اگه کسی تو زندگیش شکست نخورده احتمالاً کار مهمی هم انجام نداده یا سرمایه گذاری انجام نداده. کسی که کاری انجام نمی ده خوب شکست هم نمی خوره اما آدمی که دنبال موفقیت هست خوب ممکنه شکست هم بخوره. پس شما باید خوشحال باشید که شکست خورده اید از این جهت که شما هم خواسته اید که انسان موفق باشید. شما در راه موفقیت گام برداشته اید پس حتما موفق خواهید شد .

سوم این که شما برای رسیدن به موفقیت دوباره، نیاز به نیرو و انگیزه دارید پس با هر امکاناتی که داری سعی کن بهترین نتیجه را بگیری. منظورم این است که من دیده ام که یک نفر با یک مغازه کوچک و جنس کم توانسته است از یک مغازه بزرگ با جنس زیاد بیشتر در آمد کسب کند خود شما هم حتما این جور مغازه دارها را دیده اید . پس شما هم می توانید با یک مغازه کوچک و اجناس کم پول بیشتری در آورید به شرطی که ناامیدی را کنار بگذارید و حرفه ای کار کنید.

چهارم این که فرض کنید که 5 سال طول کشیده که شما سرمایه ای جمع کنید و حالا آن سرمایه را از دست داده ای آیا باید پنج سال دیگر تلاش کنید تا آن سرمایه را دوباره به دست آورید؟ نه اینجوری نیست. شما الان در مدت یک سال یا شش ماه یا حتی کمتر می توانید به اندازه پنج سال درآمد داشته باشید چون حالا شما تجربه دارید و انسان با تجربه خیلی سریع تر می تواند پول در آورد پس نگران پول از دست رفته خود نباشید چون به زودی می توانید آن بیشتر هم در آورید. و آخر این که توکل به خداوند بزرگ کنید و من هم برای شما دعا می کنم انشاء الله بیشتر از آنچه که از دست داده اید به زودی به دست آورید.

مانند انسان های حرفه ای به شکست نگاه کنید تا روحیه ای عالی و زندگی شادی داشته باشید. ضمناً توصیه می کنم سرمایه تان را فقط در کاری وارد کنید که تجربه لازم را در آن کار دارید. و تا جایی که می توانید شریک نگیرید چون بالای نود درصد شراکت ها و شرکت ها به شکست می انجامد . موفق باشید

سوال آقا ابراهیم (بازگشت مشتری به فروشگاه کفش)

مشتری آمده و ما جنس مورد نظر او را نداریم .چه کار کنیم که این مشتری باز هم به مغازه ما بیاید؟

پاسخ:

روش اول : این روش در بازار توسط گروهی از مغازه داران اجرا می شود مغازه دار شماره موبایل مشتری های خود را به روش های مختلف جمع آوری می کند و سپس هر زمان که جنس جدیدی بیاورد از طریق سامانه ارسال پیامک به مشتری هایش خبر می دهد . مثلا می نویسند. (کفش های مدل جدید فروشگاه غزال رسید. بازدید شما موجب شادی ماست. بفرمایید) یا هرزمان که فروش فوق العاده دارند باز هم پیامک می دهند

روش دوم : اگر سامانه پیامک ندارید می توانید از این روش استفاده کنید. یک پارچه روی شیشه مغازه بزنید و روی آن بنویسید که هر هفته یا هر ماه یا حتی هر سال یک بار شما جنس جدید می آورید و مشتری ها می توانند برای بازدید بیایند. مثلا بنویسید(این فروشگاه هر هفته اجناس مدل جدید می آورد .بفرمایید بازدید) یا بنویسید(فروشگاه غزال هرماه کفش های مدل جدید خود را عرضه می کند. هر ماه منتظر بازدید شما هستیم) بعد از این که این پارچه تبلیغاتی رو زدید هر مشتری ای که داخل مغازه شما می آید و شما جنس مورد نظر او را ندارید می توانید به او بگویید(آقای محترم ما هر هفته مدل های جدید کفش را می آوریم شما می توانید هفته بعد به ما سر بزنید.)

