



بفرمایید ببینید

متقاعد کردن مشتری یعنی بتوانی به او ثابت کنی کالای تو از بقیه رقیبان بهتر است. قرار نیست کلاه سر کسی بگذارد، فقط باید از کیفیت واقعی و خوبی محصولات و حتی رضایت مشتریان قبلی بگویی. انتظار که نداری مشتری علم غیب داشته باشد و با همین علمش از خوبی محصول شما آگاه شود؟! پس باید خیلی شفاف برایش توضیح دهی تا بداند. حتی بعضی از مشتریان هستند که در خرید کردن خیلی با احتیاط برخورد می کنند و تا زیر و بم یک کالا را در نیاورند، خرید نمی کنند. چه کسی بهتر از شما که خبره کار خود هستید و می توانید با صداقت اطلاعات مفید در اختیارشان بگذارید.

فکر کن دم در مغازه ایستاده ای و منتظری که مشتری سر و کلاهش پیدا شود. این انتظارها برای زمانی است که محصول را تولید کرده ای و در بحث کیفیت آن همه چیز را لحاظ کرده ای. سردر مغازه را چسبانده ای و چند آگهی هم پخش کرده ای. حالا اگر مشتری بیاید، دیگر خودت هستی و مشتری، و باید او را متقاعد کنی تا از تو خرید کند. اینجا هنر خاص شماست که او را قانع کنی. این کار نه خیلی سخت و نه خیلی راحت است، فقط کافی است قوت و فنش را بلد باشی.



بامشتری رگو راسبت باشید

محمد آقاچانپور



به طور آزمایشی از محصول استفاده کنند. حتماً شما هم از این پیراهن های رسمی داخل جعبه خریده اید! معمولاً مغازه دار حتی نمی تواند آن را از جعبه بیرون بیاورد و برای همین، از اینکه اندازه ات باشد، مطمئن نمی شوی. اینجا آقا یوسف چند دست لباس را در اندازه های متفاوت از همان پیراهن ها داخل اتاق پرو دارد و برای اینکه خیالت راحت باشد، می دهد بیوشی تا از اندازه پیراهن مطمئن شوی. شما چطور؟ می توانید کاری کنید مشتری محصولات را آزمایشی امتحان کند؟! در این صورت او را قانع کرده اید.

تا از آقا یوسف و لباس فروشی اش فاصله نگرفته ایم، یک چشمه از هنرهای دیگرش را هم بگویم که خیلی در خاطر جمعی و اعتماد کردن مشتری مؤثر بود. می گفت «ببر بیوش، اگر خوب نبود، تا فردا بر گردان!» هر وقت یاد این ماجرا می افتم که چقدر مادرهای در و همسایه برای بچه هایشان لباس می آوردند تا بیپوشد و اگر خوشش نیامد برگردانند، به معجزه کار آقا یوسف ایمان می آورم. از آن همه لباس، شاید پنج درصد هم بر نمی گشت. همه اش فروش می رفت. این هم یک هنر بود که می گذاشت مشتریانش

کلمات به قلب و ذهن مشتری می نشینند و راحت نظرش را جلب می کنند. پس در استخدام کلمات خوب دقت کنید

۲

تا به حال پارچه فروشی رفته اید؟ احتمالاً هنرجویان طراحی دوخت خوب بدانند چه می گویم! تانقی به توقی می خورد، صاحب مغازه طاقه های پارچه را پشت سر هم برایتان ردیف می کند و در دستش می تاباند تا پارچه از توپش باز شود و شما ببینید! اصلاً هم از این کار خسته نمی شود. از صبح تا شب و برای هر مشتری همین کار تکرار می شود. تعجب ندارد، این راه و روش متقاعد کردن مشتری در کسب و کار پارچه فروشی است. او هر چقدر هم سخنران خوبی باشد و از جنس اعلا و طرح زیبای پارچه هایش با آب و تاب تعریف کند، نمی تواند به اندازه اینکه مشتری پارچه را دست بزند و زیبایی اش را با چشم خود ببیند، مؤثر باشد. پس تا حد ممکن بگذارید مشتری جنس را ببیند.

۳

وارد لباس فروشی آقا یوسف شده بودیم که از قدیمی های بازار بود و به قول کاسب ها چشمش عیار بود. همین که سبک لباس پوشیدن (تیپ) و ظاهرش را می بیند، یکی دو تا سؤال می پرسد که چه جور لباسی می خواهی و...، بعد بلافاصله چند دست لباس پیشنهاد می دهد، با طرح ها و رنگ های متنوع که از ظاهرش و از پاسخی که به سؤالش داده ای، می فهمد به دلت می نشیند و خوشش می آید. این همان فوت کوزه گری آقا یوسف برای متقاعد کردن مشتری بود. نصف محله هم به سلیقه آقا یوسف لباس می پوشیدند! سعی کنید به مشتریانتان پیشنهادهای خوب بدهید. این عالی است!

۵

کلمات به قلب و ذهن مشتری می نشینند و راحت نظرش را جلب می کنند. پس در استخدام کلمات خوب دقت کنید. مثلاً این محصول «منحصربه فرد» است، یا اینکه این لباس برای افراد «خاص» استفاده می شود، حس منحصربه فرد بودن را به مشتری می دهد. مثال دیگر «آسان بودن یا آسان کردن» کارها با این محصول است. الان در خیلی از تبلیغات می بینید که همه شان روی ویژگی ساده کردن کارها با محصولشان تمرکز کرده اند. آدم ها به طور کلی دوست دارند کارهای سخت و پیچیده شان ساده شود. کافی است این حس را از محصول شما بگیرند.

۶

وقتی می خواهید کسی را قانع کنید، خیلی ساده اش می شود اینکه باید دلیل قانع کننده برایش ارائه دهید. بله. همین قدر ساده. پس شما هم برای محصولتان باید دلایل قانع کننده داشته باشید و همان ها را به مشتری ارائه دهید. مثلاً اینکه این وسیله می تواند ۳۰ درصد در مصرف برق صرفه جویی کند، یا مثال هایی شبیه به این. شما به قانع کردن مشتریانتان در آینده فکر کرده اید؟! در شماره بعد از روش های دیگر متقاعدسازی برایتان می گویم.