



فروشی

مجموعه‌های گال

بدو بیا جاقاشقی آوردم برات، ۵۰ هزار تومان. مغازه را دارم بهت می‌دم ۱۰ هزار. اینجا قاشقی سفری است و شما می‌تونید اون را برای مسافرت‌های درون‌شهری و برون‌شهری استفاده کنید. حتی اگه ناهارت را سرکار می‌خوری، می‌تونی هر روز قاشقت را با این جاقاشقی سرکار ببری. این جاقاشقی سوراخ‌های تنفسی داره که باعث می‌شه گردش هوا دور اون اتفاق بیفته و دچار بوگرفتگی نشه. در هفت‌رنگ موجوده. حتی می‌تونی داخل این جاقاشقی مسواک هم بذاری و اون رو سفر ببری. کارت‌خوان هم موجوده ...

آنچه خواندید، بخشی از حرف‌های یک دست‌فروش مترو است. فقط دست‌فروش‌ها هستند که می‌توانند در مورد مزایای یک چیز ساده، نه تنها ساعت‌ها سخنرانی کنند، بلکه گاه شما را مجاب به خرید کنند. حتی اگر بارها دچار خریدهای بدون کیفیت متروبی شده باشید، ولی باز ممکن است در مقابل این سبک از جملات سر تعظیم فرود آورید و مجدداً برای تهیه نیازهای خود از دست‌فروش‌های متروبی کمک بگیرید. البته این شما نیستید که دچار اشتباه می‌شوید، بلکه این دست‌فروش‌ها هستند که استاد کامل فروش هستند. آن‌ها به قدری در موضوع



این حق مشتری است که قبل از خرید در مورد محصول اطلاعاتی موثق دریافت کند تا بتواند در ذهن خود بررسی کند. برای همین، در مورد محصول فروشی خود اطلاعات کاملی کسب کنید



فروش یعنی در ابتدا نیاز مشتری را درک و به او کمک کنیم در مورد این نیاز فکر کند. در نهایت هم به او ثابت کنیم که می‌تواند این نیاز را از طریق شما حل کند

موردپسند باشید

شما هم حتماً این تجربه را داشته‌اید که گاهی با وجود اینکه از محصولی خوشتان می‌آید، ولی با توجه به مشکلی که در تعامل با فروشنده داشته‌اید، سعی کردید با خرید نکردن از فروشنده، او را تنبیه کنید. در واقع می‌توان خرید می‌کنند. به همین دلیل از سلام و احوال‌پرسی شما می‌پسندند و بعد محصول او را گرفته تا عطر و بوی فضای مغازه، همگی بر فروش شما تأثیر گذارند. برای مثال، برخی از فروشنده‌ها هنگام کشیدن کارت، زیرچشمی فامیل شما را از روی کارت می‌خوانند و هنگام تحویل محصول، با صدازدن فامیل شما، حس خوبی را به شما منتقل می‌کنند. گاهی نیز با چیدمان خوب مغازه، حسی خوب را به خریدار منتقل می‌کنند.

مشتری را بشناسید

فرض کنید شما فروشگاه عطر دارید. مشتری وارد فروشگاه می‌شود و به شما می‌گوید عطر می‌خواهد. در صورتی که شما در چند دقیقه قادر به شناخت مشتری نباشید، قادر به فروش محصول نخواهید بود. زیرا نمی‌توانید صدها عطر خود را یکی پس از دیگری برای او بیابید تا او ببخشد. در مقابل، در صورتی که شما با چند سؤال ساده به تمایلات و نیاز او پی ببرید، می‌توانید به راحتی محصول خود را بفروشید. معمولاً فروشنده‌های عطر برای شناخت ذائقه مشتری خود، از هر گروه از عطرها، یک نمونه برای خریدار ارائه می‌کنند تا پی ببرند او مثلاً عطرها شیرین را می‌پسندد یا عطرها تلخ را.

کاملاً بدانید

فرض کنید که شما در حال فروش شلوار هستید. مشتری در مورد ماندگاری رنگ لباس پس از شست‌وشو از شما می‌پرسد و شما چیزی در این باره نمی‌دانید. در این حالت شما یا باید به دروغ در مورد این شلوار صحبت کنید یا صادقانه بگویید نمی‌دانم! هرچند که صداقت موجب اعتماد خریدار به شخص شما می‌شود، اما این حق مشتری است که قبل از خرید در مورد محصول اطلاعاتی موثق دریافت کند تا بتواند در ذهن خود بررسی کند آیا این محصول پاسخگوی نیاز او هست یا خیر. برای همین، در مورد محصول فروشی خود اطلاعات کاملی کسب کنید. شرایط استفاده از محصول، ماندگاری آن در شرایط گوناگون یا حتی محدودیت‌ها و معایب آن را بدانید تا بتوانید به علامت‌های سؤال خریدار پاسخ دهید. پاسخ به سؤالات خریدار می‌تواند به شما در معرفی محصول خود و به خریدار در خرید خوب کمک کند.