سوال از طرف یوسف جان (تخفیف در بوتیک)

سلام آرام جان

قبلا گفته بودم خانمم 3 ماهی میشه که بوتیک زده ، قیمت‌هامون از همه جای شهر پایینتره و تخفیف به هیچ عنوان نمیدیم چند باری مشتری اومده مغازم و درخواست تخفیف کردن ولی چون تخفیف نمیدیم جنسو نخریدن فقط یکی از اونا بعد از چند روز اومده و جنس رو خریده و چندتای دیگه برنگستن بنظر شما این روال رو ادامه بدیم یا تخفیف بدیم؟

پاسخ آقای آرام:

سلام یوسف جان. سال خوبی داشته باشید سالی پرفروش و پردرآمد را برایتان آرزومندم. در جواب سوالتون باید بگم که تخفیف دادن یکی از راه های جذب مشتری است. شما اگر اول کارتان است بهتر است برای جذب مشتری تخفیف قائل شوید. البته چون می گوئید از جاهای دیگر ارزانتر می فروشید می توانید طوری تخفیف دهید که ضرر نکنید. مثلا اگر یک لباس 10000 تومان در بازار قیمت دارد و شما 8000 تومان می فروشید بهتر است شما هم قیمت خود را 10000 تومان قرار دهید که اگر مشتری تخفیف خواست بتوانید تخفیف دهید. بیشتر مشتری ها دوست دارند تخفیف بگیرند زیرا جنبه روانی دارد که در کتابم کاملا توضیح داده ام. اگر جنستان در بازار تک است و می خواهید 8000 تومان قیمت گذاری کنید و تخفیف ندهید بهتر است 10000 تومان قیمت

گذاری کنید و لی تخفیف بدهید.البته فروشگاه ها بی هستند که هرگز تخفیف نمی دهند که علت آن هم این است که آنها فرصتی برای تخفیف دادن و چک و چانه زدن ندارند چون مشتری زیاد دارند. هرچند آنها هم در یک دوره زمانی خاص تخفیفات ویژه ای به مشتریان می دهند یا چند ردیف را مخصوص اجناس تخفیف دار می گذارند تا مشتریانی که بدون تخفیف خرید نمی کنند را هم جذب کنند.

شاد باشید

سوال ازطرف صالح عزیز(قیمت گذاری شرعی)

سلام با تشکر از وبلاگ آموزنده شما. من نسبت به حلال و حروم حساس هستم ولی فرمول مناسبی رو بلد نیستم میشه بگین درصد شرعی برروی کالاها چه جوری هست؟ کلا سیستم قیمت گذاری حلال روی اجناس مثل کاغذ و مواد مصرفی؟

در صورت امکان کتابی هم برای اخلاق یا احکام کسب معرفی کنید. با تشکر

پاسخ آقای آرام:

صالح عزیز

با سلام. در زمینه قیمت گذاری هر کسی اعتقادی دارد . من چند منبع رو براتون می نویسم خودتون تصمیم بگیرید که چه جوری قیمت گذاری شرعی انجام بدهید.

برای قیمت گذاری شرعی به آدرس زیر مراجعه کنید.

<http://marefateeqtesadi.nashriyat.ir/node/18>

<http://islamquest.net/fa/archive/question/fa39981>

و برای احکام کسب به آدرس زیر مراجعه کنید.

<http://islamicec.ir/>

برای تهیه کتاب "آداب و احکام کسب و کار: مطابق با فتاوی حضرت آیه الله العظمی علوی گرگانی (ره)" به آدرس زیر بروید.

<http://www.bankkm.com/bookdetail.php?book=13963>
[2](#)

موفق باشید.

