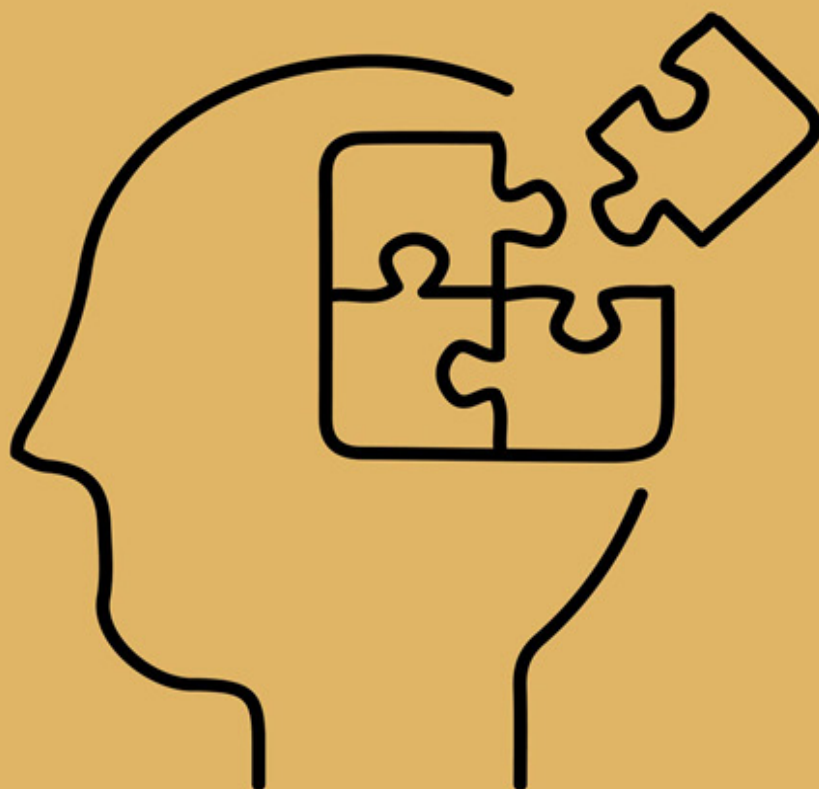


# روانشناسی فروش

۸ درس موفقیت در فروش



به روش برایان تریسی

روانشناسی فروش  
تیم دیجیتال مارکتینگ دیدار  
حمید محمودزاده  
گلریز اندیشه فر  
سمیرا موحدی  
پاییز ۱۴۰۰  
ابرپردازش دیدار  
فروش و بازاریابی

عنوان  
گردآوری و ترجمه  
به سرپرستی  
گرافیک  
صفحه آرایشی  
زمان انتشار  
ناشر  
موضوع

کلیه حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابررایانش دیدار می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین و از طریق نه تنها مجاز، بلکه باعث خوشنودی است.

### توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید برای دریافت آخرین نسخه کتاب «سوگیری شناختی چیست» روی لینک زیر کلیک کنید:

[لینک دانلود کتاب در سایت دیدار \(به شکل فایل PDF\)](#)

# آنچه در این کتاب می‌خوانید:

- ۵ هشت درس موفقیت در روانشناسی فروش
- ۲۰ بازی درونی فروش
- ۲۷ ذهن خود را با اهداف مثبت برنامه ریزی کنید
- ۳۱ روانشناسی خریداران (چرا مردم خرید می‌کنند؟)
- ۴۰ فروش خلاقانه روند تصمیم‌گیری مشتری را تغییر می‌دهد
- ۴۶ جلسات حضوری بیشتری تنظیم کنید
- ۵۰ قدرت پیشنهاد و تاثیر آن روی فرایندهای تصمیم‌گیری مشتری
- ۵۴ ذهن و نیاز مشتری را بشناسید تا فروشتان متحول شود
- ۵۹ ده کلید موفقیت در روانشناسی فروش

## هشت درس موفقیت در روانشناسی فروش

روانشناسی فروش یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که هر فروشنده حرفه‌ای باید از آن برخوردار باشد. استفاده از تکنیک‌های روانشناختی و همچنین تسلط بر انواع سوگیری‌های شناختی برای اثرگذاری بر تصمیم‌گیری مشتریان، به یکی از ضرورت‌های شغل فروشندگی تبدیل شده است.

شما زمانی می‌توانید بر روی مشتری خود اثر بگذارید که سه جزء کلیدی و بسیار مهم را در مورد مشتری خود رعایت کنید:

- احساس
- اعتماد

## • منطق

در واقع می‌توان گفت روانشناسی فروش یعنی توانایی درگیر کردن و اثرگذاری بر این سه حوزه با استفاده از تکنیک‌های روانشناسی. در ادامه این سه جزء را بیشتر مورد بررسی قرار می‌دهیم.



## تعریف روانشناسی فروش چیست؟

با توجه به گستردگی علم روانشناسی و تأثیر زیادی هر کدام از حوزه‌های روانشناسی بر روی مشتریان یک کسب‌وکار دارد، ارائه یک تعریف جامع و کامل از روانشناسی فروش کاری بسیار دشوار است. اما اگر از منظر علم فروش و فروشندگان حرفه‌ای به این موضوع نگاه کنیم، به تعریف زیر برای روانشناسی فروش می‌رسیم:

روانشناسی فروش یک فرآیند است که طی آن فروشنده یا بازاریاب به مطالعه‌ی روانشناختی مشتریان بالقوه و بالفعل خود می‌پردازد تا بتواند خدمات یا محصولات خود را به آنها بفروشد.

برای درک بهتر این تعریف چند خرید آخر خود را به یاد بیاورید و آنها را با جزئیات بیشتری مرور کنید. فروشندگانهایی که شما از آنها خرید کرده‌اید چه ویژگی برجسته و پرننگی داشتند؟

از نظر علم روانشناسی فروشندگی، فروشندگانهایی که خصوصیات زیر را داشته باشند، اثرگذاری بیشتری و در نتیجه فروش بیشتری دارند:

- توانایی همدلی
- توانایی گوش دادن و کنجکاو بودن
- توانایی قرار دادن خود در موقعیت افراد دیگر
- هوش و توانایی استنباط
- ارتباط موثر
- ثبات عاطفی
- صبر
- مهارت حل مسئله
- خودآگاهی
- هوش هیجانی بالا

شما با یادگیری روانشناسی فروش می‌توانید این ویژگی‌ها را در خود تقویت کرده و به یک فروشنده حرفه‌ای تبدیل شوید.

## جزء اول موفقیت در روانشناسی فروش: احساس

همانطور که گفتیم فروشندگان حرفه ای روانشناسی فروش را یاد می‌گیرند تا بر فرآیند تصمیم‌گیری مشتری مشتریان خود اثر بگذارند و فروش خود را بیشتر کنند. پس مسأله با پروسه تحلیل اطلاعات در مغز و فرآیند تصمیم‌سازی در ذهن انسان‌ها ارتباط دارد.

حال باید ببینیم که مشتری چگونه به این نتیجه می‌رسد که خرید یک محصول یا خدمت برای او ارزشمند است. چرا که در واقع خرید یک مبادله است: مشتری وجه نقدی را می‌پردازد و در ازای آن چیزی را دریافت می‌کند. پس اگر این چیز در نظر او ارزشمند باشد، با میل و رغبت پول خود را به شما خواهد داد. بخش زیادی از ارزشمند بودن محصولات یا خدمات شما در ذهن مشتریان به احساس آنها درباره شما و محصولاتتان برمی‌گردد. اگر احساس خریدار نسبت به شما از ابتدای معامله مثبت باشد، با احتمال بسیار زیادی در این معامله برنده می‌شوید.

پس یکی از کارهای اصلی شما این است که احساسات مشتریان خود را درک کرده و آنها را به کانال‌های احساسی مناسب هدایت کنید. فروشندگان حرفه ای در این بخش تبحر بسیار زیادی دارند.

ممکن است شما با خود فکر کنید که بعضی از افراد تصمیمات خود را به طور کامل بر اساس عقل و منطقشان اتخاذ می‌کنند و تأثیرگذاری بر احساس آنها بی‌فایده است. پس بهتر است به جای یادگیری روانشناسی فروش و آشنایی با سوگیری‌های شناختی، روی آموزش فروش و یادگیری تکنیک‌های فروشندگان حرفه‌ای تمرکز کنید. اما باید توجه داشته باشید که در مورد خرید کردن، احساس

بسیار بسیار بیشتر از عقل و منطق اثر گذار است و باید توجه ویژه‌ای به آن داشته باشید.

## جزء دوم موفقیت در روانشناسی فروش: اعتماد

ایجاد اعتماد دومین چیزی است که روانشناسی فروش به آن می‌پردازد. اعتماد اثر فوق‌العاده‌ای در هر موفقیت یا شکست هر کسب‌وکاری دارد و در سطوح مختلف باید ایجاد شود. اعتماد به نام تجاری (برند)، اعتماد به محصولات، اعتماد به خدمات پس از فروش، اعتماد به فروشندگان و ایجاد این اعتماد نیاز به فراهم کردن بسترهای مناسب با استفاده از ابزارهای مختلف دارد. دانش روانشناسی فروش دقیقاً همین کار را برای شما انجام می‌دهد و بسترها و ابزارهای مناسب برای به وجود آوردن اعتماد را به شما معرفی می‌کند.

## جزء سوم موفقیت در روانشناسی فروش: منطق

همانطور که بالاتر هم اشاره کردیم بخش زیادی از فرآیند تصمیم‌گیری برای خرید روی احساس مشتریان استوار است. اما این به معنی خالی بودن تصمیمات از منطق نیست. معمولاً وقتی پای پرداخت پول به میان می‌آید خیلی از افراد سعی می‌کنند احساسات را کنار بگذارند و بدون توجه به علاقه‌ای که به محصول شما دارند، میزان پولی که پرداخت می‌کنند و چیزی که به دست می‌آورند را تجزیه و تحلیل کنند!

البته یک فروشنده حرفه‌ای سعی می‌کند در مراحل قبلی بهتر کار کند و احساس عمیق‌تری نسبت به محصول ایجاد کند تا در این مرحله راحت‌تر باشد. اما روانشناسی فروش برای بخش منطقی هم راهکارهایی دارد که با رعایت کردن آنها می‌توانید بر تصمیم مشتری خود اثر بگذارید.

همانطور که تا اینجا گفتیم همه چیز با روانشناسی گره خورده است. بنابراین در حرفه‌ی بازاریابی و فروش دانستن مفهوم و اصول روانشناسی فروش و فروشندگی از آن جهت که مخاطب ما انسان‌ها هستند حائز اهمیت است. ذهن انسان‌ها به قدری مرموز و پیچیده است که برای درک رفتار یکدیگر باید خیلی تلاش کنیم. روانشناسی رفتاری یکی از شاخه‌های دنیای روانشناسی است که در این زمینه به ما کمک بسیاری می‌کند زیرا رفتار و خروجی تحلیل‌های ذهنی افراد را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ در نتیجه با اطلاع از آن نیز می‌توانیم رفتار مصرف‌کننده یا مشتری خود را به درستی و با دقت ارزیابی کنیم و فروش تاثیرگذاری را داشته باشیم.

