

روش های ساده فروش بیمه عمر

علیرضا رجب

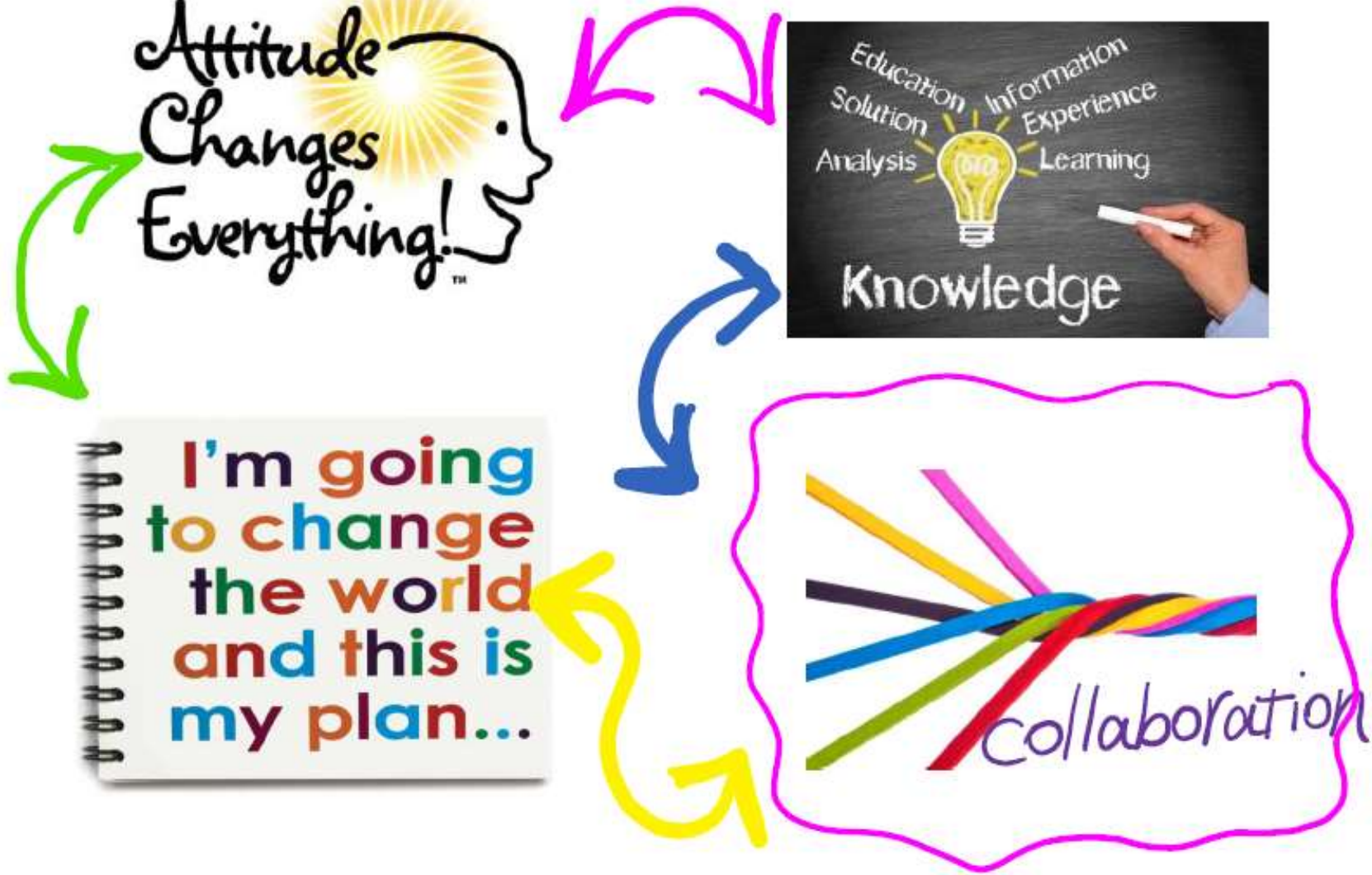


مدیریت ارشد فروش

Attitude
Changes
Everything!™



I'm going
to change
the world
and this is
my plan...



تنها قراردادی است که بعد از فوت بیمه شده نیز
ادامه دارد....



هم زمان حیات را شامل می شود و هم زمان فوت را





پس اندازی اجباریست

حتی اگر تنها دید مالی هم به بیمه نامه داشته باشیم
در کوتاه مدت هم موجب ضرر نیست؛



120 میلیون تومان = 100 هزار تومان



تتها به افراد ذینفع تعلق دارد
نه به هیچ شخص و ارگان دیگر



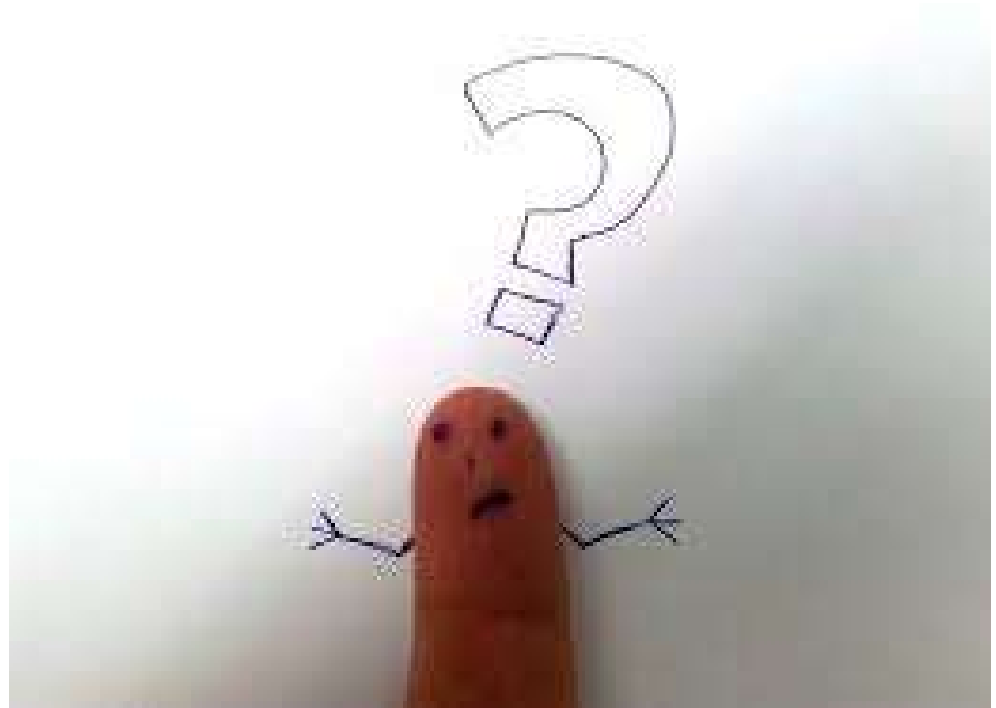


به بیمه عمر هیچ نوع مالیاتی تعلق نمی‌گیرد



امكان دریافت وام از اندوخته بیمه نامه





هیچ کس نمی داند چه موقعی می میرد !!!

تمام برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت فقط در زمان **حیات** قابل اجرا و برنامه ریزی است!



انجام کارهای خیر، بسیار خوب و
پسندیده است اما آیا بعد از فوت
تضمینی برای ادامه آن توسط افراد
خانواده وجود دارد؟



می توان با اختصاص
بیمه نامه عمر و تأمین
آتیه به یک خیریه بعد از
فوت نیز از ثمرات این
امر نیکو بهره برد.

پول های کوچک به آسانی خرج شده و از بین می روند...



همه ما نسبت به اعضاء خانواده خود مسئوليم !



انسان همیشه و در هر زمان از سلامتی برخوردار نیست!



✓ هر روز که می گذرد یک روز به مرگ نزدیک تر می شویم...

شاید چندی بعد به علت بیماری یا مشکلات دیگر امکان انجام بیمه برای بیمه گذار وجود نداشته باشد.



آیا از میزان بالای هزینه های درمان مطلع اید !!!



طبق آمارها میزان سرطان به صورت فزاینده ای رو به افزایش است و در 10 سال آینده شمار ابتلا به این بیماری بسیار بالا خواهد رفت.



اتفاق تنها برای دیگران نیست!!!!



حادثه برای هر شخصی ممکن است اتفاق بیفتد، یکی از پوشش های جدید بیمه نامه هزینه های پزشکی حادثه است.



Photo : Mobeen Saedi

PARS NEWS AGENCY



زندگی در حال گذر
است، برای هیچ کس
صبر نخواهد کرد!!!



بعضی بهانه برای نخریدن
را بدهی و اقساط وام های
متنوع عنوان می کنند، ولی
آیا می دانند که بعد از فوت
این بدهی ها به خانواده می
رسد؟



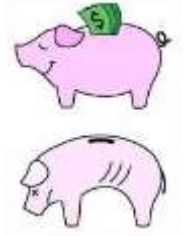
آیا 50,000 تومان در فرآیند پرداخت
اقساط چالش ایجاد می کند؟

اگر فردا دیگر نبودید چه؟؟؟؟



گاهی دلیل افراد متمول برای بی نیازی به بیمه نامه
عمر پول زیاد است!