صالح: جناب آقای علیزاده مطالبی که گذاشتین خیلی جامع و کمک کننده بود از وبلاگتون و وقتی که گذاشتین ممنونم . با تشکر

سوال از طرف آقا رسای عزیز(جمع آوری شماره مشتری)

با سلام وخسته نباشید

آیا راهی برای جمع آوری شماره های کسانی که خرید می کنند هست که بشه تو تخفیفات یا مواقع حراجی و خرید های جدید بهشون با سامانه پیامکی اطلاع داد؟

پاسخ آقای آرام:

سلام رسای عزیز

راه برای جمع آوری شماره تلفن مشتری ها زیاده اما اولاً باید بتونی از اون راه ها استفاده کنی دوماً بهتره طوری شماره ها رو بگیری که مشتری احساس نکنه مزاحمش هستی و می خواهی پیام های الکی برای فروش جنست بدی. چند تا راه می گم امیدوارم انجام بدهید.

1- وقتی مغازه لوازم آرایشی داشتم یک مسابقه برگزار کردم . سوال رو روی یک بئر نوشتم و در مغازه زدم و نوشتم هر کس جواب مسابقه را به شماره پیامک ما ارسال کنه ما بهش جایزه می دیم. اینجوری بود که ما تونستیم شماره های خیلی از مشتری ها رو جمع آوری کنیم. البته سوال ساده گذاشتیم و جایزه رو تا جایی که تونستیم ارزشمند گذاشتیم.

2-یه روش دیگه اینه که وقتی مشتری میاد تو مغازه ، مغازه دارها به مشتری هاشون میگن اگه عدد 1 رو به شماره پیامک ما ارسال کنید ماهر وقت جنس جدید آوردیم به شما با پیامک اطلاع میدیم.یا میگن هروقت تخفیف داشتیم یا جشنواره فروش داشتیم یا فروش فوق العاده داشتیم با پیامک به شما خبر می دیم.

3-یه روش دیگه اینه که روی هر جنس میان یک بارکد می زنند و می گن اگه می خواین بدونید که این جنس اصله یا نه یا می خواهید اطلاعات بیشتری درباره جنسی که خریدید به دست آورید شماره بارکد را به شماره پیامک ما ارسال کنید.

4-یه روش دیگه برای بعضی اجناس مثل بازیهای کامپیوتری به کار می ره اینه که روی اجناس یک رمز می گذارن و بعد به مشتری میگن اگه می خوای رمزت فعال بشه شماره بارکد یا نام نام خانوادگیت رو به شماره ما پیامک کن تا ما رمز رو برات ارسال کنیم.

5-یک روش دیگه اینه که بعضی از مغازه ها برای مشتری هاشون فاکتور صادر می کنند و هر وقت میخواهند فاکتور رو پر کنند از مشتری شماره موبایل هم می خواهند و اینجوری شماره رو به دست میارن.

6- یه روش دیگه اینه که بعضی ها برای مشتری کارت تخفیف می زنند و میگن اگه می خواهید کارت تخفیف شما فعال بشه باید عدد مثلا 4526 رو به شماره پیامک ما ارسال کنید تا کارت تخفیف شما فعال بشه.

سوال از طرف هادی عزیز(عدم فروش در لوازم یدکی)

سلام داداش گلم

واقعا حرفات شاهکاران.