فرض کنید مشتری شما با این که می‌تواند خیلی سریع نیاز و مشکل خود را با مراجعه کردن به فروشنده ای دیگر رفع کند، حاضر است صبر کند تا وقت شما خالی شود، پیشنهاد بیاید و از شما خرید کند. به نظر شما دلیل این رفتار چیست؟ دانستن روانشناسی فروشندگی برای پاسخ به این سوال اهمیت بسیار زیادی دارد.

## روانشناسی فروش چیست؟

روانشناسی فروش یعنی طرز برخورد با مشتری، بررسی رفتارها و آماده سازی ذهنی مصرف‌کنندگان جهت ایجاد اعتماد در فروش؛ به بیان دیگر چطور با مشتریان خود برخورد کنیم تا نه تنها ما را فردی حرفه‌ای و معتمد بدانند بلکه از ما خرید کنند.

طبق گفته‌ی سم والتون، موسس شرکت والمارت:

«فقط یک رئیس وجود دارد: «مشتری» و او می‌تواند با خرج کردن پولش در

جایی غیر از سازمان یا شرکت شما همه‌ی افراد، از مدیر عامل تا کارمند را اخراج کند.»

بنابراین روانشناسی فروش حرفه‌ای یکی از گرانبهارترین سرمایه‌ها و دارایی‌های شما در نگهداری مشتری است.



## هدف روانشناسی فروش چیست؟

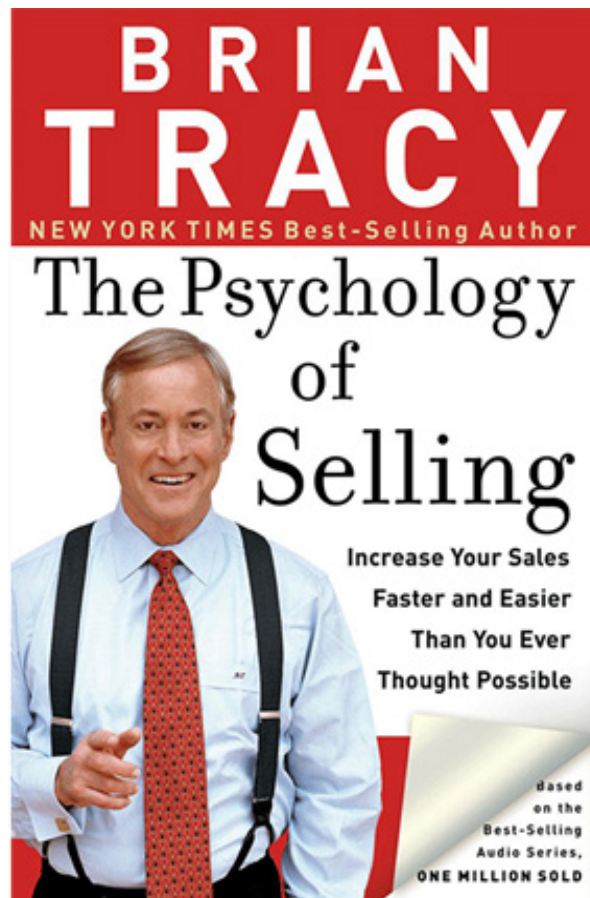
افزایش فروش خدمات و محصولات یکی از دلایلی است که ما از روانشناسی فروش بهره می‌گیریم. بنابراین پس از شخصیت‌شناسی در فروش و آگاهی از نیازها و خواسته‌های مشتریان باید از اصول و تکنیک‌های روانشناختی و روانشناسی فروش برای جذب مشتری استفاده کنیم.

آیا رمزگشایی رفتار مشتریان و فروش سریعتر و آسانتر یکی از دغدغه‌های اصلی شماست؟ به نظر شما چرا فروشندگان اهمیت دارند و چگونه می‌توان جزء ۴ درصد فروشندگان برتر هر کسب و کار و صنعتی بود؟ اگر می‌خواهید پاسخ این

سوالات را بدانید و به یک میلیونر تبدیل شوید، یکی از معروف ترین کتاب‌هایی که در حوزه روانشناسی فروش نوشته شده است کتاب روانشناسی فروش برایان تریسی است. در ادامه به طور خلاصه به معرفی این کتاب می‌پردازیم.

## معرفی کتاب روانشناسی فروش برایان تریسی

کتاب روانشناسی فروش برایان تریسی، کتابی شناخته شده و حرفه‌ای در زمینه‌ی فروش است که در آن ایده‌ها، استراتژی‌ها و تکنیک‌هایی برای فروش سریع‌تر و آسان‌تر مطرح شده است. از این رو، مطالعه‌ی این کتاب برای فروشندگانی که می‌خواهند آداب رفتار با مشتری را بدانند و میزان فروششان را راحت‌تر و پر سرعت‌تر افزایش دهند، توصیه می‌شود.



ما در اینجا قصد داریم نکات روانشناسی فروش و اصول حرفه ای در فروش موفق را که برایان تریسی در کتابش بیان کرده به طور خلاصه بازگو کرده و هر کدام را جداگانه به طور مفصل به شما آموزش دهیم.

ابتدا برای اینکه ذهن شما با مطالب ارائه شده در این کتاب آشنا شود، عناوین فصولی را که در آن آورده شده است، بخوانید و بررسی کنید:

فصل اول: بازی درونی فروش

فصل دوم: ذهن خود را با اهداف مثبت برنامه ریزی کنید

فصل سوم: روانشناسی خریداران (چرا مردم خرید می کنند؟)

فصل چهارم: روش خلاقانه

فصل پنجم: جلسات حضوری بیشتری تنظیم کنید

فصل ششم: قدرت پیشنهاد و تاثیر آن روی فرایندهای تصمیم گیری مشتری

فصل هفتم: ذهن و نیاز مشتری را بشناسید تا فروش تان متحول شود

فصل هشتم: ده کلید موفقیت در روانشناسی فروش

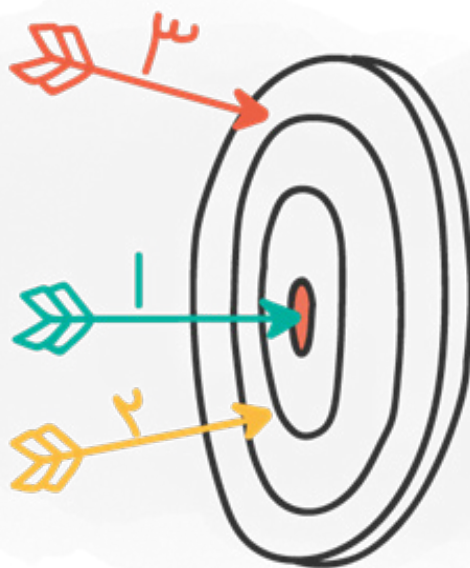
برایان تریسی در این کتاب ابتدا چگونگی طی کردن از پایین ترین تا بالاترین سطح فروش را با ذکر تجربیات شخصی خودش بیان کرده است و خوانندگان را ترغیب می کند که بر مبنای آموزش های موفق که به دانشجویان خود داده، عمل کنند تا روند فروشندگی و پیشرفت سریع و میلیونر شدن را تجربه کنند.

در فصل اول کتاب به این موضوع اشاره می شود که فروشندگان در هر کسب و کار و بیزینسی نقشی اساسی دارند و به عنوان کلیدی ترین مهره در فعالیت های اقتصادی و صنعتی به شمار می روند. بنابراین شرکت هایی موفق هستند که روی

فروشنندگان خود سرمایه گذاری می‌کنند.

از نظر تریسی، فروشنده‌گی فعالیتی است که می‌تواند منجر به رسیدن به رفاه و یک زندگی راحت شود، در واقع فروشنندگان می‌توانند با کسب مهارت و یادگیری روانشناسی حرفه ای فروش به نتایج مطلوبی دست پیدا کنند. پس آگاهی از روانشناسی فروش از شرط‌های لازم موفقیت شخصی و سازمانی است.

همان طور که می‌دانید، برنامه ریزی و هدف داشتن در زندگی موضوع بسیار مهمی است. در فصل دوم این کتاب به فروشنندگان توصیه می‌شود که برای خود اهداف کوچک و بزرگ، واقع بینانه و چالشی در نظر بگیرند، و به طور ثابت قدم و مصمم برای رسیدن به آنها تلاش کنند؛ زیرا یکی از دلایل موفقیت اشخاص سطح بالا تعهد به هدف گذاری است. پس از آنجایی که کیفیت هدف گذاری با موفقیت ارتباط مستقیم دارد، باید دقیقاً بدانید چه می‌خواهید.



در فصل سوم این کتاب، روانشناسی مصرف کننده و دلیل این که چرا مشتریان

خرید می‌کنند مورد بررسی قرار گرفته است و شما به عنوان یک فروشنده وظیفه دارید فعالیت‌هایی را انجام دهید تا به تسهیل این روند کمک کنید. انجام دادن و رعایت کردن این فعالیت‌ها و درک نیاز مشتری برای برقراری ارتباط موثر و مدیریت رفتار مشتری امری ضروری است.

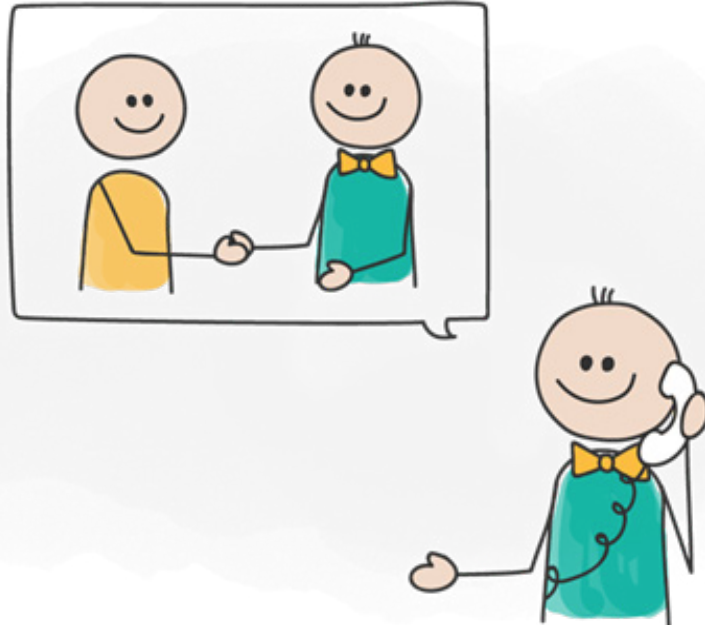
برخورداری از نیروی تجسم و تصویرسازی خلاق یکی از ویژگی‌ها و مهارت‌هایی است که فروشندگان موفق باید آن را کسب کنند. طبق گفته‌ی تریسی در فصل چهارم، شما با تمرین کردن می‌توانید به فروشنده‌ای خلاق تبدیل شوید.