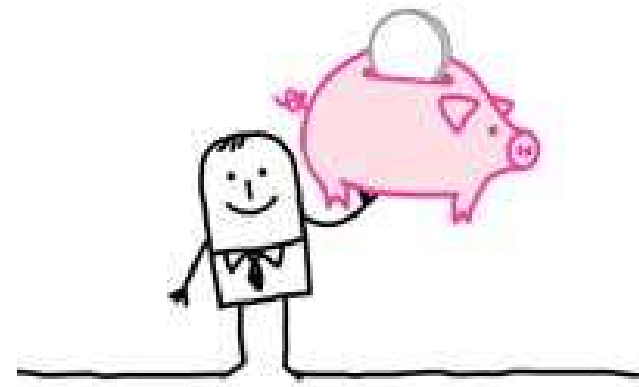
پول و اعتبار بیشتر بدهی بیشتر نیز می آورد.
در حسابداری ← (دارایی = بدهی + سرمایه)



ممکن است
با فوت سرپرست
خانواده، سطح زندگی
یک خانواده تغییر
کند!

حتماً شنیده اید که با یک تصادف ساده فردی معلول و یا از کار افتاده شده است!

پوشش جدید بیمه نامه پرداخت غرامت از کار افتادگی است. با وقوع این اتفاقات و بروز این مشکلات، بدون پوشش های بیمه ای سرنوشت یک خانواده مبهم است.



ولی با داشتن این پوشش شاید بخشی از این مشکلات حداقل از بعد مالی کاهش می یابد.

برای خود فرم مذاکره تنظیم کنید.

این فرم شامل سؤالاتی است که نیاز یک شخص به بیمه های عمر را سنجیده و با توجه به شرایط و وضع زندگی فرد به او پیشنهاد می دهد.



فراموش نکنید :

پیشنهاد دهنده شما نیستید نه

شخص دیگر و یا خود



بیمه گذار

بیمه گذار شما باید بداند این بیمه نامه متعلق به امروز
و فردا نیست بلکه متعلق به سال های آینده است



متأسفانه سطح اطلاع و فرهنگ عمومی بیمه عمر در کشور
ما بسیار پایین است و شما در ضمن فروش باید اهمیت این
بیمه نامه را نیز تشریح کنید .

یادتان باشد کار اصلی یک فروشنده بیمه عمر ارائه توضیحات راجع به این محصول بیمه ای است!!!

یعنی فکر کنید در قبال هر توضیح و مذاکره از شرکت بیمه حق الزحمه دریافت می کنید؛ بنابراین دیگر مهم نیست که بیمه گذار از شما می خرد یا خیر شما مبلغ مورد نظر را دریافت خواهید کرد.

هرچه می توانید و به هر کسی که می توانید بیمه
نامه را توضیح دهید!





یکی از مسائل مهم در اتمام
خرید توسط بیمه گذار برخورد
و رفتار شما به عنوان یکی
فروشنده حرفه ای است!

متأسفانه برخی به جای اینکه توجه خود را به محصول و مشتری
معطوف نمایند تمام فکر و فعالیت شان بر پایه فروش به هر قیمت و
دریافت کارمزد است.

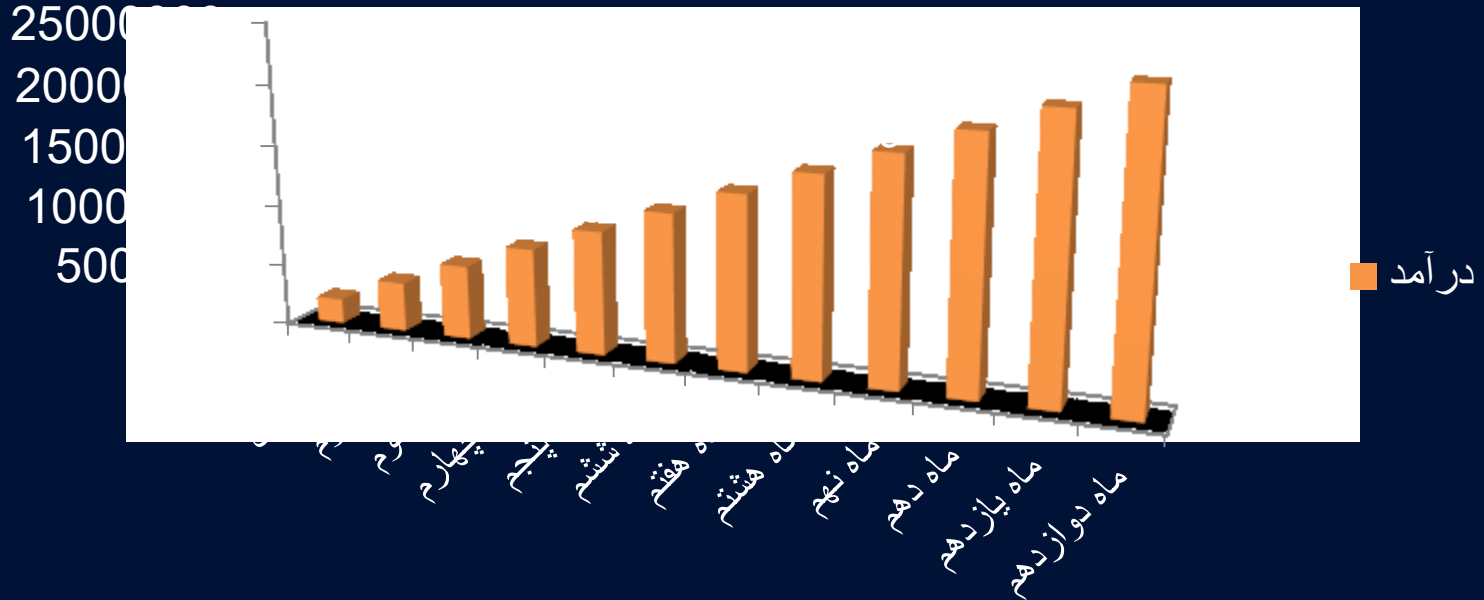
یادتان باشد این نوع بیمه نامه، بیمه نامه ای بلند مدت است و مدت ها برای فروشنده کارمزد در پی خواهد داشت!!!



در صورت تمدید همین تعداد بیمه نامه (120 عدد) ، تا 5 سال هر ماه حدود 20,000,000 ریال کارمزد مستقیم از شرکت دریافت خواهید کرد.

آیا توقعتان از میزان درآمد بیشتر از این بوده است؟
می توانید همین مبلغ را سال دوم به آن اضافه کنید.

درآمد سال اول





عجله نکنید!!!!

تا می توانید توضیح دهید و هدف اصلی تان بالا بردن سطح فرهنگ عمومی بیمه های عمر در ایران باشد. هرچه این فرهنگ عمومی تر شده و گسترش یابد، با اطمینان می توان گفت بازار گسترش پیدا خواهد کرد.



فروش چیست ؟

کمک کردن به مشتری به منظور خرید چیزی که آنرا برای رفع نیازهای خود می خواهد.



فروشنده‌گانی موفق خواهند بود که دارای
هدف، برنامه ریزی و پشتکار باشند!!



این سه کلمه کلیده ای واقعیت است.



چگونه یک کارمند در روز اول کار خود می داند تا سال ها باید به این کار بپردازد، دقیقا فروش نیز همینگونه است.



با چند روز و چند ماه، فروشنده موفق نخواهد بود!!
موفقیت در فروش در گرو کسب تجربه و تجربه نیز از مذاکرات متعدد
به دست می آید.

انتظار نداشته باشید با تعداد کم ویزیت و مشاوره،
حرفه ای شوید!!!



تمام آموزش ها، کلاس ها و
مطالعات پنجاه درصد از نیاز
یک فروشنده است!!!

✓ پنجاه درصد دیگر در ارتباط با مشتری بدست خواهد آمد.