من 3ساله مغازه لوازم یدکی پرایدوپیژودارم و بتازگی 2ماه پیش چون مغازه دار، مغازشو خواس مجبوربودم باربزنم. حالالاومدم اینجامشتری ندارم البته اونجاهم نداشتم. حالالاینجا حدود 30میلیون تومن روجنسام اضاف کردم و مغازمو پرکردم وقیمت ماخیلی خیلی اوردم پایین مثلا دیسک و صفحه پراید ومیارم 95هزارتومن و فقط 2هزارروش میکشم و میدم 97ت ولی بازم مشتری نیس. حسابی هم تبلیغ کردم.ت و دیوار.نشریات.تراکت.کارت ویزیت.پنل پیامک.حسابی واسه تبلیغ هزینه کردم. ازدکور و قفسه گرفته تاویتترین ومیز کار وکفپوش مغازه همه رو نوگرفتم. کرایه مغازم ماهی 700هزارتومنه و تا حالا نتونستم کرایه رو در بیارم.از اون محل قبلیم فرارکردم گفتم شاید اینجا برام بگیره ولی بازم بی فایدهس. موندم چیکارکنم .حالا ازت تقاضا دارم با استفاده از تجربت راهنماییم کنی. هرکاری بگی انجام میدم. منتظر جوابتون هستم.

پاسخ آقای آرام:

سلام هادی جان

کاملاً درک میکنم وقتی که خرج می کنی و درآمد نداری چه حس بدی داره. ولی به هر حال بعد از هر سختی یک آسانی هم هست. اگه به

کارتان ادامه بدهید و مشکلاتش رو حل کنید ان شاءالله موفق می شوید. چند راه حل پیشنهاد میکنم به شرطی که این ها را انجام دهید فروشتان بیشتر شود.

1- لوازم یدکی باید حتماً جایی زده بشه که کلی تعمیر گاه ماشین دو رو برش باشه. پس اول باید ببینی مغازه شما تو محله تعمیر کارها هست یا نه. اگه هست که خوبه. اگه نیست باید حتماً پیک موتوری بگذاری تا سریع لوازم رو به تعمیر گاه برسوند.

2- یک راز فروش در ایران (ارتباطات) است. یعنی شما زمانی میتونی بفروشی که با مشتری ها ارتباط خوب داشته باشی. حالا بیشتر مشتری های شما تعمیر کاران هستند. پس شما باید ارتباطت رو با تعمیر کاران خوب و صمیمی کنی تا اونها برات مشتری بفرستند. وقتی ارتباط دوستانه با تعمیر کارها داشته باشی خوب تو ایران معلومه دیگه کسی روش نمیشه مشتری رو جای دیگه بفرسته و پیش دوستاش می فرسته. حالا برای رابطه دوستانه با تعمیر کارها چه کار باید بکنی؟

الف: اول اینکه هر روز از جلو تعمیر گاه ها رد شو و به اون ها سلام کن. هر روز پیش تعمیر کاران یک تعمیر گاه 5 دقیقه وایستا باهاشون خوش و بش کن. اگه این کار رو ادامه بدی بعد از یک ماه همه باهات دوست میشن.

ب: اگه بعضی روزها نرسیدی بهشون سر بزنی حتما تلفن بزنی و یک بهانه ای بیار تا باهاشون کمی صحبت کنی. مثلا زنگ بزنی بگو دیشب فوتبال رو دیدی؟ راستی می خوام برم کارت سوخت بگیرم تو می دونی باید از کجا بگیرم؟ خلاصه از این جور حرفها که دوست ها با هم میزنن.

ج: قیمت جنس هات رو پایین نیار بلکه قیمت واقعی رو بگو و بعد یک دفترچه درست کن به تمام تعمیرگاه ها بگو هر مشتری که اون ها برات بفرستن مثلا 10٪ از سود اون جنس رو به تعمیر گاهی که مشتری برات فرستاده میدی و بعد سر هر ماه هم با تعمیر کاران تسویه حساب کن . یا می تونی کارت درست کنی و بین تمام تعمیر کاران پخش کنی و بگی هر مشتری که اونا می فرستن یک دونه کارت هم دست مشتری بدن که اسم اون تعمیرگاه تو اون کارت نوشته شده اینجوری شما می فهمی که اون مشتری از کدوم تعمیر گاه اومده و بعد کارت ها رو نگه دار برای موقع تسویه حساب با تعمیر کاران.