هر چه بیشتر خلاق باشید درآمد بیشتری کسب خواهید کرد. برای نمونه شما می‌توانید در پرزنت ویژگی خاصی از محصولاتان، نوع پوشش، تشخیص هرم نیازها و تحلیل نیازهای مشتری و خلاقیت داشته باشید. پس یادگیری آداب رفتار با مشتری یکی از اولویت‌های فروشندگی موفق به شمار می‌آید.

به علاوه، صرف وقت بیشتر با مشتریان بالقوه یکی از مهم‌ترین اصول حرفه‌ای در فروش موفق به حساب می‌آید که در فصل پنجم به آن اشاره شده است. بنابراین قرار ملاقات‌های بیشتری را با برنامه ریزی دقیق و درست با مشتریان احتمالی خود تنظیم کنید. به عبارت دیگر، در وهله‌ی اول محصولاتان را نفروشید بلکه قرار ملاقات بفروشید!

در قسمت ششم به تکنیک‌هایی که برای متقاعد سازی مشتریان مورد استفاده قرار می‌گیرد، اشاره شده است. همان گونه که می‌دانید، افراد تا حد بسیار زیادی تحت تاثیر ظاهر قرار می‌گیرند. بنابراین اعتماد به نفس، آرامش و اطمینان خاطر یک فروشنده نقش بسیار مهمی در موفقیت فروش ایفا می‌کند. از این گذشته،

فاکتورهای بسیار زیادی برای اقناع مشتری وجود دارد که می‌توانید آنها را در متن مقاله‌ی مربوط به فصل ششم بخوانید.



از سوی دیگر، شخصیت‌شناسی در فروش می‌تواند مسیر فروش شما، موفقیت و شکست آن را تعیین کند. در فصل هفتم این کتاب به اهمیت این موضوع اشاره شده است؛ پس بهتر است با انواع مشتریان احتمالی خود آشنا شوید و آنها را بهتر بشناسید.

در آخر، در فصل هشتم کتاب برایان تریسی، به ۱۰ اقدام ضروری که برای موفق شدن در فروش و قرار گرفتن در ردیف بهترین فروشندگان نیاز دارید، اشاره شده است. به یاد داشته باشید شما از توانمندی خوبی برخوردارید، پس توانایی انجام دادن کارهای بیشتر و شایستگی رسیدن به مراحل بالاتر را نیز دارید. ده کلید موفقیت در روانشناسی فروش را الگوی خود قرار دهید تا به اهداف خود برسید و به فروشنده‌ای حرفه‌ای و موفق تبدیل شوید.

## جمع بندی

فروشنده‌گی با ذهن و احساس مشتریان ارتباط مستقیم و تنگاتنگی دارد. دانستن اصول روانشناسی فروش به ما کمک می‌کند تا خریداران احتمالی خود را بشناسیم و متناسب با روحیات و واکنش‌های آنها رفتار کنیم. پس برای تبدیل شدن به فروشنده‌ای حرفه‌ای و موفق اطلاعات خود را بروزرسانی کنید و به نکاتی که در کتاب برایان تریسی گفته شده توجه کنید.



## ویدیو آموزش فروش کریس کرافت

کریس کرافت یکی از بزرگترین سخنرانان و مربی‌های انگلستان است که تجربه بسیار زیادی در زمینه آموزش فروش دارد.

این دوره کریس کرافت توسط ۴۳۰۰۰ نفر در سایت Udemy خریداری شده است.

در این دوره کوتاه او به شما می‌آموزد که فروش چیزی جز ارتباط نیست و با جزییات در مورد ساختن ارتباط با شما صحبت می‌کند.



برای دانلود رایگان ویدیو آموزش فروش روی لینک زیر کلیک کنید  
و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <



## بازی درونی فروش

طبق گفته‌ی رابرت کولیر، هر چیزی را که می‌خواهید در کسب و کار و زندگی خود به دست آورید، ابتدا در ذهن خود تصور کنید. آن را ببینید، تجسم کنید و به آن باور داشته باشید.

از نظر برایان تریسی، فروشندگان مهم‌ترین افراد در هر کسب و کاری هستند. در واقع، بدون فروش، بزرگ‌ترین و پیشرفته‌ترین شرکت‌ها تعطیل می‌شوند. بنابراین، توانایی فروش فاکتوری اصلی برای تعیین موفقیت یا عدم موفقیت یک شرکت به حساب می‌آید.

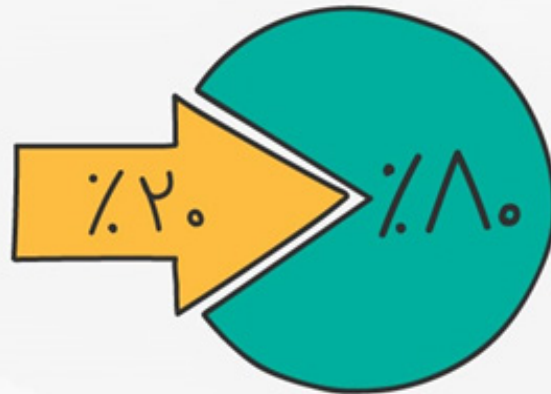
"فروشندگان مهره‌های مهمی هستند"

شما چقدر می‌فروشید؟ به یاد داشته باشید توانایی شما در فروش می‌تواند درآمد بالا و امنیت شغلی را برای شما به همراه داشته باشد. هیچ سقف درآمدی برای فروشندگان وجود ندارد. بعلاوه، در حالی که هر شرکتی به یک تیم فروش پویا و فعال برای موفقیت نیاز دارد، مهارت در فروشندگی و پایبندی به اصول آن بحث و تخصص دیگری است. به طور مثال، یکی از اصول مهم فروشندگی به کار گرفتن قانون پارتو است.



## قانون پارتو چیست؟

۸۰ درصد درآمد شما از ۲۰ درصد مشتریان و تنها ۲۰ درصد درآمدتان از ۸۰ درصد مشتریان دیگر حاصل می‌شود. قانون پارتو (۸۰/۲۰) در فروش چیزی است که در ابتدای راه تلنگری به موقع به شما می‌زند و دیدتان را باز می‌کند. پس حتماً آن را در کسب و کار خود به کار بگیرید.



همچنین برایان تریسی معتقد است کوچکترین و جزئی‌ترین اختلاف‌ها در توانایی افراد منجر به نتایج بسیار متفاوتی می‌شود. بنابراین، اگر فروشندگان در زمینه‌های اصلی فروش عملکرد بهتری داشته باشند، درآمدی که به دست می‌آورند، فوق العاده و جالب توجه خواهد بود. این اصل به مرز برنده شدن *The Winning Edge* نیز معروف است.

از نظر برایان تریسی، برای اینکه شما به فروشندگانی موفق تبدیل شوید، باید مهارت‌هایی را کسب کنید.

## ویژگی‌های فروشندگان موفق

- از صفر شروع کنید
- بیشتر افراد و فروشندگان موفق از اول راه و مسیرشان پول و منابع زیادی نداشته و از صفر شروع کرده‌اند.

• موفقیت امری ذهنی و درونی است

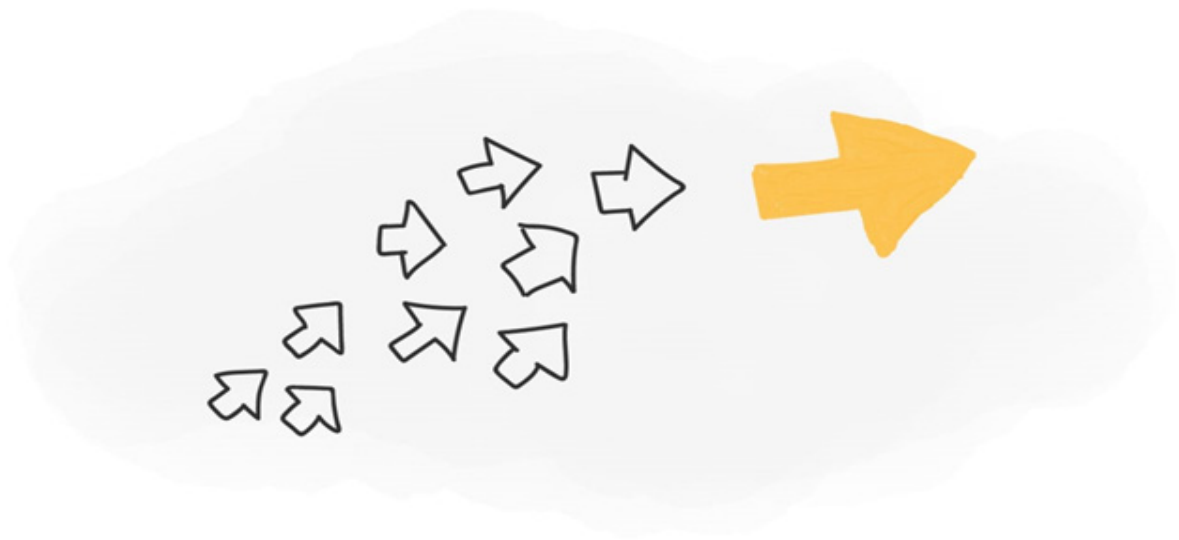
تمام آن چیزی که در ذهن یک فروشنده می‌گذرد، نتایج متفاوتی را رقم می‌زند. زمانی که می‌خواهید بدانید ارتفاع یک آسمان خراش چقدر است، به این نکته توجه می‌کنید که چند متر برای ساختن آن گودبرداری شده است. به همین میزان هر چقدر دانش و آگاهی شما از موضوعی بیشتر باشد، شما می‌توانید موفقیت فروش خود را بر مبنای آن بسازید.

### • از توانایی‌ها و استعدادهای خود استفاده کنید

به طور معمول افراد از ۱۰ درصد توانایی‌های خود برای انجام کاری استفاده می‌کنند. پس نود درصد باقی مانده چه می‌شود؟ زمانی که یاد بگیرید به تدریج از بیشتر ظرفیت‌ها و توانایی‌های خود استفاده کنید، جزء فروشندگان برتر دنیا خواهید شد.

### • از رهبران حوزه‌ی کاری خود پیروی کنید

این نکته را به یاد داشته باشید که هیچ کس از شما برتر یا باهوش تر نیست. اگر فردی موفق به شمار می‌رود، به این خاطر است که قانون علت و معلول را زودتر از شما درک کرده است. به این معنی که هر چیزی اتفاق می‌افتد، بی دلیل نیست. موفقیت شانس و یک اتفاق نیست. شکست هم اتفاق نیست. در واقع، موفقیت قابل پیش بینی است، چون از خودش ردپا به جای می‌گذارد.



