

آشنایی با روش های متقاعدسازی مشتری فن آخر بروسلی را بزنید!

متقاعد کردن مشتری همواره چالشی اساسی و شاید دردسرساز برای کسب و کارها بوده است. اصلاً بیابید کسب و کار را بگذاریم کنار تا حالا چند بار با خودتان فکر کرده‌اید اگر می‌توانستم فلانی را متقاعد کنم، کاری را که می‌خواستم انجام می‌داد، یا اینکه می‌توانستم فلان موضوع و مشکل را با او حل کنم؟ متقاعد کردن مهارتی اساسی و ویژه است که داشتن آن می‌تواند کلید قفل‌های زیادی باشد. بعضی این مهارت را در وجودشان دارند و ذاتاً کسانی هستند که خوب بلدند طرف مقابلشان را قانع کنند. اما نگران نباشید، این موضوع فقط ذاتی نیست، بلکه با رعایت مجموعه‌ای نکات و تمرین و توجه قابل یادگیری است.

برگردیم سر کسب و کار!

چرا اصلاً باید این محصول یا خدمات را بخرد؟ چه دلیلی دارد مشتری از شما خرید کند؟ چرا نباید همین محصول یا خدمات را از رقیب شما دریافت کند؟ چرا مغازه بگلی نرود؟ اگر در این سؤالات خوب عمیق شوید، می‌بینید که قانع کردن مشتری خیلی کار مهمی است. در واقع بسیاری اوقات که خود شما به کسب و کاری مراجعه و از او خرید می‌کنید، صاحب مغازه یا کسب و کار ناخودآگاه شما را قانع کرده است! پس اگر شما هم بلد نباشید مشتریان خود را قانع کنید، چه بسا به قیمت ورشکسته شدنشان تمام شود.

می‌خواهیم درباره متقاعد کردن مشتری چند نکته را با شما در میان بگذاریم تا آرام آرام کاسب قانع‌کننده‌ای شوید:

1 به مشتری پیشنهاد حداقلی بدهید. با این کار از ترس تصمیم‌گیری در او کاسته‌اید. فردی تصمیم می‌گیرد برای جمع‌آوری کمک مردمی به منظور اهدا به بیماران سرطانی درخواست کمک تنظیم کند. به یک گروه می‌گوید، «تمایل دارید در کمک به بیماران سرطانی به ما کمک کنید؟» به گروه دوم می‌گوید، «تمایل دارید در کمک به بیماران سرطانی به ما کمک کنید؟ هر چند که کم باشد.» نتیجه آن شد که میزان مشارکت گروه دوم تقریباً دو برابر گروه اول شد. پس این می‌تواند روش مؤثری باشد که شما خیال مشتری را راحت کنید تا بدون اضطراب تصمیم بگیرد.

2 اگر بتوانید گونه‌ای از حس کمیابی را به مشتری القا کنید، جواب می‌گیرید. مثلاً اینکه فلان محصول ما در سال فقط سه بار تخفیف می‌خورد و الان یکی از آن مواقع است. شما با این کار احساسات مشتری را درگیر کرده‌اید و او ترغیب می‌شود محصولی را با تخفیف بخرد و شما هم فروشتان بالاتر می‌رود؛ هر چند که تخفیف هم داده باشید، بالا بودن فروشتان سود شما را جبران می‌کند.



۳

خیلی اوقات در لحن و ادبیات صحبت کاسبان حس کرده‌اید طوری با شما صحبت می‌کنند که انگار در کل دنیا فقط آن‌ها هستند که می‌توانند نیاز شما را به این محصول یا خدمات برطرف کنند. در واقع حس انحصار در رفع نیاز را به شما القا می‌کنند. به نظر شما این بد است؟! برعکس، خیلی هم روش خوبی است. شما که به کیفیت کار خودتان ایمان دارید، این ایمان را به مشتری‌تان هم القا کنید تا از دسترنج شما لذت ببرد. کاسب که شدید، همین‌طور با مشتریانتان صحبت کنید!



۵

فن آخر بروسی در متقاعدسازی مشتری این است که در مشتری احساس نیاز به وجود بیاورید. یعنی همیشه منتظر نباشید مشتری با نیاز خاصی به مغازه شما مراجعه کرده باشد. شاید سردرگم باشد! خب، پس چرا خودتان دست‌به‌کار نمی‌شوید؟ چرا شما برایش نیاز ایجاد نمی‌کنید تا او در جواب نیازی که برایش ایجاد شده است، دست به خرید بزند؟ مثلاً اینکه بگویید: می‌خواهی دست خالی پیش پدر و مادرت بروی؟ این گلستان آن‌ها را خوش حال می‌کند. می‌خواهید این طبیعت زیبا را از دست بدهید؟ بگذارید یک عکس یادگاری خوب از شما بیندازم. و مثال‌های متعدد دیگر که در کسب‌وکارتان می‌توانید به آن‌ها فکر و به مشتری القایشان کنید.

روش‌های خوبی بودند؟! بهتر است این روش‌ها را با خودتان تمرین کنید. فرض کنید مشتری به شما مراجعه کرده است و شما می‌خواهید با او برخورد کنید و این روش‌ها را به کار بگیرید. اگر بتوانید این روش‌ها را به فروشندگان و کارمندان‌تان هم آموزش دهید که برنده واقعی فروش خواهید بود. در شماره بعد مجله روش‌های دیگری را نیز به شما خواهیم گفت.

۴

خیلی خوب است اگر بتوانید برای محصولتان فرصت استفاده آزمایشی فراهم کنید. بزرگ‌ترین حسن آن این است که باز هم خیال مشتری راحت می‌شود. هم می‌تواند محصول را امتحان کند، هم کیفیتش را ببیند و هم سوءظن قلبی و بی‌کیفیت بودن و به‌زورفروختن از طرف شما را نداشته باشد. بین خودمان بماند، این روش می‌تواند نوعی حس تعهد هم برای مشتری ایجاد کند که محصول را بخرد و این هم پاسخ منصفانه‌ای به روش قانع‌سازی خوب شماست. البته که کیفیت حرف اول را می‌زند و اگر محصولتان بی‌کیفیت باشد، انتظار تعهد و خرید بی‌جاست!