

راه‌های جلب مشتری

# «صداقت» جواب می‌دهد

در شماره قبل درباره روش‌های متقاعد کردن مشتری صحبت کردیم. گفتیم، از مهم‌ترین و البته پیچیده‌ترین کارهای هر صاحب کسب‌وکار، قانع کردن فردی است که به او مراجعه کرده است تا کالا یا خدمات را از او بخرد تا به اصطلاح به مغازه کناری نرود! در شماره قبل پنج فن این کار را با هم مرور کردیم. در اینجا قصد داریم بقیه روش‌های راضی کردن مشتری را برای شما مطرح کنیم:



## ۱ نتیجه مهم است

تا به حال در مسابقات فوتبال دیده‌اید که یک گروه ممکن است خیلی خوب هم بازی کرده باشد، اما در نهایت یک گل هم نزنند؟ یا مساوی کرده یا حتی بازی را واگذار کرده باشد! گروه‌هایی که زیاد پاس می‌دهند، اما حمله نمی‌کنند و نتیجه نمی‌گیرند، توپ را می‌توانند با خودشان به خانه ببرند، اما بازی را گروه مقابل برده است! همین را کسب‌وکار تصور کنید. شما ممکن است ساعت‌ها در مورد کیفیت یک محصول با مشتری صحبت کنید، اما در نهایت مشتری راضی نشود و خرید نکند. شما زیاد صحبت کرده‌اید، اما گل نزده‌اید! می‌دانید چاره چیست؟ نتیجه. به جای صحبت کردن، نتیجه استفاده از محصول را نشان دهید و گل بزنید.

هنر جوان صنایع چوب یا مبلمان، وقتی کارو کاسی خودشان را راه می‌اندازند، وقتی مشتری می‌آید، به جای اینکه از نرمی و راحتی مبیل برایش صحبت کنید، بگویید روی مبیل بنشینند و راحتی آن را ببینند. بگذارید تجربه و نتیجه استفاده از محصول شما را ببینند. این کار معجزه می‌کند.

## ۲ شکست، پلی برای موفقیت

شاید بگویید این موضوع که با متقاعدسازی ارتباطی ندارد! اما اشتباه می‌کنید. شکست شما در مقابل مشتری این است که مشتری از شما خرید نکند. شاید بگویید اتفاق تلخی است. اما اگر شما آدمی حرفه‌ای و بلد کار باشید، می‌توانید از همین موضوع هم مشتری جذب کنید. چطور؟ با صداقت. صداقت همیشه جواب می‌دهد. اگر کیفیت محصولاتتان زیاد مناسب نیست، می‌توانید با ادبیاتی مناسب به مشتری بگویید این محصول برای شما ماندگاری زیادی ندارد. حالا اگر مشتری دنبال محصولی با کیفیت متوسط باشد، از شما خرید خواهد کرد و اگر هم با توضیح شما از خرید منصرف شود، به خاطر این صداقت و حسن اعتمادی که به شما پیدا کرده است، باز هم به کسب‌وکار شما سر می‌زند. بدترین شکست این است که مشتری از شما خرید نکند و از شما متنفر شود. دومی مهم‌تر از اولی است. با خرید محصول بی‌کیفیت، مشتری ممکن است از شما خرید هم کرده باشد، اما از شما متنفر خواهد شد و این را به بقیه هم منتقل خواهد کرد.



## ۴ فروش شروع ماجراست

اینکه فلان کار پایان کار نیست، بلکه شروع کار است، جمله‌ای کلیشه‌ای است که احتمالاً بارها به گوش‌تان خورده. اما کلیشه‌ای بودن یک جمله دلیل بر اشتباه بودنش نیست. بسیاری از صاحبان کسب‌وکار فکر می‌کنند همین که کالا یا خدماتشان را فروختند، دیگر باید استراحت کنند، چون کار بزرگی کرده و خسته شده‌اند. اما شما در ارتباط درست با مشتری نباید فقط به دنبال فروختن کالایتان باشید. هدف شما نباید فروش باشد، بلکه باید ایجاد بهترین تجربه برای مشتری باشد. معنی‌اش این است که مشتری باید تجربه‌ی ایدئالی از مراجعه به شما داشته باشد؛ به این دلیل که شما باید سعی کنید مشتریانان را به مشتری وفادار تبدیل کنید. این‌طور هم خودش دوباره به سراغ شما می‌آید و هم دیگران را تشویق می‌کند. پس چنین گنجی را نباید راحت از دست بدهید. سعی کنید برای مشتریانان خدمات پس از فروش فراهم کنید. ضمانت برگشت در صورت خرابی، ضمانت کارکرد محصول (گارانتی)، ارسال رایگان، نصب رایگان، تحویل در منزل، تعویض کالا و خدماتی شبیه به این موارد می‌توانند ارتباط خوب شما با مشتری را، حتی بعد از اینکه از مغازه شما رفته است، حفظ کنند.

شما علاوه برداشتن تخصص در حرفه و شغل خودتان، باید به ابزار ارتباط درست با مشتری و روش‌های قانع کردن مشتری هم مسلح شوید. به اصطلاح مشتری‌مدار باشید. در این صورت می‌توانید کسب‌وکار موفق‌تری برای خودتان و دیگر همکاران یا نیروهای زیردستان بسازید.

## ۳ راحت بودن

معمولاً آدم‌ها با کسانی که شبیه خودشان باشند راحت‌ترند و زودتر ارتباط می‌گیرند. خودبه‌خود حس اعتماد هم زودتر شکل می‌گیرد. این را می‌دانستید؟ خب، اگر می‌دانید که می‌توانید از همین روش برای متقاعد کردن مشتری‌تان استفاده کنید. البته که باید کمی باهوش باشید و زود یک نقطه اشتراک بین خودتان و مشتری پیدا کنید.

فرقی نمی‌کند کوچک باشد یا بزرگ. مثلاً اینکه همشهری باشید، یا اینکه طرفدار یک گروه فوتبال باشید، یا حتی اینکه درباره‌ی یک رنگ لباس علاقه مشترک داشته باشید. یا حتی از یک مدل خوششان بیاید. هر کدام از این‌ها می‌تواند راهی برای ایجاد شباهتی بین شما و مشتری باشد. ادامه ماجرا را هم می‌دانید!

البته مراقب باشید فیلم بازی نکنید! آدم‌ها باهوش هستند و فرق فیلم‌بازی کردن و صداقت را به سرعت تشخیص می‌دهند و این می‌تواند کاملاً ماجرا را برعکس کند و تلاش شما با شکست مواجه گردد و شخصیت شما را خراب نماید.