در روانشناسی حرفه‌ای فروش حوزه‌های تعیین کننده و مهمی وجود دارد. نکات و شاخص‌های کلیدی و مهم در زمینه‌ی فروش عبارتند از:

۱. ارزیابی اولیه Prospect
۲. ایجاد ارتباط موثر Building rapport
۳. شناسایی نیازها Identifying needs
۴. نحوه‌ی ارائه و پرزنت محصول Presenting
۵. پاسخگویی به موانع خرید و مخالفت‌ها Answering objections
۶. نهایی کردن معامله Closing the sale
۷. فروش مجدد و جذب مشتریان ارجاعی Getting resales and referrals

برایان تریسی معتقد است تصویری که هر شخص از خودش دارد در موفقیت او بسیار مهم است. بنابراین، تصویر ذهنی شما در هر کدام از این حوزه‌ها عملکرد شما را در آن حوزه مشخص می‌کند. تصویر ذهنی شما مانند سیستم عاملی است که هر آنچه را که می‌گویید، فکر می‌کنید، احساس می‌کنید و انجام می‌دهید، مشخص می‌کند.

اگر شما در هر یک از این زمینه‌ها توانایی خود را دست کم بگیرید و از آن اجتناب کنید، سرخورده می‌شوید. پس ابتدا ذهن خود را تقویت کنید! چون توانایی‌ها قابل یادگیری هستند. اما اگر اعتماد به نفس داشته باشید و کار خود را با مهارت انجام دهید، حتماً موفق می‌شوید و به مشکلی بر نخواهید خورد.

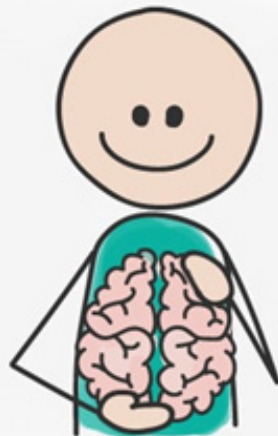
شما روزانه با فرصت‌های گوناگونی مواجه می‌شوید و همیشه در کاریز فروش‌تان مشتریان بالقوه دارید؛ پس اگر تصویر ذهنی بدی داشته باشید، ارزیابی اولیه

ترسناک به نظر می‌رسد و مضطرب می‌شوید.

آیا می‌دانستید تصویر ذهنی شما از خودتان هم بر میزان فروش‌تان تاثیر می‌گذارد؟ جالب است بدانید حتی سطح درآمد شما در ذهن‌تان ثبت می‌شود! اگر شما درآمد ۷ میلیونی در ماه داشته باشید، به طور مداوم رفتارهایی را انجام می‌دهید که سطح درآمدتان را در همین سطح نگه می‌دارد. اما اگر سطح توقع مالی خود را تغییر دهید، شما می‌توانید ارزش کار خود را تعریف کنید.

پس باورهای محدود کننده‌ی خود را به چالش بکشید، با ترس‌های خود مواجه شوید، از دایره‌ی امن خود خارج شده و اعتماد به نفس و عملکرد فروش‌تان را بهبود ببخشید.

"افراد موفق گفتگوهای ذهنی خود را کنترل می‌کنند"



افراد موفق افکار مثبت و موفقیت آمیز دارند. پس همین حالا طرز فکر خود را تغییر دهید. شما به اندازه‌ی کافی خوب هستید. واقع بین باشید. اگر هدفی غیر واقعی و فراتر از آنچه تاکنون به آن دست پیدا کرده اید را در نظر بگیرید، تصویر

ذهنی شما برعکس عمل کرده و از آن هدف دور می‌شوید. پس ذهن خود را کنترل کنید و به اهداف معقول و قابل دسترس فکر کنید.

## نتیجه‌گیری

روانشناسی فروش تاثیرگذار یعنی همه چیز از درون فروشنده شروع می‌شود. اگر شما خودتان را دوست داشته باشید، اعتماد به نفس بالایی داشته و کار، شرکت و بیزینس خودتان را باور داشته باشید، از آنجایی که اشتیاق واگیر دارد، آن را به مشتری منتقل می‌کنید و این یعنی فروش!

## ذهن خود را با اهداف مثبت برنامه‌ریزی کنید!

برایان تریسی معتقد است کیفیت اهداف شما با میزان موفقیت شما ارتباط تنگاتنگی دارد. بنابراین یک فروشنده دقیقاً باید بداند چه میزان درآمد در سال خواهد داشت تا بتواند روی فعالیت‌های فروش خود تمرکز کرده و برای آنها برنامه‌ریزی کند. به بیان دیگر، فروشندگان باید از قبل بدانند که درآمد روزانه، هفتگی، ماهانه و سالانه‌ی آنها چقدر خواهد بود.

### آیا شما فردی هدف‌گرا هستید؟

طبق روانشناسی فروشنده‌گی، فروشندگان باید در زمینه‌های زیر اهداف مشخصی داشته باشند:



• **درآمد سالیانه:** در ابتدا شما باید مشخص کنید درآمد مد نظر شما در یک سال آینده چقدر خواهد بود؟ برای این کار بیشترین درآمدی را که تا به حال کسب کرده اید در نظر بگیرید و ۲۵-۵۰٪ به آن اضافه کنید.

• **اهداف فروش سالیانه:** سپس شما باید بدانید برای رسیدن به اهداف درآمد سالیانه‌ی خود چه مقدار می‌بایست بفروشید؟

• **اهداف ماهانه و هفتگی:** زمانیکه درآمد سالیانه و اهداف فروش خود را مشخص کردید، آنها را به اهداف ماهانه و هفتگی تبدیل کنید.

• **اهداف فروش روزانه:** در نهایت، شما باید بدانید روزانه چه مقدار باید بفروشید تا به هدف کلی خود دست پیدا کنید.

• **اهداف فعالیتی:** فعالیت‌های روزانه و منظمی را برای خود در نظر بگیرید تا به اهداف درآمد سالیانه‌ی خود دست پیدا کنید. در واقع، شما باید بتوانید به طور

دقیق پیش بینی کنید که کدام فعالیت‌ها شما را به موفقیت می‌رساند.

• **اهداف شخصی و خانوادگی:** شما باید بدانید چرا کاری را انجام می‌دهید. این امر انگیزه‌ی شما را برای تلاش کردن و هوشمندانه عمل کردن افزایش می‌دهد.

اکنون شما اهدافی را که می‌خواهید در سال‌های آینده آنها را دنبال کنید، روی کاغذ بنویسید. با نوشتن می‌توانید دستیابی به آنها را هم تصور کنید. لازم نیست اهداف بزرگی را در نظر بگیرید. برای مثال، اگر مشتری ای را تصور کنید که پس از پرزنت محصول شما واکنش مثبتی نشان می‌دهد، جلسات خود را با رویکردی موفقیت آمیزتر و هیجان انگیزتر برگزار خواهید کرد.



همان طور که در فصل یک بازی درونی فروش هم اشاره شد تصویرسازی وقتی با هدف گذاری همراه شود، مهم‌ترین و قدرتمندترین سلاح دست شما است. زمانی که شما خود را انسانی موفق تجسم کنید؛ و تصور کنید که مشتریان به حرف‌های شما با دقت گوش می‌دهند و تمایل دارند از شما خرید کنند، این تلقین مثبت به

ناخودآگاه شما وارد می‌شود و موجب فعال شدن تمام قدرت ذهنی شما می‌شود.

طبق گفته‌ی برایان تریسی، مدیر فروشی در یک سمینار داستان فروشنده‌ی جوان تازه کاری که مهارت‌های محدودی داشته و در شرکت‌شان استخدام شده را برای او بازگو می‌کند.

طبق اظهارات او، پس از گذشت شش ماه، این فرد به بهترین فروشنده در کل کشور تبدیل شده بود. زمانی که علت و راز چنین موفقیتی را از او سوال کردند، این گونه پاسخ داده است: من هر روز موفقیت خودم را تصور می‌کنم و می‌بینم که چقدر پیشرفت کرده‌ام.

هر روز این جمله را با خودم تکرار می‌کنم که

من بهترین هستم

من در این شرکت بهترین هستم

من در این صنعت بهترین هستم

## نتیجه‌گیری

کلمات و تصاویر دلخواه خود را انتخاب کنید. آمادگی پرداخت بها و هزینه‌ای را که باید برای رسیدن به اهداف خود بپردازید داشته باشید. هیچ کس با اندیشه‌ی عمل به جایی نمی‌رسد. عمل کنید. شروع کنید؛ شما بهترین هستید.

## روانشناسی خریداران (چرا مردم خرید می‌کنند؟)

به طور طبیعی هر فرد اعمال خود را با انگیزه‌ی پیشرفت، موفقیت و بهبودی در وضعیت کنونی خود انجام می‌دهد. ما خرید می‌کنیم چون معتقدیم با خرید کالای مد نظر ما، کیفیت زندگی ما هم بهبود پیدا می‌کند.

طبقه گفته‌ی برایان تریسی، افراد با اعمال مختلف، سطح رضایت گوناگونی را تجربه می‌کنند و فرصت‌های شما هم در واقع می‌خواهند با خرید هرچه بیشتر رضایتمندی بیشتری را به دست بیاورند. بنابراین هر چه محصول شما بتواند مشتری را به هدف خود نزدیک تر کند، انگیزه‌ی بیشتری برای خرید آن پیدا می‌کند و شما را به عنوان یک فروشنده‌ی حرفه‌ای می‌شناسد.

همچنین برایان تریسی معتقد است برای اینکه به مشتریان خود در تصمیم‌گیری کمک کنید و به فروشندگانه‌ای حرفه‌ای تبدیل شوید، طبق اصول روانشناسی فروش رعایت موارد زیر الزامی است:



- ارزش‌های یک مشتری را شناسایی کنید. سپس با آگاهی از ارزش‌های مشتری خود، بر ارزش‌های محصول و خدمات‌تان و اینکه تا چه میزان با معیارهای او همسو و سازگار است، تاکید کنید.

- نحوه‌ی واکنش دیگران را هم در نظر بگیرید. یک مشتری پیش از این که از شما خرید کند، رفتار مدیران، همکاران و مشتریان را بررسی می‌کند. پس این موضوع را حتماً از قبل پیش بینی کنید و رویکرد فروش خود را طبق آن تغییر دهید.

- روی قیمت و کیفیت محصولات خود تمرکز نکنید. این عوامل دلایل اصلی خرید مشتری شما به حساب نمی‌آیند. بنابراین زمانی که می‌خواهید معامله

ای انجام دهید در ابتدای کار راجع به آنها صحبت نکنید.