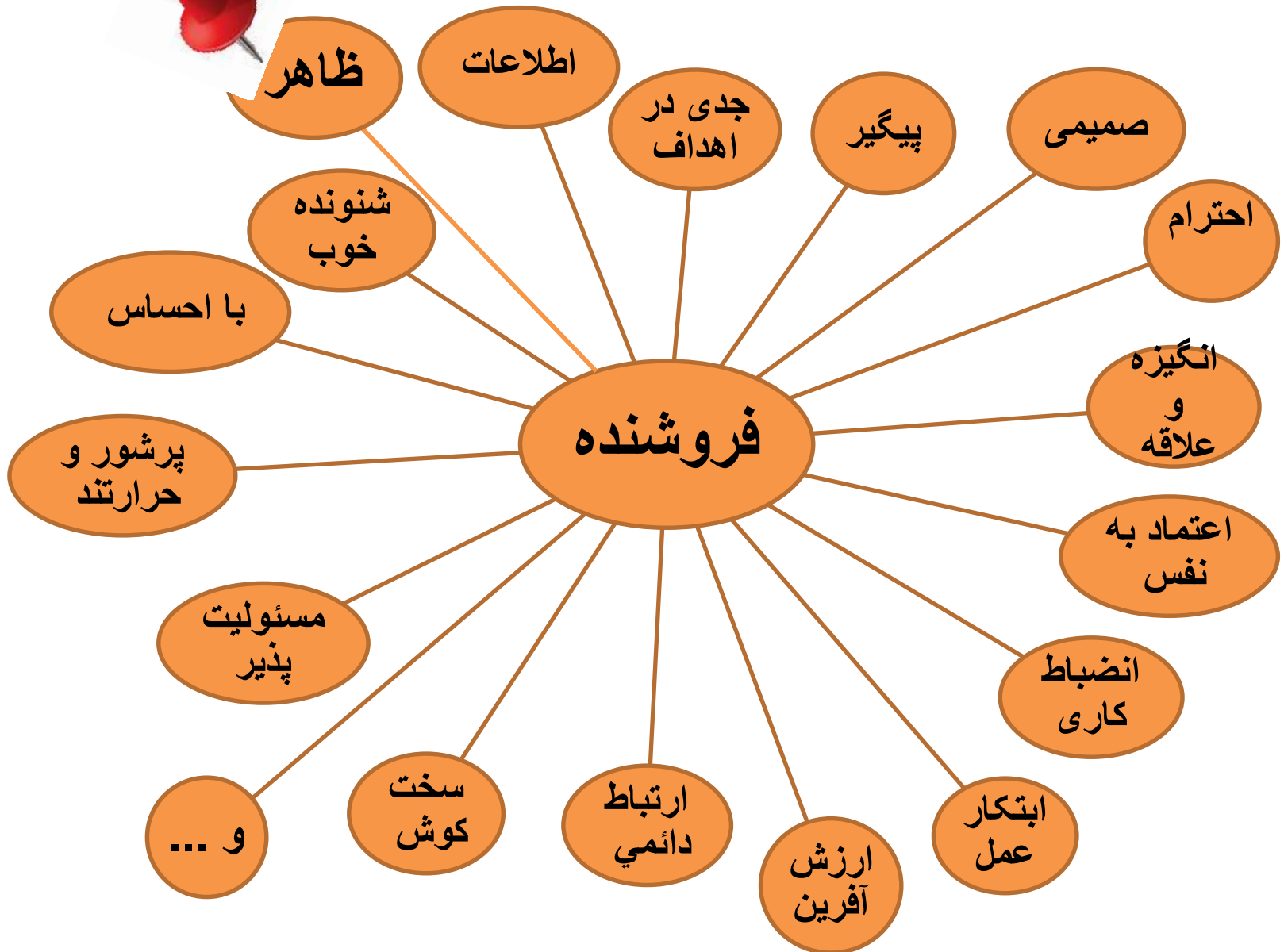


باور داشته باشید
فروشنده‌گانی موفق خواهند بود که سال‌ها به
طور مستمر به امر فروش می‌پردازند...



و شغل فروشنده‌گی و بازاریابی را شغل اصلی خود می‌دانند!!!!

خصوصیات یک فروشنده چیست؟



بیمه عمر متعلق به همه دوران ها است!!!



نگران نباشید.
در تلاطم های اقتصادی، آینده
دور تغییر محسوسی نخواهد
کرد!

در مرگ افراد تغییر ایجاد نمی شود. حادثه ها از بین نمی رود.
بلکه شاید بیشتر هم بشوند.

باور عامه این است که در شرایط تورمی نمی توان کاری کرد و فقط باید سعی در پایین آوردن هزینه ها داشت؛ در صورتی که افراد صاحب نظر در علم فروش بر این عقیده اند که در کنار کاهش هزینه، درآمد را نیز باید افزایش داد.



برای این درآمدی که دارید
چقدر تلاش کرده اید؟





بیشترین تعداد ویزیت و مشاوره شما در یک روز، یک هفته و یا یک ماه چقدر بوده است؟



آیا نهایت تلاشتان را کرده اید؟

یکی از دلایل عدم پیشرفت در هر
زمینه ای "عادت" است!



اگر بشر به زندگی هزاران سال پیش
خود عادت می کرد، پیشرفت نمی کرد.
ذات بشر با پیشرفت عجین شده است.

به خودتان به عنوان فروشنده
بیمه عمر افتخار کنید!



شما برای
آتیۀ افراد تصمیم
می‌گیرید!

این محصول اطمینانی برای آینده است: آینده فرزندان،
آینده خود فرد، جبران هزینه ها اعم از ازدواج،
تحصیل، بیماری، انجام کارهای خیریه و هر مسئله ای
که به پول احتیاج دارد.



ارزشمندترین چیز در زندگی شما همان زندگی
است؛ تنها چیزی هم که حتما اتفاق خواهد افتاد
مرگ است.

صحبت شما راجع به اتفاقی حتمی و
ارزشمندترین سرمایه یک انسان است....



محصول شما زندگی را زیباتر
کند و آینده را روشن تر می کند
در زمان نبودن فرد، مسئولیت
زندگی بقیه افراد خانواده را بر
عهده می گیرد.

همانگونه که زندگی ارزشمند است
روزی به پایان می رسد.....!!!



بیمه عمر یعنی آرامش!!!



©NL shop * illustrationsOf.com/1050924

با استرس و نگرانی قابل فروش نیست!



خصوصیات یک
فروشنده هرچه که
هست، آرامش را نیز
به آن اضافه کنید.

ظاهر فروشنده، شخصیت، آرامش، اطلاعات،
برخورد و سایر مسائل مربوط به یک فروشنده باید
در بهترین سطح ممکن باشد



در کشورهای پیشرفته،
فروشنده و بازاریاب
بودن سخت است؛ چرا
که هر کسی از پس
گزینش های سختگیرانه
آن برنخواهد آمد!

باید "چشمگیر" باشید



نگرانی‌ها و ناراحتی‌های عمومی را دوباره برای مشتریان بازگویی نکنیم؛ آنها از شنیدن این سخنان خسته شده‌اند.



با حرفهایمان سختی‌ها و مشکلات را برای دیگران تداعی نکنیم!

توضیحاتتان باید با مثال با جزئیات فراوان مانند رنگ، مکان، زمان یا حتی اسم باشد.

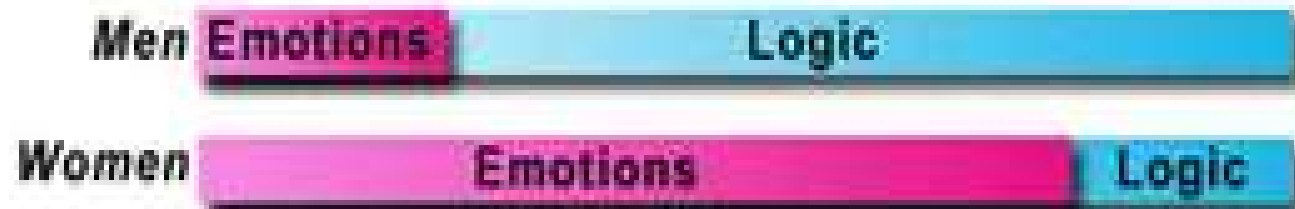


یادتان باشد اگر خاطره ای
در ذهن دارید، نوشته یا
صدا نیست، "تصویر" است.

پس اگر می خواهید تاثیرگذار باشید، تصویر خوبی ارائه دهید.

How we make decisions

What some people think:



What's really true:



قرار نیست به هر کسی پیشنهاد و مشاوره می



دهید حتما از شما خریداری کند

هنر شما فقط فروختن
نیست،
تاثیر گذاری نیز هست....

Effective

Not as
effective

اگر خدماتی که ارائه می کنید، نیاز مشتری را برطرف نمی کند، صادقانه به او بگوئید.



سعی کنید از شما به نیکی یاد کنند

نگران سوالات دیگران در خصوص درآمدتان نباشید.

اطمینان داشته باشید یکی از
جذابیت های کار، کسب درآمد
است.

همه از این موضوع اطلاع
دارند. پس با خیال راحت به
کارتان بپردازید.



در هنگام مذاکره
به پیوں و کارمزدا
فکر نکنیلا



میزان درآمد

خودتان تعیین کننده درآمد هستید!

می توانید با افزایش کیفیت فروش حتی درآمد یک سال را در یک ماه داشته باشید.



آیا می توانید تصور کنید از کار امروز **30 سال** درآمد داشته باشید؟

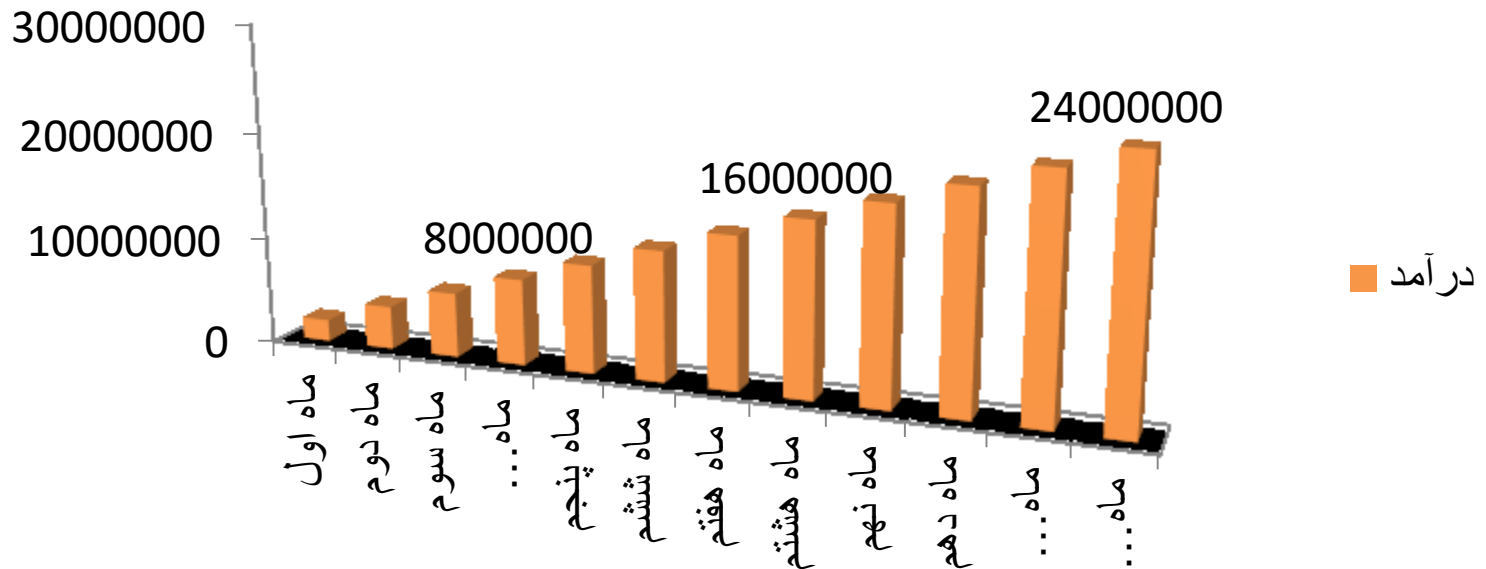
فرض کنید هر ماه 10 عدد بیمه نامه 1,000,000 ریالی به فروش رسانید درآمد شما تا پایان سال اول به صورت مقابل است:

میزان درآمد	ماه های کاری
2,000,000	ماه اول
(2000000 ماه اول + 2000000 ماه دوم)	ماه دوم
6,000,000	ماه سوم
8,000,000	ماه چهارم
10,000,000	ماه پنجم
12,000,000	ماه ششم
14,000,000	ماه هفتم
16,000,000	ماه هشتم
18,000,000	ماه نهم
20,000,000	ماه دهم
22,000,000	ماه یازدهم
24,000,000	ماه دوازدهم



در صورت تمدید همین تعداد بیمه نامه (120 عدد) ، تا 5 سال هر ماه حدود 20,000,000 ریال کارمزد مستقیم از شرکت دریافت خواهید کرد.

درآمد سال اول



Unlock Your
Potential!

Success

A golden key is shown diagonally across the frame. The word "Success" is written in a bold, black, sans-serif font along the length of the key's shaft. The key has a classic round bow and a notched bit. The background is a light, neutral color with a subtle gradient.

اعتماد به نفس

اعتماد به نفس یعنی باور داشتن توانایی های خود

وابسته به تایید
دیگران نباشید!!



جدول ۱-۱ مقایسه بازاریابی ۱.۰ ، ۲.۰ و ۳.۰

بازاریابی ۳.۰ بازاریابی ارزش محور	بازاریابی ۲.۰ بازاریابی مشتری محور	بازاریابی ۱.۰ بازاریابی محصول محور	
جهان را مکانی بهتر بسازیم	رضایت و حفظ مشتری	فروش محصولات	اهداف
موج جدید تکنولوژی	تکنولوژی اطلاعات	انقلاب صنعتی	نیروهای فعال
انسان کامل با ذهن ، قلب و روح	مشتریان هوشمند با ذهن و قلب	خریداران انبوه با نیازهای فیزیکی	شرکت ها بازار را چگونه می بینند
ارزشها	تمایز	توسعه محصول	مفاهیم کلیدی بازاریابی
ماموریت ، چشم انداز و ارزش های شرکت	جایگاه یابی شرکت و محصول	ویژگی های محصول	خطوط راهنمای بازاریابی شرکت
کارکردی ، احساسی و روحی	کارکردی و احساسی	کارکردی	ارزش های پیشنهادی
همکاری چند به چند	روابط یک به یک	معامله یک به چند	تعامل با مصرف کنندگان

روانشناسی فروش



بازی فروش

فروشنده موفق :

انگیزه

انسان بعد فروش

فروش بازی اعداد است (تا می توانید با مشتریان تماس بگیرید)

انگیزه

NEVER
Give Up !!

انسان بعد فروش



فروش بازی اعداد است (تا می توانید با مشتریان تماس بگیرید)



تصور و تخیل کارگاهی است که در آن همه برنامه ها از سوی انسان خلق می گردد.

ناپلیون هیل



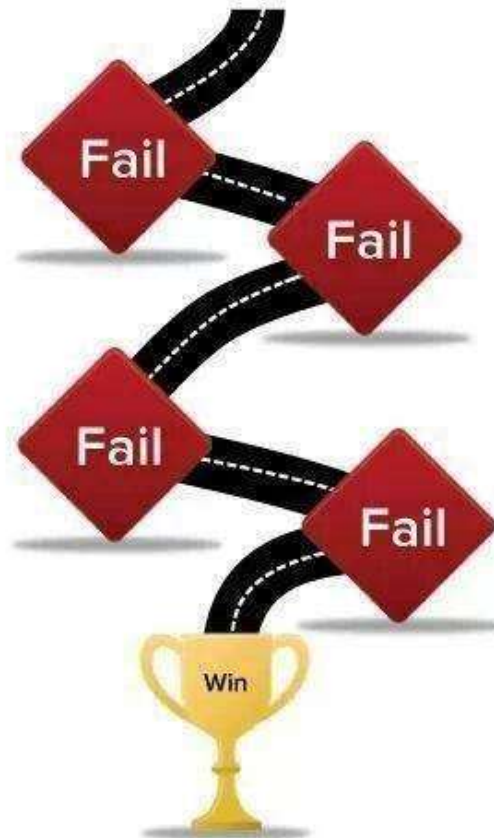
- فروش بازی رد شدن است . هر چه تعداد بیشتری نه بشنوید امکان افزایش فروش را زیاد کرده اید .

موفقیت یک حادثه نیست شکست هم یک حادثه نیست!

What Most
People Think



What Successful
People Know



اگر باقی فروشندگان کاری رامی کنند و موفق می شوند دلیل ندارد
شما هم موفق نشوید



Network Marketing



آنچه را ذهن بتواند تصور
و باور کند، می تواند به
آن دسترسی پیدا کند!

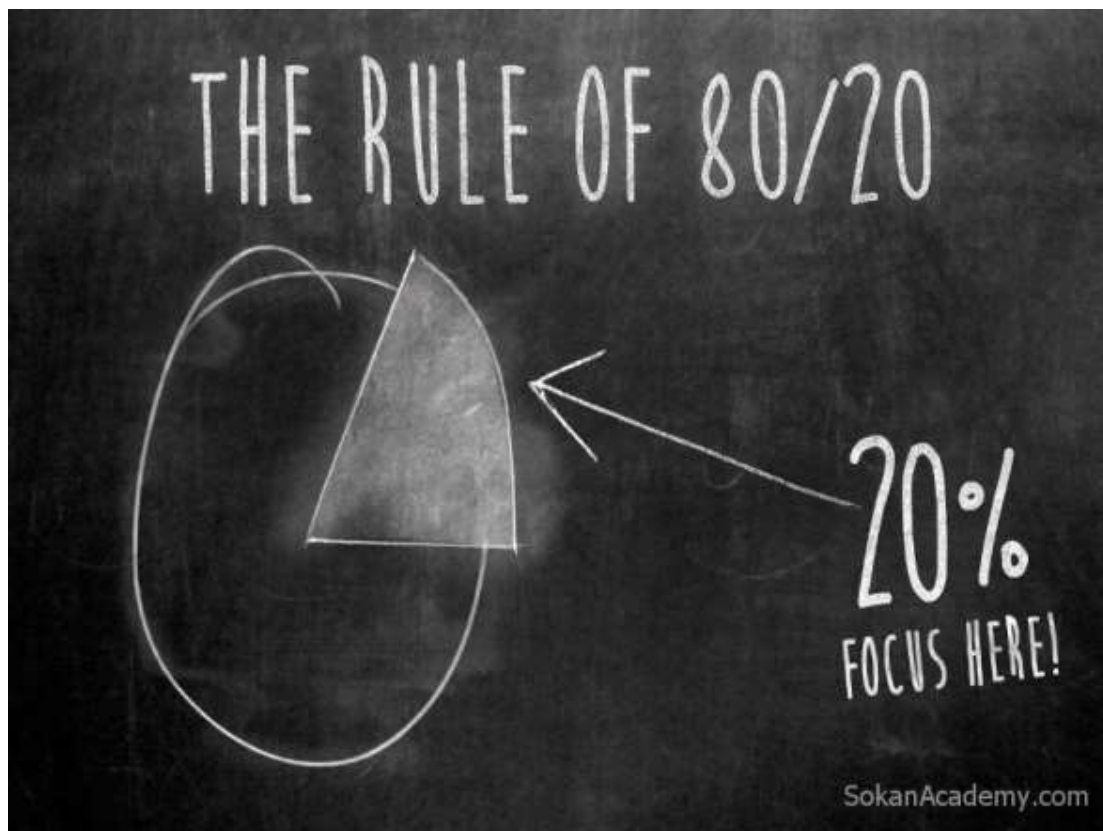


فروشندهگان به طور مستقیم عامل حرکت چرخ اقتصادند.

فروشندهگی یکی از بزرگترین و پردرآمدترین شغل ها در دنیاست .