د: اگه میتونی خودت را با روش هایی خاص کن که اسمت تو دهنا بیفته. مثلا تو لوازم یدکی چیزایی رو که خیلی معمولیه و هیچ کس نمیاره شما برو چند تا بگیر بیار اینجوری اسم درمیاری که هر وقت هر کس نتونست چیزی رو پیدا کنه میگن برو لوازم یدکی فلانی از شیر مرغ تا جون آدمیزاد اونجا دارن. اگه یه وقتی هم نداشتی اگه برات ممکن بود براشون سفارشی بگیر بیار . ممکنه کمی زحمتت زیاد بشه ولی ده سال که اینجوری کار کنی معروف میشی.

ه: کتاب ((آیین دوست یابی)) اثر ((دیل کارنگی)) رو حتما حتما بخون.

و: تبلیغات رو روی اجناسی متمرکز کن که همه ماشین دارها لازم دارند.
مثلا قفل فرمان رو تبلیغ کن .هیچ وقت کلی تبلیغات نکن. البته باید
روش های تبلیغات رو بلد باشی
موفق باشید.

سوال از طرف یک دوست (جا افتادن پاساژ)

دوست عزیز عرض سلام و خدا قوت

وبلاگ خیلی قشنگ و پر محتوایی دارید و مطالبتان گویای آن است که
شما از دید وسیع و دل بزرگ برخوردار هستید و چه خوب با صداقت و
صبر و حوصله کاربرانتان را راهنمایی می کنید.موفق و سربلند و کامیاب
باشید.دوست عزیز بنده یک فرهنگی باز نشسته هستم و یک مغازه
کوچک 15 متری در طبقه زیرهمکف واقع در یک مرکز خرید 3 طبقه
در تبریز خریده ام و به تازگی لباس زنانه ترک باز کرده ام هیچ تجربه ای
هم در این خصوص ندارم ولی با توجه به علاقه زیاد ، مطالعات زیادی در
این زمینه انجام داده ام و ضمناً از مطالب کتابها و وبلاگ بسیار خوب
شما بهره برده ام . و مشاوره هایی با دوستان صاحب تجربه داشته ام

واجناس ترک را توسط یکی از دوستان مستقیماً از ترکیه می آوریم و مشکلی در این مورد وجود ندارد.

مشکل: بجهت اینکه مرکز خرید تازه تاسیس است و اکثر مغازه ها فعلاً خالی هستند و رفت و آمد نسبت به همکف کمتر است و مغازه های خالی محیط را سرد جلوه می دهد فعلاً مشتری کمتری دارم . شما چه راهکاری برای رونق مرکز خرید و جلب مشتری و افزایش فروش پیشنهاد می کنید. با سپاس فراوان از زحمات شما

پاسخ آقای آرام:

تعریفات گرم و دلنشینتان مرا به وجد آورد هرچند خود را لایق این همه لطف شما نمی دانم. در جواب سوال شما چند مطلب را طبق تجربه پیشنهاد می کنم:

1- اینکه می گوئید بازار تازه تاسیس و خلوت است و نیاز به رونق دارد مسئولیتش بر عهده مدیریت بازار است البته من هم پیشنهاداتی می توانم ارائه دهم:

اول اینکه رونق یک بازار تازه تاسیس نیاز به زمان دارد و شما باید صبور باشید. حداقل بین 6 ماه تا دو سال طول می کشد.

دوم اینکه در تهران بازار علاءالدین به خاطر این که کاری کند که مردم به بازار بیایند سعی کرد تا مشاغلی را وارد بازارش کند تا مردم مجبور شوند داخل بازار بیایند. مثلاً طبقه سوم را به یک بانک داد و مردم چون بابانک سرو کار دارند مجبور می شدند تا طبقه سوم بازار بروند و اینگونه بود که آن ها توانستند تا طبقه سوم بازارشان را پر رونق کنند.