از نقطه نظر برایان تریسی، میل به کسب سود و ترس از دست دادن و ضرر کردن، دو دلیل عمده‌ای است که مردم چیزی را می‌خرند یا نمی‌خرند. همانطور که ذکر شد، فرصت‌ها یا می‌خواهند چیزی به ارزش‌های خود اضافه کنند و یا از اینکه خرید اشتباهی بکنند، می‌ترسند.

همان طور که می‌دانید هر مشتری نیازهای اساسی‌ای دارد که انگیزه‌ی خرید را در او ایجاد می‌کند. به طور دقیق مشخص کنید کالاهای شما چه نیازهایی را برطرف می‌کند و مشتری خود را متقاعد کنید که محصولات و خدمات شما بهترین است.

## نیازهای اساسی یک مشتری

بر اساس اصول روانشناسی فروش نیازهای اساسی یک مشتری عبارتند از:



### ۱. پول

همه‌ی افراد به پول بیشتری نیاز دارند. پول در دنیا حرف اول را می‌زند. زمانی

که شما بتوانید کالا یا خدمات خود را به نوعی با ذخیره کردن سرمایه و پول مشتریان مرتب کنید، تمام توجه مشتری را جلب خواهید کرد.

## ۲. امنیت

بیشتر افراد فکر می‌کنند اگر سرمایه و پول کافی داشته باشند، در امان خواهند بود. بنابراین اگر مشتری خود را قانع کنید که با خرید محصول شما امنیت بیشتری را تجربه خواهد کرد، انگیزه‌ی خرید او را افزایش می‌دهید.



## ۳. دوست داشتنی بودن

همه‌ی افراد دوست دارند مورد تایید دیگران قرار بگیرند. مورد پذیرش واقع شدن فاکتوری است که شما باید به مشتری خود اطمینان دهید با خرید کالای شما بیش از پیش به آن دست پیدا می‌کند.

## ۴. موقعیت اجتماعی و اعتبار

زمانی که محصول و خدمات شما باعث شود افراد احساس ارزشمندی کنند،

انگیزه‌ی خرید هم متعاقباً بالا می‌رود.

## ۵. سلامتی

اگر محصولات و خدمات شما کیفیت زندگی مشتری شما را ارتقا دهد، مشتریان مشتاقانه به حرف‌های شما گوش خواهند داد.

## ۶. تعریف و تمجید و شناخت

زمانی که فردی به موفقیت می‌رسد، احساس بهتری پیدا می‌کند. چنانچه با انتخاب محصولاتان موقعیت مشتری شما ارتقا پیدا کند، توسط افراد بیشتری شناخته می‌شود، بنابراین مورد تایید بقیه قرار می‌گیرد.

## ۷. قدرت، نفوذ و شهرت

افراد از اینکه قدرتمند، تاثیرگذار و معروف باشند، لذت می‌برند. پس اگر محصول شما نیازهای مشتری شما در این زمینه‌ها رفع کند، انگیزه‌ی خرید هم زیاد می‌شود.

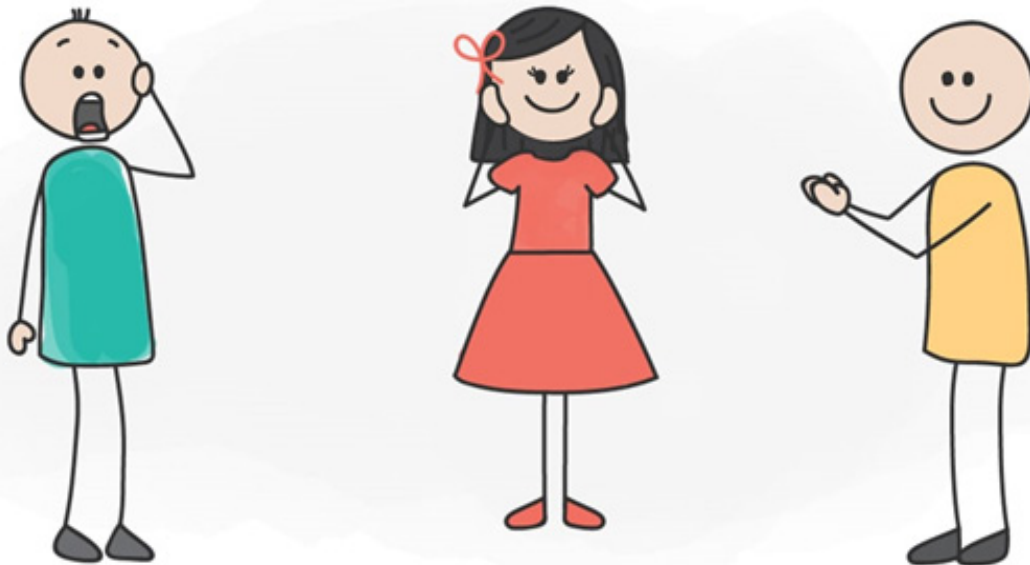
## ۸. پیشرو بودن در حوزه‌ی کاری

شما باید همیشه به روز باشید. بسیاری از خریداران کالایی را می‌خرند که در بازار جدیدترین است. بنابراین طبق اصول روانشناسی فروش، متفاوت بودن و مدرن بودن دو عامل مهمی هستند که مشتریان شما خیلی سریع دست به کار شده و اقدام به خرید می‌کنند.

## ۹. داشتن رابطه‌ی خوب

داشتن ارتباط اجتماعی با کیفیت از المان‌هایی است که در اولویت بندی همه‌ی

افراد وجود دارد. بنابراین اگر محصول شما باعث شود، مشتریان شما خواستنی‌تر و جذاب‌تر بنظر برسند، انگیزه‌ی انتخاب و مصرف کالای شما نیز افزایش پیدا می‌کند.



### ۱۰. رشد شخصی

یکی از بزرگترین لازمه‌های قرن بیست و یکم، کسب مهارت و دانش بیشتر است. پس برای اینکه یک فروشنده‌ی حرفه‌ای باشید شما باید در زمینه‌ی روانشناسی فروش مطالعه کنید. به یاد داشته باشید زمانی که محصول شما به مشتریانان برای دستیابی به موفقیت شخصی کمک کند، تمایل بیشتری برای خرید آن پیدا می‌کنند. و متعاقباً شما هم به موفقیت در فروش و فروش بیشتر دست پیدا می‌کنید.

### ۱۱. متحول شدن فردی

اگر خدمات و محصولات شما رتبه و درجه‌ی فردی را در زندگی شخصی و کاری مشتریانان بالا ببرد و تغییری اساسی در آن ایجاد کند، انگیزه‌ی خرید هم بالاتر

می‌رود.

## نتیجه‌گیری

با افزایش تمایل به خرید، کاهش ترس از ضرر و تأکید بر سود نهایی، فروش بیشتری خواهید داشت و مشتریان بیشتری از شما و محصولاتتان راضی خواهند بود.



## کتاب کاريز فروش

نکته مهمی که وجود دارد این است که: هیچ نکته خاصی نیست!  
هیچ رازی در میان نیست به جز دو اصل ساده:

اصل اول: نتایجی که به دست می آورید، حاصل فعالیت های شماست!  
اصل دوم: برای تخمین دقیق نتایج باید از بازی اعداد آگاه باشید.

این کتاب به فروش از زاویه این دو اصل نگاه کنم.  
در این کتاب به شما خواهم آموخت که چگونه فروش خود را متحول کنید و فراتر از آن،  
از این تکنیک ها چطور برای زندگی بهتر استفاده کنید.  
این کتاب بیش از آنکه شما فکر کنید، شما را شگفت زده خواهد کرد.



برای دانلود رایگان کتاب کاريز فروش روی لینک زیر کلیک کنید  
و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <



## فروش خلاقانه روند تصمیم‌گیری مشتری را تغییر می‌دهد؟

طبق گفته‌ی برایان تریسی، خلاقیت یکی از ویژگی‌های فروشندگان حرفه‌ای است. در واقع، سطح خلاقیت شما به تصویری که شما از خودتان دارید، وابسته است. همه چیز به این بستگی دارد که شما درباره‌ی خود چه فکری می‌کنید. بنابراین، برای افزایش میزان خلاقیت خود، تنها کاری که باید انجام دهید تمرین کردن است.

تصور کنید شما در ترافیک گیر کرده اید، طبیعتاً برای دور زدن آن همیشه مسیریها و میانبرهایی را پیدا می‌کنید؛ این دقیقاً همان چیزی است که در هنگام مواجهه با اتفاقات پیش بینی نشده در پرزنت محصول، جلسات حضوری و مکالمات

تلفنی به آن نیاز دارید تا به فروش بیشتر برسید.



زمانی که شما با انجام دادن کاری به شیوه ای متفاوت و با زاویه دیدی دیگر چیزی را تغییر می‌دهید در واقع خلاقیت به خرج داده اید. آیا شما برای تحریک خلاقیت‌تان و موفقیت در فروش به کمک نیاز دارید؟

## روش‌های تحریک خلاقیت

طبق مطالعاتی که در روانشناسی فروش انجام گرفته است، شما می‌توانید این سه روش را امتحان کنید:

- اهداف مشخصی داشته باشید.
- از مشکلات درس بگیرید و تجربه کسب کنید.
- سوالات واضح و روشن بپرسید.



هرچه اهداف و تارگت‌های شما شفاف‌تر و مشخص‌تر باشد برای رسیدن به آنها می‌توانید از روش‌های خلاقانه‌تری استفاده کنید. در این صورت با شور و اشتیاق بیشتری به حل مشکلات و مسائل می‌پردازید و از موانعی که بر سر راه شما قرار می‌گیرند درس می‌گیرید و تجربه به دست می‌آورید. سپس در این راستا شما می‌توانید به سوالاتی که برایتان پیش می‌آید پاسخ بهتری بدهید و راهکار موثرتری برای سوالات مشخص خود پیدا کنید.

شما باید ضمن ارزیابی اولیه و شناسایی انگیزه‌های خرید، تفکر خلاقانه را تمرین کنید. توجه و تمرین در این زمینه‌ها قدرت ذهن و هوش شما را محک می‌زند. اگر شما متوجه شوید که مشتریانان دقیقاً چه چیزی می‌خواهند، می‌توانید آنها را متقاعد کنید که با خرید محصول و خدمات شما می‌توانند به هدفشان دست پیدا می‌کنند.