20 درصد فروشندگان بیشترین (80 درصد) درآمد را دارند و در همان 20 نیز این قانون وجود دارد . یعنی بیشتر درآمد مربوط به 4 درصد فروشندگان است .





عامل ذهنی موفقیت



موفقیت یک موضوع ذهنی است.

مهم این است درون شما چه میگذرد، حوادث
بیرونی چندان مهم نیستند !!!

YOU ARE
The  **TO**

SUCCESS

از افراد موفق کمک بگیرید.
مطمئن باشید کمکتان خواهند کرد!!



برای خدمت کردن کار کنید.

آنچه درآمد شما را مشخص می کند، تصویر
ذهنی شما از درآمد است.





با رسیدن به درآمد مورد نظر متوقف نشوید !!!!!

ذهن خود را تغییر دهید.
در ذهن خود همانکه می خواهید شوید، باشید.

مطمئناً باید واقع بین باشید.



ذهن خود را تغییر دهید.
در ذهن خود همانکه می خواهید شوید، باشید.



مطمئنا باید واقع بین باشید.

~~PLAN~~

~~PLAN~~

~~PLAN~~

~~ACTION~~

LATER

NOW




نقش تصویر سازی

قدرت ذهن کیفیت زندگی را تغییر می دهد، شما همان می شوید که می اندیشید.



ثروتمند ها به ثروت فکر می کنند...





**“The only difference
between a rich
person and poor
person is how they
use their time”**

~ Robert Kiyosaki

شما به همان چیزی تبدیل می شوید که درون خود
می گوئید و به آن می اندیشید.



موفق ها گفتگوی درون خود
را کنترل می کنند!!!



YOUR Thoughts

Create

YOUR FUTURE

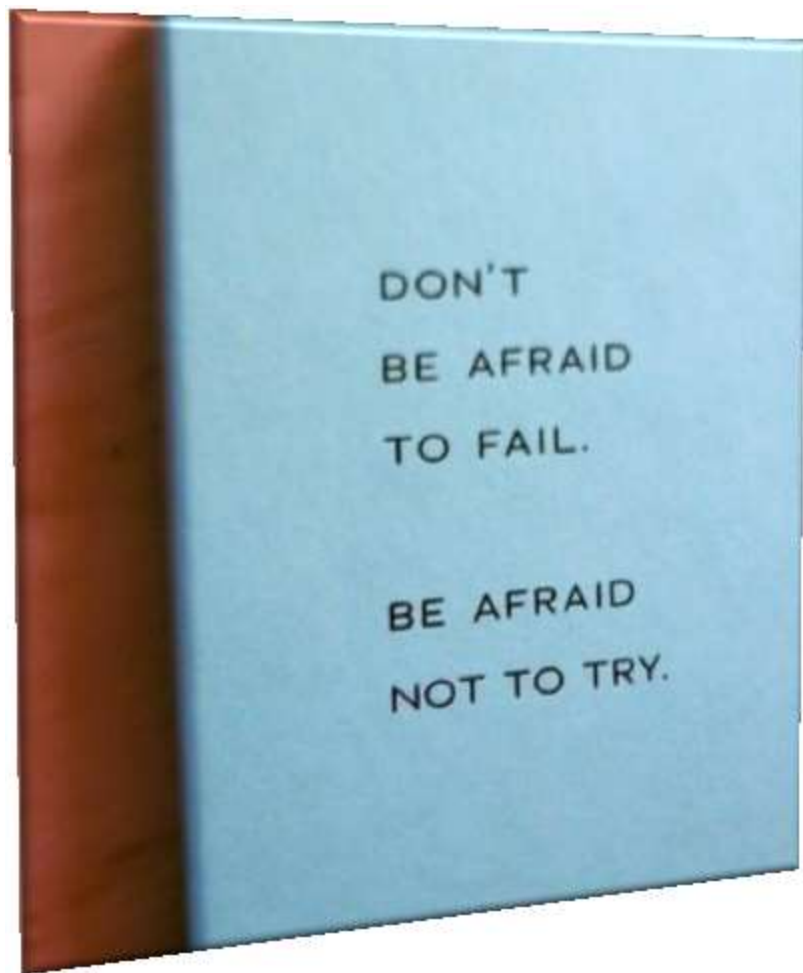
موفقیتها با خود حرف می زنند...

بهترین زمان برای فروش؟؟

موانع بر سر موفقیت فروش



دو عامل بر سر راه موفقیت وجود دارد؛ هر دوی این عوامل نیز ذهنی است.
ترس از شکست
ترس از رد شدن و بی‌اعتنایی



ترس از شکست در مشتری نیز وجود دارد.
واقعیت این است که 80 درصد مذاکره ها و تماس ها منجر به نه
می شود؛ برای غلبه بر این مشکل تعداد تماسهای خود را افزایش
دهید.



زود تسلیم نشوید!!!



اگر هراس شما زیاد شود بهانه ای برای
کار نکردن پیدا می کنید!

NO MORE "I'll Do It Tomorrow."

NO MORE "Buts ..."

NO MORE "I Can't."

NO MORE "It's Too Hard."

NO MORE "I'm Too Tired."

NO MORE "Waiting For It To Get Easier"

NO MORE "Putting It Off"

NO MORE "I Don't Have Enough Money"

NO MORE "I'm Not Good Enough"

NO MORE "I Would If I...."

NO MORE EXCUSES

آمار چه می گوید ؟

- 80 درصد فروشها قبل از جلسه پنجم اتفاق نمی افتد
- فقط 10 درصد فروشندگان بیش از 5 بار تماس می گیرند
- بعد پنجمین تماس است که خریدار تصمیم می گیرد
- این بدان معنی نیست که 5 ساعت وقت بگذرانید

نقش تصویر سازی

- عزت نفس مشخص می کند خود را چقدر دوست دارید
- کسی که عزت نفس داشته باشد یعنی خودش را دوست دارد و تصویر مثبتی از خود دارد
- قدرت ذهن کیفیت زندگی را تغییر می دهد
- شما همان می شوید که می اندیشید
- ثروتمند ها به ثروت فکر می کنند
- موفق ها گفتگوی درون خود را کنترل می کنند
- شما به همان چیزی تبدیل می شوید که درون خود می گویند و به آن می اندیشید

زود تسلیم نشوید

- جواب نه مشتری به شما یا محصولاتان نیست
- عزت نفس و صبر
- بسیاری از فروشندگان ها چون پیگیری می کنند به فروش دست می یابند
- باور کنید کار شما پیگیر است
- شاید واقعا به محصول شما احتیاج ندارد
- اکثر فروشندگان به علت مایوس شدن کار خود را ترک می کنند ولی غافل از اینکه در کار بعدی خود نیز موفق نخواهند بود

راه حل چیست ؟

- **حیطه فعالیت خود را گسترش دهید . تعداد مخاطبان را افزایش دهید**
- **تصویر ذهنی و انگیزه شخصی برای خود بسازید**
- **خدمت به افراد را مد نظر قرار دهید**
- **نگاه مثبت داشته باشید**
- **مشتریان را دوست داشته باشد آنها دوست دارند به شدت مورد احترام باشند**
- **عامل دوستی را سر لوحه کار خود قرار دهید**
- **هر چه بیشتر خود را دوست داشته باشید آنها نیز شما را بیشتر دوست دارند**

هدف خود را مکتوب کنید

- با ذکر تمامی جزئیات
- تقسیم بندی کنید به زمان های کمتر
- اهداف بزرگتر را به اهداف کوچکتر تقسیم کنید

چرا مردم خرید می کنند؟؟؟

- مردم به دلایل خود خرید می کنند نه دلایل شما
- یکی از مهم ترین قسمتهای فرو تشخیص نیازهای خریدار است

باید وقت صرف کنید و سوال بپرسید

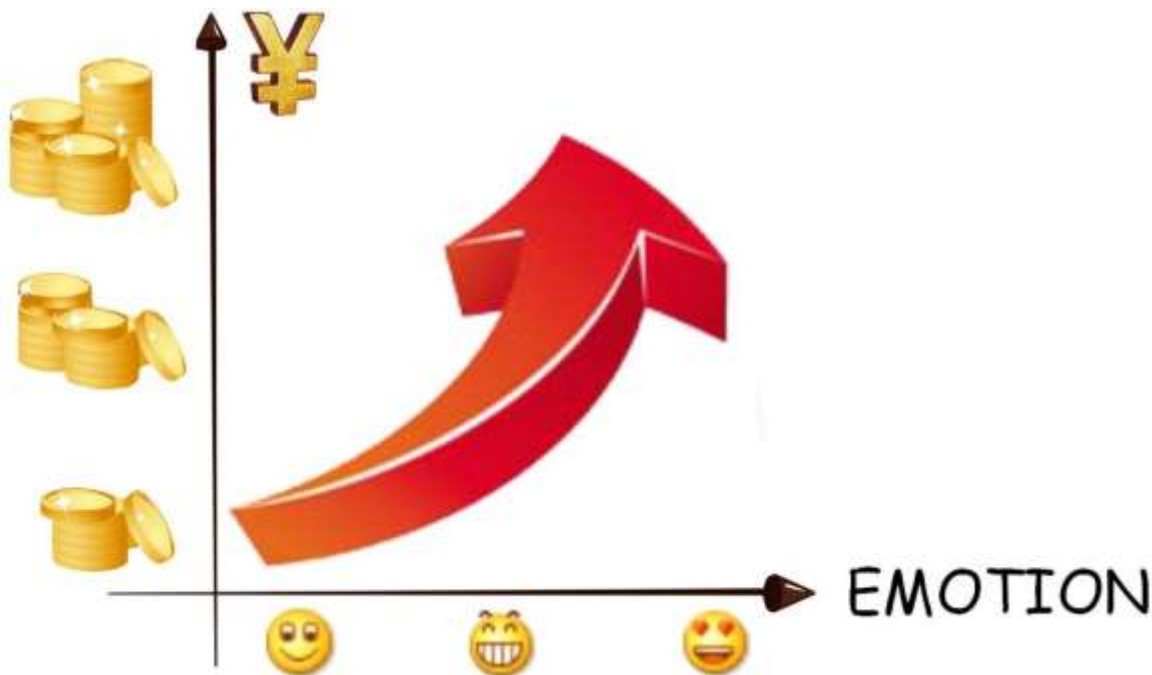
- اگر نتوانید نیازهای خریدار را از طریق سوال ارزیابی کنید **فرآیند خرید را متوقف** کرده اید.
- **انگیزه** افراد از خرید این است که با خرید کالا یا خدمت شما در **شرایط بهتری** قرار گیرند.