سوم اینکه بعضی از بازارها به خاطر این که زودتر رونق پیدا کنند با مالکان مغازه ها صحبت می کنند و پیشنهاد می دهند با هزینه بسیار پایین مغازه شان را باز کنند و یک فروشنده هم بگیرند و بگذارند. درست است که ممکن است تا شش ماه پول کمی خرج کنند اما چون بازار رونق می گیرد سود زیادی نصیب مالکان می کند.

چهارم اینکه بعضی از بازارها به مدت چهار ماه تا یکسال اجاره نمی گیرند و رایگان مغازه را در اختیار مغازه داران می گذارند تا زودتر بازار رونق بگیرد.

پنجم اینکه تبلیغات گسترده و روزانه در روزنامه ها ی شهرشان انجام می دهند. خلاصه راه زیاده و همه این مسئولیت ها بر عهده مدیر بازار است.

اما شما چه کاری می توانید انجام دهید؟

اول اینکه چون بازار خلوت است به نفع شماست . چون شما تازه کارتان را شروع کرده اید و اگر یک تازه کاروارد بازار شلوغ شود و نتواند درآمد کسب کند فکر می کند خودش آدم بی عرضه ای است در حالیکه اینطور

نیست و یک تازه کار باید دو سه سالی کار کند تا یاد بگیرد چگونه بفروشد. به نفع شماست چون می توانید زمانی که بازار رونق می گیرد یاد یگیرید که چگونه می توانید بفروشید.

شما می دانید که یادگیری این نیست که یک مطلبی را بخوانید و فکر کنید که یاد گرفته اید بلکه یادگیری یعنی این که آن مطلب جزو عادت و شخصیت شما بشود. مثلا یک نفر کتابی درباره رانندگی بخواند و از دیگران هم درباره رانندگی بپرسد آیا راننده می شود؟ خیر. آیا اگر این فرد پشت ماشین بنشیند و یک هفته تمرین کند راننده می شود؟ خیر. آیا اگر این فرد یک سال پشت ماشین بنشیند و رانندگی کند آیا راننده می شود؟ بله راننده می شود اما حرفه ای نمی شود.

اگر بخواهد راننده حرفه ای شود باید سال ها تمرین کند. درمغازه داری هم همین گونه است. بازار خلوت به شما اجازه می دهد تا فروشندگی را تمرین کنید و انشا الله روزی حرفه ای شوید. دوم این که وقتی احساس کردید می توانید بفروشید آنوقت اقدام به تبلیغات در طبقه اول بازار کنید. یک مکان را اجاره کنید و در آن جا مغازه خود را تبلیغ کنید. البته قبلا گفته ام شما زمانی باید تبلیغ کنید که چیزی برای تبلیغ داشته باشید.

سوم اینکه حتما با مدیریت بازار صحبت کنید و فلش ها یا تابلو هایی نصب کنید که مشتری را به خرید از طبقه پایین دعوت کند.

چهارم این که اگر بتوانید با تمام مغازه داران طبقه پایین صحبت کنید و به آن ها بگویید به مدت یک تا چند ماه تخفیف فوق العاده بدهند این

جوری چون تمام مغازه های طبقه پایین تخفیف می دهند مردم ترغیب می شوند به طبقه پایین بیایند.

پنجم این که با مغازه دار ها و مدیریت صحبت کنید و طبقه پایین چیز جالبی بگذارید تا مردم برای دیدن آن بیایند. مثلا چند کبوتر مخصوص بگذارید. یا اگر امکان دارد میمون و مار و ... خلاصه بستگی به فضا و موقعیت و پولتون داره .

مثلا تو بازار های مشهد آبخار می گذارند یا فواره آب موزیکال می گذارند. عروسک هایی رودیدم که قدشون دو متره و شکل گربه و موش و.. هستند. گذاشتن این ها هم تاثیر دارد.