پس زمانی که ارزیابی اولیه را انجام می‌دهید سوالات زیر را از خودتان بپرسید:

- جذاب‌ترین ویژگی‌های محصول شما چیست؟
- محصول شما چه نیازهای خاصی از مشتریان را برآورده می‌کند؟
- و شرکت شما چه مزیتی نسبت به شرکت‌های دیگر دارد؟



اگر می‌خواهید رویکرد مفیدتری در فروش داشته باشید و به موفقیت در فروش دست پیدا کنید، برای اینکه جزو ۱۰ درصد افراد برتر و درآمدزای حرفه و کسب و کار خودتان باشید؛ طبق اصول روانشناسی فروش روی این چهار حوزه تمرکز کنید:

- **تخصص:** دقیقاً مشخص کنید محصول شما چه کاری برای مشتریان انجام میدهد. به جای اینکه در چند زمینه کار کنید و معلومات داشته باشید، در یک رشته تخصص داشته باشید. برای اینکه به یک فروشنده‌ی حرفه‌ای تبدیل شوید باید متخصص باشید. شما باید در یک بازار خاص، محصول خاصی را بشناسید که نیاز خاص مشتری را در منطقه‌ای خاص رفع می‌کند.

• **تفکیک و تمایز:** یک فروشنده‌ی حرفه‌ای باید بداند محصولات و خدمات شرکت و کسب و کارش در چه زمینه‌هایی بهتر از ۹۰٪ کالاها و خدمات مشابه در بازار است. شما باید محصولاتان را جدا و متفاوت از دیگر محصولات بدانید. محصول و خدمات خود را جذاب و خاص جلوه دهید.

• **گروه بندی:** یکی دیگر از ترفندهایی که یک فروشنده‌ی حرفه‌ای باید بداند این است که تشخیص دهد کدام گروه از مشتریان می‌توانند نسبت به دیگران از آنچه تولید می‌کند، بیشتر بهره مند شوند.

به بیان دیگر، بازار خود را مشخص کنید و به دنبال راهی باشید که مشتریان خود را افزایش دهید تا به موفقیت در فروش برسید. اگر شما بازار مشخصی نداشته باشید، در بلند مدت سردرگم می‌شوید و به جایی نمی‌رسید.

• **تمرکز:** اولویت‌های خودتان را مشخص کنید و روی مشتریانی که بیشترین پتانسیل را دارند سرمایه‌گذاری کنید. ممکن است یک مشتری به اندازه‌ی صد مشتری ارزش داشته باشد. خریداران عمده را پیدا کنید و به آنها نزدیک شوید.

طبق اصول روانشناسی فروش حرفه‌ای، برای اینکه فروش بیشتر داشته باشید و روند تصمیم‌گیری مشتریانان را تغییر دهید؛ ابتدا باید بازار را تحلیل کنید. پرسونای خریدار (مشتری) خود را بدانید. به عبارت دیگر، شما باید بدانید مشتری شما دقیقاً کیست، چند ساله است و شغلش چیست، درآمدش چقدر است و نیازش چیست. هرچه مشتریان ایده آل خود را شناسایی کنید در آینده هم مشتری‌های مشابه را جذب خواهید کرد. شما باید این نکته را در نظر داشته باشید که بازار

همیشه در حال تغییر است؛ پس باید متناسب با آن تغییر کنید و بازارهای جدید در آینده را پیش بینی کنید.

شما می‌توانید استراتژی متفاوتی را به کار گیرید. به این معنی که سود کمتری ببرید، اما در عوض فروش بیشتری داشته باشید. آنگاه خود به خود میزان سود و درآمد شما هم افزایش پیدا می‌کند.

رقیبان خود را بشناسید. گاهی جهل و عدم آگاهی مردم رقیب شماست. زمانی که افراد ندانند کالای شما چیست و چه نیازی از آنها را برطرف می‌کند، چگونه باید اهمیت کالا و محصول شما را درک کنند! پس به طور هوشمندانه برای محصول و خدمات خود تبلیغ کنید.

از تکنیک پالای در استفاده کنید. بهترین ویژگی شما بهترین پای شماست. شما به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای باید بدانید کدام پایتان بهتر است. آیا خدماتتان بهتر است یا کیفیت و قیمت محصولاتتان؟ همان را پیش بگذارید. مثلاً بسیاری از برندها با اینکه کیفیت و قیمتشان از دیگر رقبا بهتر نیست، از طریق خدمات پس از فروش ۲۴ ساعته سر زبان‌ها افتادند.

## جمع‌بندی

در مجموع، از دیدگاه برایان تریسی، اگر ایده‌های بیشماری به ذهن شما می‌رسد، این امر تاثیر فوق العاده‌ای روی زندگی شما خواهد داشت و شما به یکی از فروشندگان حرفه‌ای، خلاق و موفق در زمینه‌ی فعالیت خود تبدیل خواهید شد.

## جلسات حضوری بیشتری تنظیم کنید!

آیا تا به حال به این موضوع فکر کرده اید که مهم‌ترین قسمت فروش چیست؟ مهم‌ترین قسمت فروش، سپری کردن زمان بیشتر با مشتریان بهتر و وفادار است. اما شما چگونه می‌توانید پس از شناسایی این مشتریان از وقت خود نهایت استفاده را ببرید و به موفقیت در فروش دست پیدا کنید؟

### **قوانین موفقیت در فروش**

طبق اصول روانشناسی فروش و فروشندگی، برای رسیدن به چنین هدفی شما باید چند قانون را رعایت کنید:

## ۱. توجه مشتریان خود را مدیریت کنید

زمانی که با مشتریان خود تماس می‌گیرید به او بگویید «می‌تونم دو دقیقه وقت شما رو بگیرم؟ الان زمان خوبیه برای صحبت کردن؟ وقت دارید؟» و فقط وقتی که مشتری شما حرف شما را تایید کرد، به صحبت کردن ادامه دهید در غیر این صورت نمی‌توانید توجه مشتری خود را جلب و زمان را مدیریت کنید.

همه‌ی افراد در زندگی شخصی خود مشغله دارند و گرفتارند. خانواده، بیمه، مالیات، قسط بانک و... بنابراین شما باید زمانی با مشتری بالقوه‌ی خود صحبت کنید که او فرصت این کار را داشته باشد وگرنه نه تنها از حرف‌های شما سر در نمی‌آورد بلکه تماس شما برایش مزاحمت به حساب می‌آید.

## ۲. سعی کنید به جای محصول، قرار ملاقات‌های حضوری بفروشید

هرگز در مکالمات تلفنی خود سریع در ارتباط با محصول و قیمت آن حرفی نزنید مگر اینکه مطمئن باشید بدون ملاقات می‌توانید معامله را نهایی کنید و کالا و محصول خود را بفروشید.

اگر یک فروشنده‌ی تازه کار هستید و قصد دارید به یک فروشنده‌ی حرفه‌ای تبدیل شوید نباید پشت تلفن درباره‌ی جزئیات محصول و خدماتتان توضیح دهید، زیرا انگیزه و شوقی برای تنظیم جلسه‌ی حضوری باقی نمی‌ماند و مشتری احتمالی به پیشنهاد شما به صورت جدی فکر نمی‌کند.

## ۳. کلمات خود را با دقت انتخاب کنید

همان طور که می‌دانید همیشه اولین برخوردها و برداشتها بسیار مهم هستند؛ پس کلمات و جملاتی اولی که بیان می‌کنید تاثیر بسزایی در روند تعامل شما

با افراد دارد. برای مثال، کلمات و جملات ابتدایی شما می‌تواند سوال باشد تا اثربخش تر گردد. یک شروع خوب و یک سوال خوب می‌تواند به فروش بیشتر منجر شود.

مشتریان شما احتمالاً متن ایمیل‌های خود را مطالعه می‌کنند، پس آن را به گونه‌ای شروع کنید که توجه‌شان را جلب کند. متن خود را بدون اینکه مستقیماً به محصول تان اشاره کنید، منفعت محور بنویسید یعنی از ویژگی‌های محصول خود صحبت کنید.

شما فقط ۳۰ ثانیه فرصت دارید تا توجه مشتری بالقوه‌ی خود را جلب کنید. مشتریان شما درست در همین فرصت کوتاه تصمیم می‌گیرند به حرف شما گوش بدهند یا نه. اگر شما با آنها ارتباط برقرار کردید و پاسخ آنها این بود که «نه مرسی، علاقه‌ای ندارم» ممکن است به این دلیل باشد که سوالات شما به اندازه‌ی کافی متمرکز و خوب نبوده‌اند.

در اینجور مواقع برایان تریسی توصیه می‌کند در پاسخ به چنین افرادی بگویید: «مشکلی نیست. اکثر افرادی که با شما زمینه‌ی کاری مشترک داشتن، اولش همین حس رو داشتن. ولی الان جزء بهترین مشتریان ما هستن و محصول یا نرم افزار ما رو به بقیه توصیه میکنن.» با این روش توجه مشتری شما جلب می‌شود و شما فرصتی دوباره به دست می‌آورید.

## مفاهیم روانشناسی جلسات حضوری

نکاتی که در جلسات حضوری باید آنها را بدانید:

- قبل از حضور در جلسه با مشتری، آمادگی ذهنی داشته باشید و به آنچه

می‌خواهید بگویید مسلط باشید.

- با تصویر ذهنی مثبتی از خودتان جلسه را شروع و محصولاتان را پرزنت کنید.
  - نفس عمیق بکشید.
  - خود را بهترین و حرفه‌ای‌ترین فروشنده‌ی دنیا در نظر بگیرید.
  - لبخند بزنید و با خوشرویی از مشتریانانتان استقبال کنید.
  - تجربه‌های موفق قبلی خود را به یاد بیاورید و از نکات و نقطه‌قوت‌های آن بهره بگیرید.
  - اعتماد به نفس داشته باشید و این احساس‌تان را به مشتریان‌تان هم منتقل کنید.
  - مقاومت اولیه‌ی مشتریان شما طبیعی است؛ اینگونه واکنش‌ها را شخصی ارزیابی نکنید.
  - مودبانه حرف بزنید و فقط درباره‌ی محصول خود توضیح دهید. حتما تاکید کنید که تصمیم گیرنده خود مشتری است.
  - و در نهایت فراموش نکنید شما کالا یا محصولی را نمی‌خواهید بفروشید بلکه راه حل یک مسئله را می‌فروشید.
- بنابراین زمانی که شما قرار جلسه‌ی حضوری تنظیم می‌کنید همه چیز تمام نمی‌شود؛ با مطالعه و تمرین کردن مفاهیم جلسات حضوری کیفیت جلسات خود را بالا برده و افزایش فروش را تجربه کنید.

## قدرت پیشنهاد و تاثیر آن روی فرآیندهای تصمیم‌گیری مشتری

همان طور که می‌دانید همه‌ی ما تا حد زیادی تحت تاثیر عناصر پیشنهادی پیرامون خود هستیم. یک فروشنده‌ی آرام و مطمئن، فروشنده‌ی حرفه‌ای و قدرتمند است. شما می‌توانید با کنترل کردن فاکتورهایی مانند ظاهر، تن صدا، لحن و... حداقل در ظاهر همانند یکی از بهترین افراد در زمینه‌ی کاری خود به نظر برسید.