خریدار در برخورد با پیشنهاد فروش 3 انتخاب دارد:

- 1- خرید نکند.
- 2- از فرد دیگری خرید کند.
- 3- از شما خرید کند.

واحد رضایت

- هر چه خدمت شما مشتری را راضی تر کند راحت تر خرید می کند
- ارزش عاطفی در خرید مهم است
- ارزش عاطفی : (تاثیر بر احساسات و عواطف)
- ارزانی
- شهرت
- فروشنده



دلیل خرید شما باید نه قیمت و حتی کیفیت

- مشتری باید تحت تاثیر قرار بگیرند تا خرید کنند.
- آنان تحت تاثیر شما و آن چیزی که به او می گویند خرید می کنند.

شروع خوب نیمی از موفقیت

یک شروع خوب؛ یک سؤال خوب؛ یک سؤال قدرتمند در زمینه نتیجه مصرف کالای شما، فروش شما را تا انتها پیش میبرد.



مقاومت در برابر فروش امری طبیعی است

وقتی مشتری احتمالی می پذیرد که در زمان به خصوصی با شما ملاقات کند. نخستین فروش خود را انجام داده اید.



فراموش نکنید که شما کالایی را نمی فروشید بلکه راه حل یک مسئله را و رفع یک نیاز را می فروشید.



راه هایی برای فروش بهتر

وقتی با مشتری روبرو شدید. خودتان را معرفی کنید. با او دست بدهید، بنشینید و با یک سؤال مهم آغاز کنید! سؤال ها خیلی مهم اند.

ما عادت کرده ایم و از کودکی شرطی شده ایم که به هر سئوالی پاسخ دهیم! کسی که سؤال می کند اوضاع را در کنترل دارد.



حرفه ای باشید.

به گونه ای رفتار کنید که گویی با سوادترین هستید.

که گویی تحصیل کرده ترین فرد در رشته خود هستید.

خود را «دکتر فروش» در نظر بگیرید.

هر چه از مریض خود سؤال هوشمندانه تری بپرسید، بهتر «عمل» می کنید!



نحوه ترک کردن شما بر دیگری اثر دارد. همان گونه که نحوه قطع کردن تلفن شما.





همیشه مودب باشید

با او مودب باشید.

با همکارانش مودب باشید.

اگر با ادب باشید بیشتر به خودتان اهمیت می دهید.

بیشتر از خودتان خوشتان می آید.

برای خود احترام قایل باشید.

اینگونه قدرتمندتر، مثبت تر و مطمئن تر ظاهر می شوید. و لذا فروش بهتری خواهید داشت!



می توانید در ابتدای مذاکره بگویید «از اینکه وقت خودتان را به من داده اید متشکرم؛ لطفا راحت باشید، من نیامده ام چیزی را به شما بفروشم!»!

اگر عبارت فوق با تبسم همراه باشد به احتمال زیاد تردید او را از بین می برید.

به او بگویید که من آمده ام که به شما بگویم که چرا دیگران از خدمات ما استفاده می کنند و سپس تصمیم گیری با خود شماست که آیا خدمات ما مورد پذیرش شماست یا خیر؟

او وقتی فهمید که چیزی را از دست نمی دهد ذهنش باز می شود و آماده صحبت کردن با شما می شود.

برای موفقیت در فروش باید شخصیتی انعطاف پذیر داشته باشید.
او را شتابزده نکنید که به سرعت تصمیم بگیرد.



به سئوالات او جواب دهید.

صبور و مودب و مستمر باشید. به او فرصت دهید که به اندازه کافی فکر کند.

شروع واقعی فروش وقتی آغاز می شود که رابطه موثری بین شما و او ایجاد شده باشد و شما توانسته باشید اعتماد او را جلب کرده باشید.

تا وقتی خریدار از شما خوشش نیاید و به شما اعتماد نکند خریدار از خرید امتناع خواهد کرد.





بیان مزایای محصول می تواند علاقه به خرید را سبب شود.

این مزایا را یکی یکی بیان کنید.

اگر ده مزیت را لیست کرده اید؛

آنها را به ترتیب بیان کنید.

و اگر مشتری به یک مزیت جلب شد و برایش جالب بود آن مزیت را بشکافید.

اگر یک مزیت مشتری را مجاب کرد دیگر نیاز نیست به سراغ مزایای دیگر بروید.

باز تاکید می شود سئوال آغازین شما مهم است.



در اکثر اوقات «نوع رابطه» شماست که خرید می شود نه «کالای شما»!!



تفاوت فروشندگان موفق با ناموفق در برنامه ریزی است.

ابتدا ارائه خود را برنامه ریزی کنید.

ارائه خوب مقاومت را می شکند.

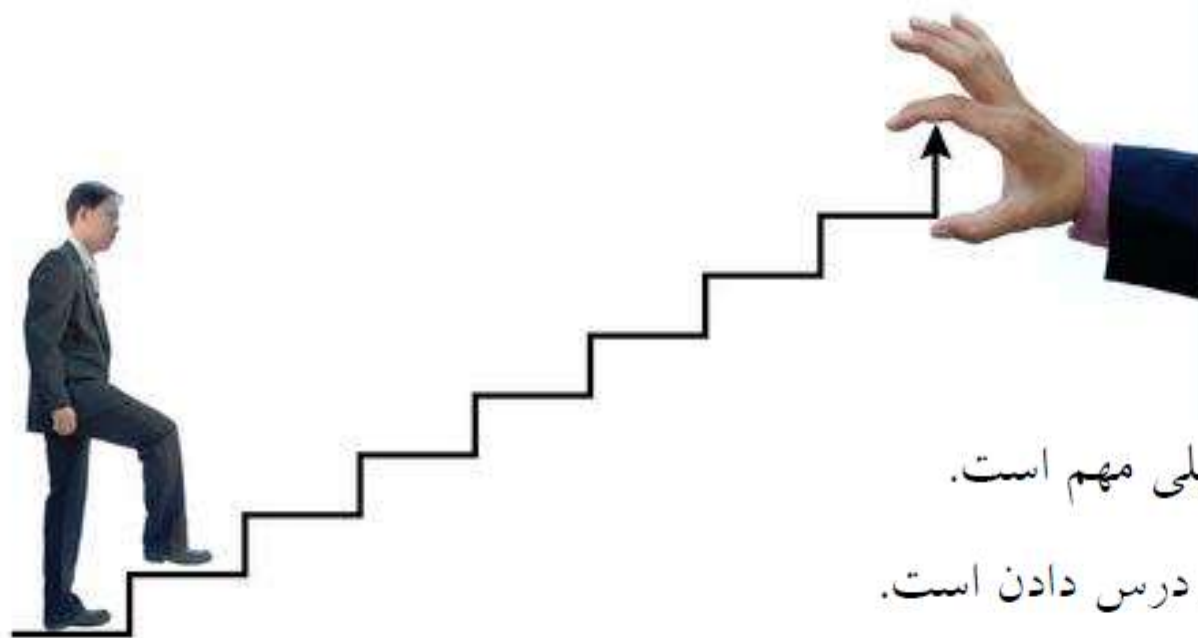


ارائه برنامه ریزی شده بیست برابر ارائه لحظه ای موفق است.

فروشنده‌گان موفق همان ۱۰٪ بالای جدول چگونگی ارائه محصول خود را به مشتری برنامه ریزی می‌کنند.
۸۰٪ پایین جدول آنچه در لحظه به ذهنشان می‌رسد را بیان می‌کنند.



حرکت گام به گام است که ما را موفق می کند نه حرکت لحظه ای!



این ارائه گام به گام خیلی مهم است.

گویی نوعی آموختن و درس دادن است.

با پرسش و سؤال آغاز می شود.

با اطلاع یابی از موقعیت مشتری ادامه می یابد.

به نیازهای احتمالی مشتری توجه می کند.

سپس نوبت یاد دادن می رسد.

با معرفی محصول و این که چه نیازی از مشتری برطرف می کند.

با نشان دادن، گفتن و سؤال کردن ادامه دهید.