ششم طبقه پایین اگه جایی برای بازی بچه ها بگذارید حتی دو متر در دو متر و داخلش توپ یا اسباب بازی بگذارید این باعث می شه پدر و مادرهایی که بچه دارند بیان طبقه پایین. البته این جا باید در و دیوار مخصوصی که تو شهر بازی ها می گذارند داشته باشه تا بچه ها این ور و آنور نروند.

هفتم این که اگر مدیریت بازار براتون کاری نکرد شما چند تا مغازه طبقه پایین باید بروید و مغازه های خالی طبقه پایین رو کاملا تمیز کنید و بعد روی شیشه مغازه های خالی رو عکس و پوستر یا پارچه های عکس دار یا هر چیز دیگه ای بزنید تا محیط پایین شلوغ و کشیف و سرد دیده نشه. درسته زحمت داره ولی پول بدون زحمت به دست نمیاد. این ها بی که گفتم درباره اش فکر کنید باز هم در خدمت شما دوست عزیز هستم.

سوال آقای آرام از شما خواننده کتاب:

از سه روش می توانید یک کار را یاد بگیرید:

1-راه اول (تجربه)

یعنی کاری را که مهارت ندارید آنقدر انجام دهید و خراب کنید و درست کنید تا بالاخره آن کار را یاد بگیرید. بعضی از تجربه ها بسیار گران به دست می آیند.

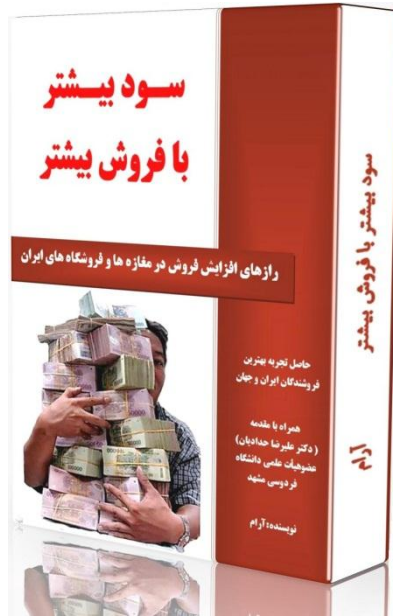
2-راه دوم (تقلید)

یعنی کاری را یک نفر انجام داده و شما هم می روید از او تقلید می کنید و انجام می دهید.

3-راه سوم (آموزش)

یعنی شخص آموزش دهنده ، راه های درست را بر اساس تجربه و تقلید و تحقیق، پیدا کرده است و اکنون ما می توانیم راه درست را از او یاد بگیریم.

سوال: از کدام یک از روش های بالا یک نفر می تواند سریع تر از دیگران کاری را یاد بگیرد و پیشرفت کند و درصد موفقیتش هم بسیار زیاد بشود؟



این کتاب را افراد و سازمان های زیر توصیه کرده اند بخوانید:

- 1- توصیه شده از طرف مغازه دارنی از سراسر ایران
 - 2- توصیه شده از طرف معلم بازاریابی ایران جناب پرویز درگی
 - 3- توصیه شده از طرف دکتر علیرضا حدادیان عضو هیات علمی دانشگاه مشهد
 - 4- توصیه شده از طرف کمیته اجرایی مجتمع های تجاری مشهد بازارهای الماس شرق - بازار وصال - بازار بزرگ فردوسی
 - 5- توصیه شده از طرف روزنامه وطن امروز (قسمت کاسب ایده آل)
 - 6- توصیه شده از طرف رادیو اقتصاد برنامه روزی پاک
- برای تهیه این کتاب، آدرس خود را به شماره **09159314659** پیامک کنید.

یک خواهش: دوست گرامی که این کتاب را خواندید از شما متشکریم. نوشتن مطالب این کتاب حدود دو سال طول کشیده است خواهشمندیم پنج دقیقه وقت بگذارید و اگر از این کتاب راضی هستید به سایت maghazedari.ir بروید و نظرتان را بنویسید. اگر احتمالا نقصی در کار ما دیدید به شماره 09159314659 پیامک کنید تا کتاب را اصلاح کنیم.