### رایج‌ترین تکنیک‌های متقاعدسازی مشتریان

طبق اصول روانشناسی فروش و فروشندگی، در اینجا به متداول‌ترین روش‌هایی

که می‌توان از آنها برای قانع سازی مشتریان بهره گرفت و به فروش بیشتر رسید اشاره می‌کنیم:

### ۱. خوش پوش باشید و برای موفقیت لباس بپوشید

آراستگی ظاهری فاکتور مهمی است که انسان‌ها تا حد زیادی تحت تاثیر آن قرار می‌گیرند. فروشندگان حرفه‌ای اغلب خوش لباس هستند و با ظاهری آراسته و آرامشی که در رفتار و منش خود دارند مشتریان بالقوه را با حرفشان مجاب می‌کنند. یک فروشنده‌ی حرفه‌ای به خود و محصول و خدماتش اطمینان دارد.

خوشبختانه عوامل ظاهری قابل کنترل هستند. فراموش نکنید درصد زیادی از تاثیرگذاری اولیه در طرز پوشش ما است. مشتریان بالقوه دیداری هستند. لباس‌های شما روی ذهن نیمه هوشیار مشتری اثر می‌گذارد. مشتری از لباس شما حدس می‌زند که شما به شرکت موفق و خوبی تعلق دارید یا خیر.

پس به یاد داشته باشید خوش پوش‌ترین فروشندگان همیشه بیشترین درآمدها را دارند.

### ۲. پرزنت محصول خود را بارها تمرین کنید

شما باید پرزنت محصول خود را بارها تمرین کنید. جلوی آینه بایستید و فرض کنید با مشتری حرف می‌زنید. علاوه بر وضعیت ظاهری خودتان، شکل و شمایل محصولتان هم بسیار مهم است. برای مثال اگر محصول شما در یک بسته بندی نامرغوب، کثیف و نامرتب قرار گرفته باشد، روی خریدار و مشتری بالقوه اثر منفی می‌گذارد.

نحوه‌ی پرزنت شما باید به گونه‌ای مطلوب باشد که ارزش محصولتان را چند برابر کند. در غیر این صورت جذابیت محصول و خدمات شما کاهش پیدا می‌کند.

### ۳. امکانات دفتر کاری خود را بهتر کنید

هر چقدر از ابزارهای پیشرفته و امکانات بروز در محیط کاری خود استفاده کنید، زمانی که با مشتریان جلسات حضوری دارید بیشتر می‌توانید روی آنها تاثیر بگذارید و متقاعدشان کنید.

### ۴. میز کار تمیز و مرتبی داشته باشید

محیط کاری شما باید مرتب و سامان یافته باشد. یک فروشنده‌ی حرفه‌ای همیشه میز مرتبی دارد بنابراین بازدهی بالاتری نسبت به فروشندگان نامرتب دارد.

### ۵. بهره‌وری خود را دو برابر کنید

با برنامه‌ریزی مناسب، پوششی آراسته، نظم بیشتر، محصولی با کیفیت و شکل و □ به فروش بیشتر دست پیدا کنید و بهره‌وری خود را افزایش دهید. با مطالعه و افزایش علم و دانش خود در زمینه‌ی کاری و شغلتان به گونه‌ای رفتار کنید که باسوادترین و حرفه‌ای‌ترین فرد در حوزه‌ی کسب و کارتان هستید. با رعایت این نکات مشتری احتمالی به حرف‌های شما گوش می‌دهد و روی آنها حساب باز می‌کند.

و در آخر، ارزشمندی و احساس ارزشمند بودن امر مهمی است که در روانشناسی فروش حرفه‌ای باید به آن توجه ویژه‌ای شود. شما می‌توانید از زبان بدن مثبت و کارآمدی استفاده کنید. زمانی که شما رو در روی مشتری خود صاف بنشینید، محکم دست بدهید و در جلسات سروصداها را به حداقل برسانید، میزان حواس

پرتی مشتریان شما هم بسیار کاهش پیدا می‌کند. کاملاً هوشیار باشید تا بتوانید توجه مشتری را به خود جلب کنید و تاثیر بسزایی روی فرآیندهای تصمیم‌گیری او داشته باشید.

## ذهن و نیاز مشتری را بشناسید تا فروشتان متحول شود!

طبق گفته‌ی برایان تریسی، اولین کلماتی که از دهان شما خارج می‌شود، سرنوشت همه چیز را تعیین می‌کند. شما یا محصول خود را می‌فروشید و به موفقیت در فروش می‌رسید یا آن را نمی‌فروشید و معامله به نتیجه نمی‌رسد.

اکثر مشتریان نسبت به فروش گارد شدیدی دارند و در ابتدای مذاکره بسیار مقاومت می‌کنند که این امر طبیعی است و نوعی دفاع شخصی به شمار می‌رود. به جای اینکه با مشتریان خود مبارزه کنید، موانع احتمالی خرید را درک و شناسایی کنید و برای از بین بردن آنها تلاش کنید.

## روش‌های موفقیت در فروش

دو روش موثر برای مقابله با اینگونه مقاومت‌ها و واکنش‌ها و قطعی کردن فروش و دستیابی به فروش بیشتر وجود دارد:

### روش اول:

فرض کنید محصولاتان را برای یک مشتری پرزنت کرده اید. به جای اینکه به مشتری خود فرصت بدهید که بگوید "اجازه بدین فکرامو بکنم خبر میدم" یا "باید با مدیرمون صحبت کنم اطلاع میدم" که خود به منزله‌ی تمام شدن ماجراست، پاسخ درستی بدهید و بگویید:

«راحت باشید، من اینجا نیومدم چیزی به شما بفروشم. هدف من از ملاقات و دیدار با شما اینه که شما با دید باز به چیزی که من پرزنت میکنم نگاه کنید و ببینید اصلاً به دردتون میخوره یا نه! بهتره بعد از تموم شدن حرفام تصمیم بگیرید.»

با این روش مشتری خود را به تصمیم‌گیری نزدیک می‌کنید و مشتری انتخاب می‌کند که پس از پرزنت محصول تصمیمش را بگیرد.

### روش دوم:

شما می‌توانید مکالمات خود را با این کلمات شروع کنید: «من می‌تونم بهترین محصول موجود در بازار را به شما نشون بدم، تمایل دارین روی این محصول سرمایه گذاری کنین؟»

برخلاف روش قبل، تمرکز شما از این سوال که «آیا به من گوش می‌دهید؟» به «آیا شما توان این را دارید که (مثلاً برای سلامت خود) سرمایه گذاری کنید؟»

تغییر پیدا می‌کند.

بنابراین با این تکنیک و هدف قرار دادن یک ارزش (که شما از قبل آن را در مشتری هدف خود شناسایی کرده اید) به موفقیت در فروش دست پیدا کنید.

بعلاوه مشتریان شما شخصیت‌های متفاوتی دارند، پس بهتر است آنها را بشناسید.

## انواع تیپ‌های شخصیتی خریداران

در روانشناسی فروش و فروشندگی شخصیت خریداران و مشتریان بالقوه را می‌توان به شش گروه دسته بندی کرد:

۱. **خریداران بی تفاوت:** به جای اینکه وقت خود را برای تغییر ذهن این دسته از افراد تلف کنید، سراغ اشخاصی بروید که احتمال خریدشان بیشتر است. این دسته از مشتریان اغلب ایرادگیر و افسرده و بی علاقه هستند، حتی اگر محصول خود را رایگان در اختیار آنها قرار دهید، خریدار نیستند و از آن استفاده نمی‌کنند. پس خودتان را خسته نکنید و تصور نکنید شما فردی ناتوان هستید. آنها را رها کنید و سراغ مشتریان دیگر بروید.

۲. **خریداران واقعی:** این دسته از افراد دقیقاً می‌دانند چه می‌خواهند و نقطه‌ی مقابل خریداران بی‌تفاوت هستند. از این گروه از مشتریان ویژه که خریدارانی واقعی و مطمئن هستند نهایت استفاده را ببرید و اصلاً سعی نکنید در ارتباط با چیزی که توجهشان را جلب نکرده صحبت کنید. شما باید آنها را خوب بشناسید و محصول مورد علاقه‌ی شان را به آنها ارائه دهید.

۳. **خریداران تحلیلگر:** این دسته از خریداران وظیفه مدار و خودکفا هستند. سرعت خود را کم کنید و با این گونه مشتریان خیلی دقیق صحبت کنید. شما باید بتوانید هر چیزی را که می‌گویید روی کاغذ ثابت کنید و تک تک منافع و ویژگی‌های محصولاتان را با دقت بیان کنید تا فرآیند خرید آنها را آسان‌تر کنید و به فروش بیشتر برسید.

پس همیشه آمادگی اثبات گفته‌های خود را روی کاغذ داشته باشید. روشن و واضح حرف بزنید و به سوالات آنها پاسخ دهید.

۴. **خریداران رابطه‌گرا:** تمام فعالیت‌های این گونه مشتریان و فرصت‌ها رابطه محور است. در واقع، آنها دوست دارند محبوب واقع شوند و می‌خواهند اول مطمئن شوند دیگران هم کالای شما را خریداری کرده‌اند و راضی هستند یا خیر، سپس خرید کنند. بنابراین اغلب آنها از شما می‌پرسند دیگران درباره‌ی کالای شما چه نظری دارند. پس با صبر و حوصله برایشان از تجربیات دیگران توضیح دهید.

۵. **خریداران مدیر و سرپرست:** این گونه مشتریان خیلی رک و عجول هستند. با این خریداران مستقیماً تماس بگیرید، چون همیشه گرفتار و مشغول هستند. پس در مواجهه با چنین افرادی سریع به اصل مطلب بپردازید.

۶. **خریداران اجتماعی و معاشرتی:** این دسته از مشتریان موفقیت محور هستند و ممکن است نظرشان سریع تغییر کند. لذا به محض اینکه با آنها به توافق رسیدید، آن را مکتوب کنید و یک نسخه از آن را به خودشان تحویل دهید.

در نهایت، یک فروشنده‌ی حرفه‌ای شخصیتی انعطاف پذیر دارد و باید بتواند

انواع شخصیت مشتریان خود را تشخیص دهد. پس برای اینکه قراردادهای موفقیت داشته باشد و به موفقیت در فروش دست پیدا کند، کافی است رویکرد خود را طبق آن تعیین کند.

## ده کلید موفقیت در روانشناسی فروش

اگر شما هم تصمیم دارید به فروشندگی حرفه‌ای تبدیل شوید و جزو بهترین فروشندگان کسب و کار خود باشید، خوشبختانه کار ساده‌ای در پیش دارید. فقط کافی است آن را تصور کنید و علت هر معلولی را بدانید. با یادگیری قانون علت و معلول شما می‌توانید به طور مثال متوجه شوید درآمد بالا به چه چیز بستگی دارد. اگر شما هم مانند افراد و فروشندگان حرفه‌ای و موفق عمل کنید، نتیجه‌ی مشابهی را به دست می‌آورید. موفقیت قابل پیش‌بینی است.