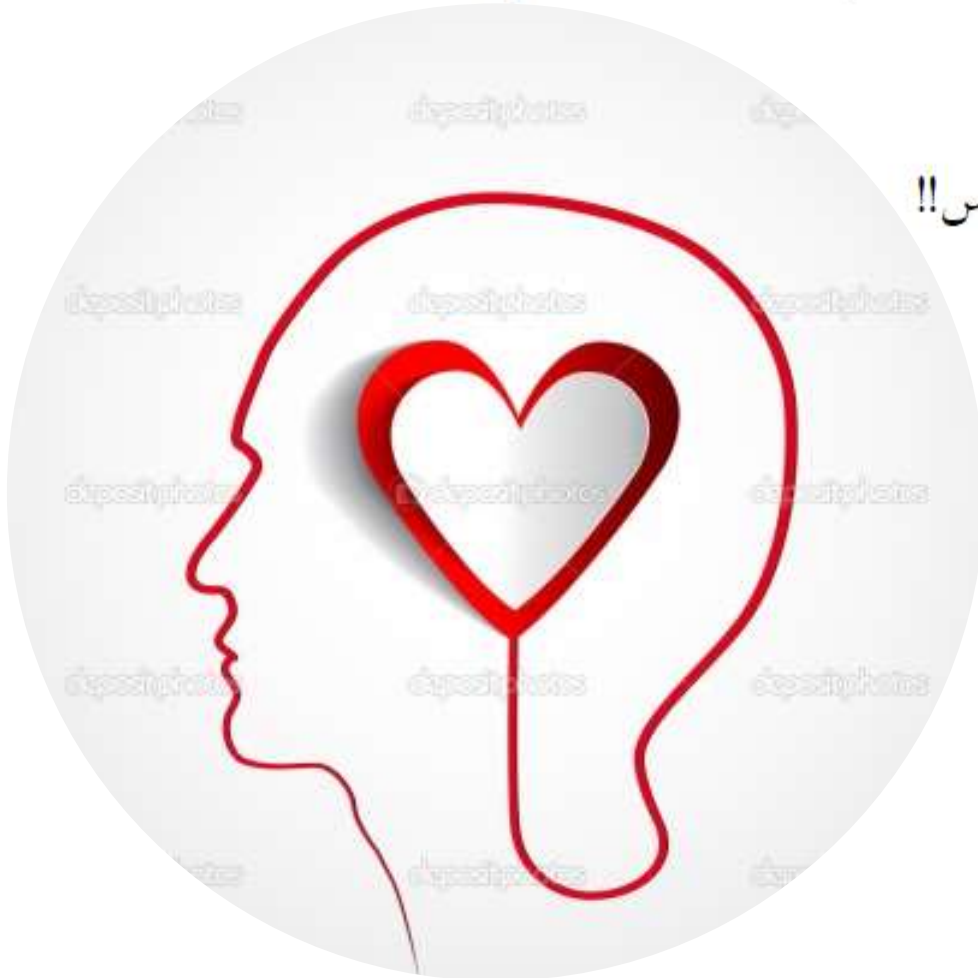
احساس یا منطق!

باری دیگر!

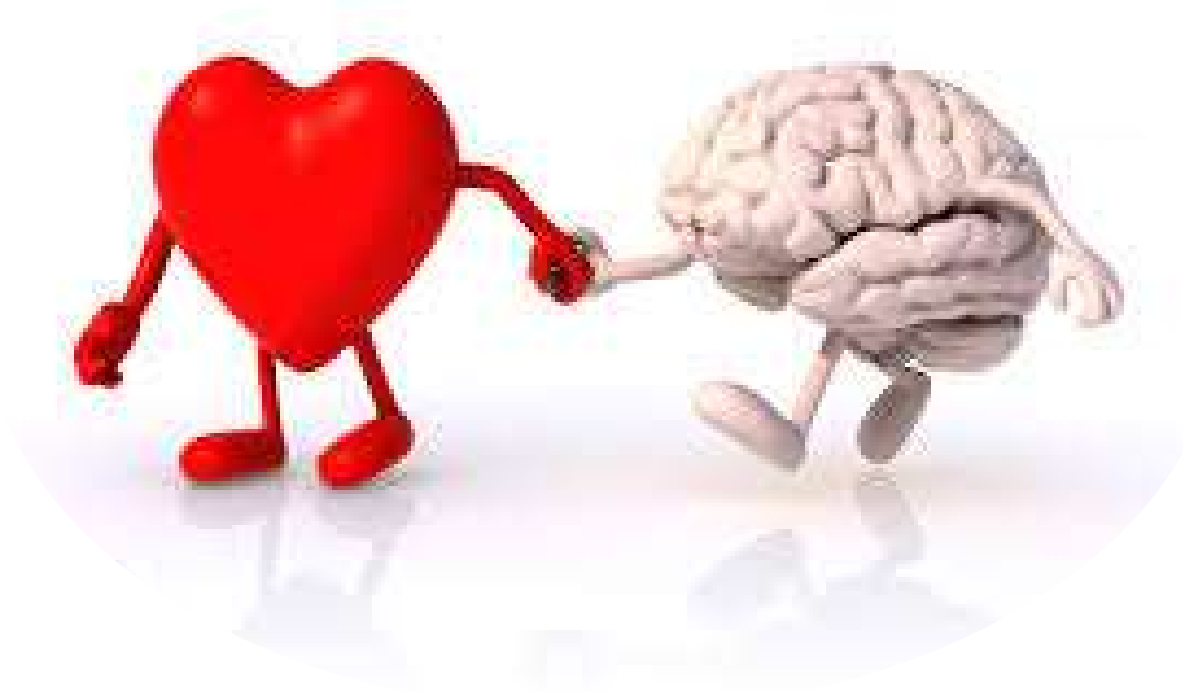
از افراد سؤال شد که آیا خرید افراد بر منطق استوار است یا احساس!؟

۹۰٪ گفتند احساس و ۱۰٪ گفتند منطق!

اما حقیقت چیز دیگری است! ۱۰۰٪ احساس!!



افراد ۱۰۰٪ بر حسب احساس خرید می کنند.
منطق، فکر کردن می خواهد، تلاش می خواهد.
احساسات خود به خود و لحظه ای هستند.
افراد با احساس خرید می کنند ولی با منطق آن را توجیه می کنند.



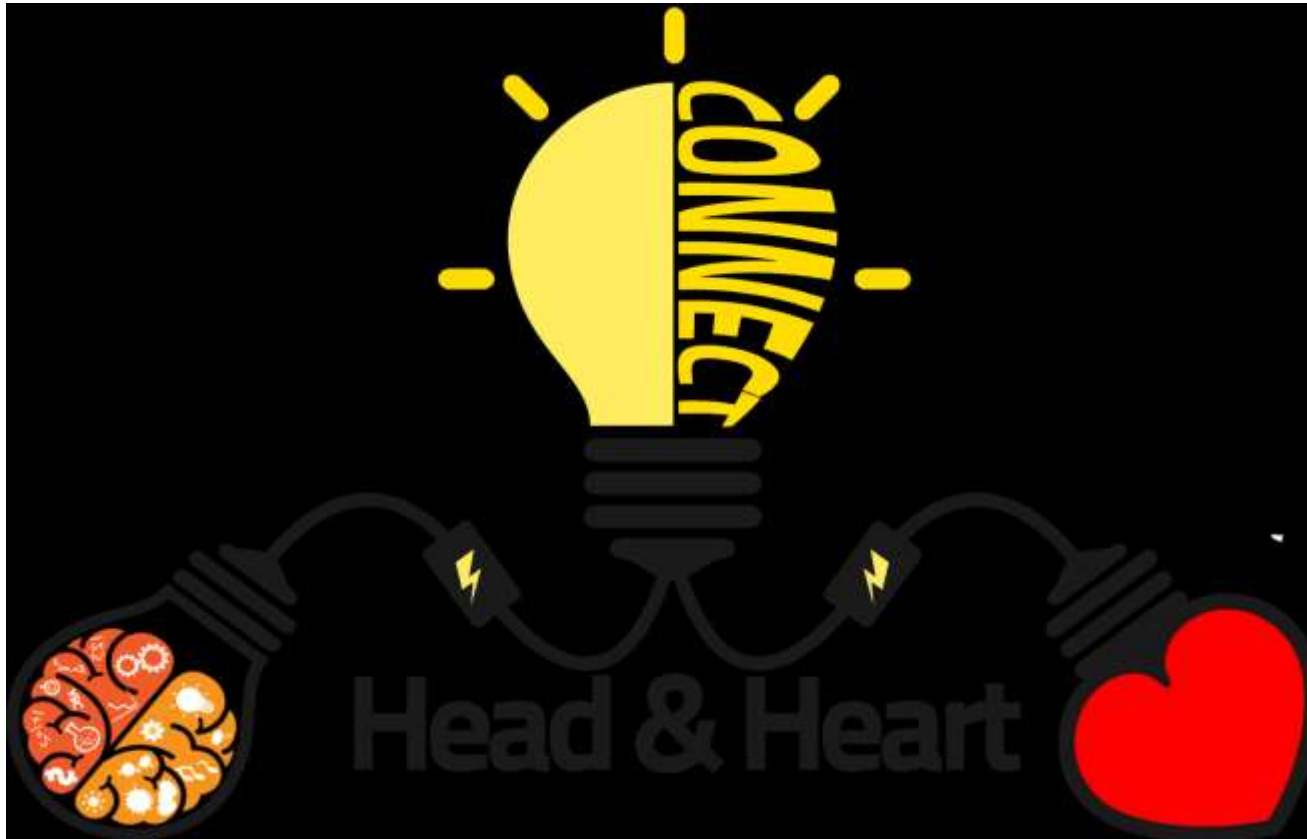
افراد با احساس خرید می کنند ولی با منطق آن را توجیه می کنند.