خوبی هایمان را به دیگران بگویید و نقصمان را به خودمان بگویید.

بسیار بسیار متشکریم.

رزومه آقای آرام:

- ✓ نویسنده کتاب فوق العاده " سود بیشتر با فروش بیشتر "
- ✓ نویسنده کتاب " مغازه داری حرفه ای "
- ✓ 16 سال سابقه آموزش
- ✓ مدیر سایت maghazedari.ir
- ✓ موسس انجمن مغازه داران حرفه ای ایران با 1000 عضو
- ✓ مدیر فروش شرکت ساختمانی بهین سازه گیتی بُندار
- ✓ مدیر فروشگاه اینترنتی رزاق
- ✓ "مدیر وبلاگ " تکنیک های فروش بیشتر در مغازه یا فروشگاه
- ✓ سابقه مغازه داری لوازم آرایش، سوپر مارکت، بدلیجات و بازیهای پلی استیشن
- ✓ چاپ پنج مقاله " کاسب ایده آل " در روزنامه وطن امروز
- ✓ موسس کانون فرهنگی منتظران مهدی (عج)
- ✓ تاسیس موسسه " معلم بزرگ "
- ✓ و ...

کلاس های آقای آرام در موسسه معلم بزرگ:

- ✓ آموزش موفقیت حتی برای ناموفق ترین انسان ها (10 جلسه)
- ✓ آموزش فروش حرفه ای برای مغازه داران و هر کسی که چیزی می فروشد. (10جلسه)
- ✓ آموزش افزایش در آمد حتی برای بیکاران (20 جلسه)
- ✓ آموزش راه اندازی فروشگاه اینترنتی با یک میلیون تومان (10 جلسه)
- ✓ آموزش ایجاد انگیزه برای قبولی صددرصد در کنکور(2جلسه)

اگر فکر می کنید آموزش، هزینه است، مجبور می شوید هزینه های ناآگاهی را پردازید. "آرام"



✓ سفارش اسلام برای کسب و کار: اول آگاهی بعد عمل

سرمایه گذاری برای مشاوره با آقای آرام:

1- مشاوره خصوصی هر جلسه کوچینگ، یک میلیون تومان با ضمانت بازگشت وجه در صورت عدم رضایت.

2- کلاس های عمومی هر جلسه 25000 تومان با ضمانت بازگشت وجه در صورت عدم رضایت.

در هر دوره برگزاری فقط سه نفر که تمکن مالی ندارند به صورت رایگان پذیرفته می شوند.

افرادی که هزینه مشاوره را ندارند می توانند با دادن تعهد، پس از کسب درآمد، هزینه مشاوره را پرداخت نمایند.

مبلغ های یاد شده در بالا فقط تا تاریخ **1395/5/17** معتبر است و بعداز آن افزایش خواهد یافت.

نکته: وقتی در کلاسی ثبت نام می کنید نپرسید قیمتش چنده، بلکه بپرسید چقدر برایم سود دارد. (آرام)

اگر فکر می کنید آموزش، هزینه است، مجبور می شوید هزینه های ناآگاهی را پردازید. "آرام"

پیامبر (ص) فرمودند: برای کسب دانش، حتی تا چین هم بروید، شما برای کسب دانش و بالا بردن در آمدتان و بهتر کردن زندگیتان تا کجا حاضرید بروید؟؟؟

برای آموزش مغازه داری حرفه ای با ما در ارتباط باشید:
سایت مغازه داران حرفه ای maghazehdari.ir
دریافت پیامک 09159314659
ایمیل: moallem40@gmail.com

آدرس: مشهد-بلوار خیام شمالی-شهرک پردیس-نبش پردیس 8

به امید دیدارتان.....