اگر او احساس خوبی از شما و شرکت شما داشته باشد و شما را دوست داشته باشد و رابطه خوبی با شما برقرار

کند کاملاً تحت تاثیر احساسات از شما خرید می کند!

جالب است ممکن است او بعداً کاملاً با دلایل منطقی خرید خود را توجیه کند. حتی با دلایل منطقی اطرافیانش

را نیز به خرید از



رضایت خاطر را تضمین کنید.

اگر محصول ما رضایت شما را جلب نکرد... . باز خرید تا یک ماه



خیالشان را آسوده کنید.

این خیلی مهم است!! که او آسوده خاطر باشد که ضرر نمی کند.

خوب گوش کنید.

اگر حرف زدن یک نیاز باشد، گوش کردن یک هنر است.



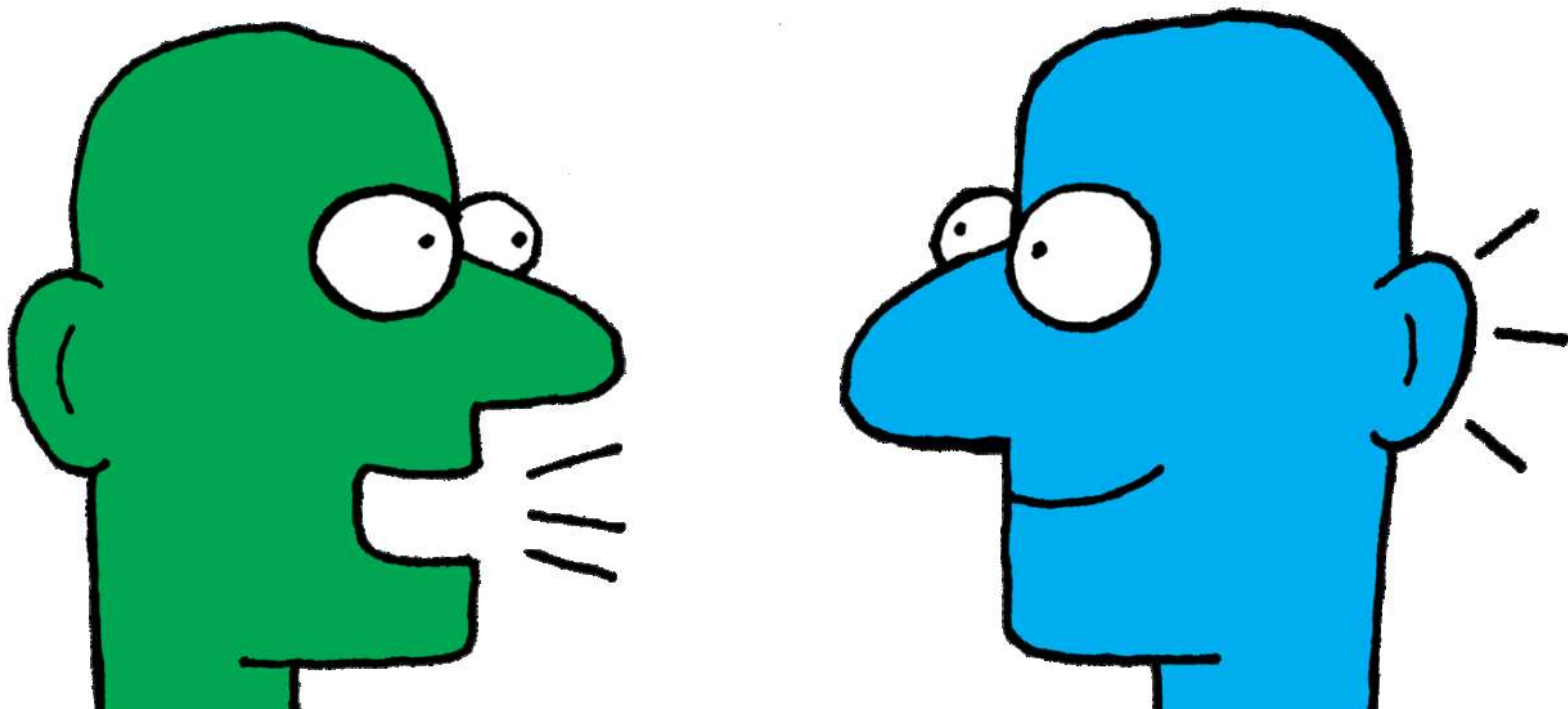
با دقت به حرفهای او گوش کنید.
صحبت مشتری را قطع نکنید.

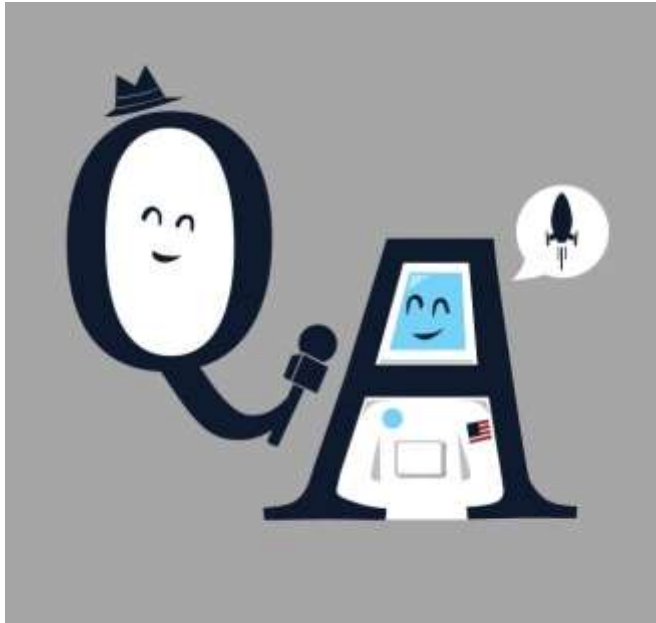
در حال گوش دادن چشمانتان را روی صورت مشتری بالا و پایین کنید.

به تمام کلمات او دقیق شوید.

با صبر و حوصله گوش دهید.

به گونه ای گوش کنید که گویی آماده اید هشت ساعت تمام به حرف های او گوش کنید.
وقتی به حرف های او گوش می کنید به هیچ چیز دیگر فکر نکنید.
فراموش نکنید که خوب گوش دادن روی اشخاص تاثیر می گذارد.
اگر خوب گوش کنید او را به لحاظ روانی متحول می سازید.





برای روشن شدن سئوال کنید

هرگز به راحتی فکر نکنید که منظور مشتری را فهمیده اید.

به راحتی پرسید «منظورتان چیست؟ تا روشن شوید»

وقتی این سئوالات را پرسید او بالاجبار توضیح بیشتری می دهد.

در حین صحبت به جزئیات بیشتری می پردازد.

و اینگونه بیشتر می توانید به او کمک کنید.

مشتری را درگیر کنید.

فردی که چون تخته سنگ فقط گوش می کند بعید است از شما خرید کند.

بهترین فروشندگان فقط حرف نمی زنند.

آنها مشتری را درگیر می کنند.

آنها در گفت و گوی فروش نقش فعالی ایفا می کنند.

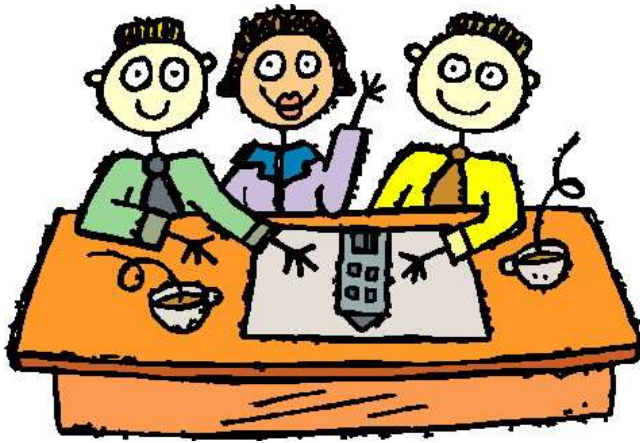


از وسایل بصری استفاده کنید.

عصب هایی که از چشم به مغز می روند بیست برابر بیشتر از عصب هایی هستند که از گوش ما به مغز می روند.

اگر تند حرف بزنید مشتری فرصت مناسبی برای درک حرف های شما پیدا نمی کند.

از نمودار، تصویر، جدول و حتی خود کالا برای جلب نظر مشتری استفاده کنید.



سؤال شما، تصویر شما، نمودار شما او را بیدار می کند و به ارائه بر می گرداند.

وقتی ارائه با سؤال همراه باشد او وارد بازی فروش وارد شده است.

BELIEVE THAT
YOU CAN!



SMILEY 

SMILEY and all related indicia are owned by The Smiley Company ©1921 - 2013. All rights reserved. www.smiley.com

~~Today
Tomorrow~~

احاساتی باشند

شکستہ فوجی

خود دستان

معمول

عزت

کارکنان

کار

با تشكر *علیرضا رجب

*مدیریت ارشد فروش



MDRT

The Premier Association of
Financial Professionals®