### ۱۰ اقدام مهم برای تبدیل شدن به فروشنده‌ای حرفه‌ای و موفق

در این بخش به بیان علت‌های موفقیت‌های بزرگ می‌پردازیم. هرچه بیشتر آنها را

تمرین کنید، نتیجه‌ی بهتری به دست می‌آورید. به محض اینکه ده کلید موفقیت در روانشناسی فروش و فروشندگی را یاد گرفتید، باید آنها را بارها و مکرر تمرین کنید. هرچقدر بیشتر تمرین کنید، برای رسیدن به موفقیت تلاش کمتری نیاز خواهید داشت و روال کار و تکنیک‌های فروش بیشتر دستتان می‌آید.

### ۱. کاری را که دوست دارید انجام دهید.

همه‌ی افراد موفق و فروشندگان حرفه‌ای عاشق کارشان هستند. شما باید به انجام دادن کار و حرفه‌ی خود در حد عالی و با کیفیت بالا متعهد باشید. پس هر اندازه که لازم است زمان و انرژی برای آن صرف کنید.

اینکه شما بخواهید جزو ده درصد بالا و موفق حرفه و کسب و کارتتان باشید یک انتخاب است. متأسفانه خیلی از افراد رسیدن به چنین جایگاهی را نمی‌توانند حتی تصور کنند و به ذهنشان خطور نمی‌کند. خبر خوب این است که نیاز نیست بهترین باشید و زندگی فوق العاده و ایده آلی برای خود بسازید. فقط کافی است تنها کمی از دیگران بهتر عمل کنید. عزت نفس شما با میزان موفقیت شما ارتباط تنگاتنگ و مستقیمی دارد.

زمانی که شما خودتان را دوست داشته باشید و به خودتان اهمیت بدهید می‌توانید در حرفه‌ی خود توانمند ظاهر شوید. پس هر فردی می‌تواند بهترین باشد. فقط کافی است آن فرد بداند و تشخیص دهد چگونه می‌تواند به بهترین خودش تبدیل شود. پس استعداد و توانایی در همه‌ی افراد وجود دارد فقط شما به تلاش فراوان و همتی زیاد برای شکوفا شدن نیاز دارید. بنابراین سخت کوش و پیگیر باشید و کاری را که دوست دارید انجام دهید.

## ۲. شما باید دقیقاً بدانید چه می‌خواهید.

کارآفرینان و فروشندگان حرفه‌ای و موفق دقیقاً و به طور مشخص می‌دانند از زندگی خود چه می‌خواهند. شما هم نباید در ابهام و سردرگمی به سر ببرید. اهدافتان را مشخص و مکتوب کنید و بهای رسیدن به آن را بپردازید.

### هفت مرحله‌ی فرمول هدف

- دقیقاً مشخص کنید چه می‌خواهید. اگر قصد دارید درآمد خود را افزایش دهید، میزان آن را تعیین کنید.
- هدف خود و درآمدی را که در نظر گرفته اید مکتوب کنید. اهدافی که نوشته نشوند مانند خیال و رویا هستند و انرژی و قدرتی در آنها نهفته نیست.
- برای رسیدن به اهداف خود زمان تعیین کنید. اگر هدف بزرگی در سر دارید، آن را به اهداف کوچکتر تقسیم کنید. مثلاً اگر هدف شما ده ساله است، برای هر یک از سال‌ها تارگت مشخصی را در نظر بگیرید و میزان تلاش و پیشرفت و موفقیتتان را پیوسته اندازه‌گیری کنید.
- شما باید بدانید برای رسیدن به اهداف خود باید چه کارهایی انجام دهید. از تمام کارها اقداماتی که نیاز است آنها را انجام دهید لیستی تهیه کنید. اگر در طول زمان به مورد جدیدی برخوردید آن را هم به فهرست اضافه کنید.
- لیست فعالیت‌های خود را اولویت‌بندی کنید. بدین صورت مهم‌ترین کارهایی را که باید انجام دهید در دسترس دارید.
- برای رسیدن به اهداف خود دست از حرف زدن صرف بردارید و دست به کار شوید. عملگر بودن یکی از فاکتورهای مهم موفقیت است.
- هر روز فعالیت‌های انجام دهید تا شما را برای رسیدن به اهدافتان هدایت کند.

طی روز به هدف خود فکر کنید. پیوسته لحظه‌ی رسیدن به هدفتان را تصویرسازی کنید و به این موضوع هم فکر کنید وقتی به این هدف رسیدید زندگی شما چگونه خواهد بود. آیا خوشحال و راضی خواهید بود؟ این تمرین زندگی شما را متحول می‌کند و افراد و اشخاصی را جذب خواهید کرد که تصور شما را هم نمی‌کردید. بعلاوه این افراد و فرصت‌هایی که در مسیر پیش رویتان قرار می‌گیرد همیشه به شما کمک خواهند کرد تا در مسیرتان رشد پایداری داشته باشید.

### ۳. برای رسیدن به اهداف خود پیوسته تلاش کنید.

زمانی که برای دستیابی به اهدافتان کاری را شروع می‌کنید، حتی لحظه‌ای فکر شکست و ناکامی را هم نکنید. پیوسته تلاش کنید. نظم داشته باشید و متعهدانه با پشتکار و اراده از هدفتان حمایت و پشتیبانی کنید. ناملایمات و مشکلات و موانع سر راه شما سبز خواهند شد، طرز برخورد شما با این مسائل مشخص می‌کند که در آینده در چه جایگاهی قرار خواهید گرفت.

### ۴. هر روز نکته‌ای در مورد فروشندگی بیاموزید و به یادگیری متعهد باشید.

ذهن و زمان شما بزرگ‌ترین سرمایه‌ای است که در اختیار دارید. بنابراین هر روز مطالب تازه‌ای را درباره‌ی فروشندگی یا حوزه‌ی کسب و کارت‌ان بیاموزید. کیفیت زندگی شما به کیفیت اندیشه و ذهن شما بستگی دارد. مطالعه کنید. کتاب بخرید. هر کالایی پس از مدتی ارزش خود را از دست می‌دهد اما زمانی که شما برای ذهن خود خوراک مناسب فراهم کنید، می‌توانید پیوسته به ارزش ذهنی خود بیافزایید.

هرچه بیشتر یاد بگیرید ارزشمندتر می‌شوید. هر چه بیشتر بدانید و دانش شما در حوزه‌ی فروش و فروشندگی بیشتر باشد، پاداش شما و سطح درآمدتان افزایش پیدا می‌کند. پس هرگز از یادگیری دست نکشید.

#### ۵. از وقت خود به خوبی استفاده کنید.

اینکه چگونه از زمان و فرصت خود استفاده کنید کیفیت و سطح زندگی شما را مشخص می‌کند. طبق قانون پارتو، برخی از کارهای شما ارزشمندتر از سایر فعالیت‌هایتان است. روی کارهایی تمرکز کنید که بیشترین فایده را دارند. برنامه ریزی کنید و زمان خود را مدیریت کنید.

#### ۶. از رهبران و پیشروان رشته‌ی کاری خود تبعیت کنید.

افراد موفق و فروشندگان حرفه‌ای را الگوی خود قرار دهید و مانند آنها رفتار کنید. حلقه‌ی ارتباطی شما باید باعث رشد و پیشرفتتان شود و گرنه چیزی جز زندان و قفس برای خود نساخته‌اید. بنابراین با افرادی معاشرت کنید که کیفیت ارزش‌ها و نگرش شما را ارتقا دهند. از آنها راهنمایی بخواهید و بپرسید که چه باید بکنید. به تفاوت‌ها توجه کنید و با فلسفه‌ی زندگی آنها و طرز فکرشان آشنا شوید.

#### ۷. منش و شخصیت شما ملاک بسیار مهمی است، با خود صادق باشید.

شما در کسب و کارتان باید اعتبار کسب کنید. بنابراین پیوسته از شخصیت خود محافظت کنید زیرا تنها در صورتی موفق خواهید بود که دیگران به شما اعتماد کنند و شما را باور کنند. همیشه صادق باشید و خلف وعده نکنید و به قول و قرارهایتان پایبند باشید.

جک ولش، مدیرعامل جنرال الکتریک می‌گوید:

«به حقیقت توجه داشته باشید. زندگی را همان گونه که هست ببینید. و با آن همان شکلی که هست برخورد کنید نه به آن شکلی که می خواهید.»

### ۸. خلاقیت ذاتی خود را به کار بگیرید.

آیا می دانستید شما فردی خلاق و نابغه هستید؟ این موضوع یک واقعیت است و هر کس در زمینه‌ی شغلی و حرفه‌اش می تواند نابغه باشد. شما باید استعدادهای خود را شناسایی کنید و آنها را رشد دهید. به چند روش می‌توانید به توانایی‌های خود پی ببرید.

اول اینکه کاری را انجام دهید که به آن علاقه‌ی زیادی دارید آنگاه متوجه گذر زمان نمی‌شوید. سپس در مورد آن مطالب بیشتری یاد بگیرید. درباره‌ی آن حرف بزنید، بحث و گفتگو کنید و مطلب بنویسید. فردی که وقتی سر کارش نیست به آن فکر نمی‌کند مناسب کاری که می‌کند نیست. یکی از دلایل نرسیدن به سطح بالای موفقیت و عدم دستیابی به فروش بیشتر این است که افراد خودشان را متوسط در نظر می‌گیرند، خودشان را باور ندارند و افراد و فروشندگان حرفه‌ای و موفق را بسیار بالاتر و برتر از خودشان می‌پندارند. بنابراین در همان حد هم می‌مانند!

### ۹. از قانون طلایی پیروی کنید (با مشتریان خود جوری رفتار کنید که دوست دارید با شما آنگونه رفتار شود)

اول از همه خودتان را یک مشتری در نظر بگیرید. دوست دارید با شما چگونه رفتار کنند؟ مسلماً تمایل دارید برای شما وقت و انرژی زیادی صرف شود، تمام نیازهایتان درک و برآورده شود و توقع رفتار و برخوردی صادقانه و صریح دارید. طبق گفته‌ی کانت، "طوری زندگی کنید که انگار قرار است هر قدم و فعالیت شما تبدیل به یک قانون جهانی برای همه‌ی مردم شود".

به عبارت دیگر، فرض کنید همه‌ی ساکنان کوه‌ی زمین قرار است مثل شما رفتار کنند. از خودتان بپرسید اگر همه‌ی کارمندان شرکت مانند من رفتار کنند، آن شرکت یا سازمان به چه وضعیتی در می‌آید؟

انسان‌های برتر و فروشندگان حرفه‌ای همیشه معیارهای سطح بالا دارند و فرض می‌کنند همه در حال تماشای آنها هستند.

### ۱۰. بهای موفقیت را بپردازید.

رسیدن به اهداف بلند مدت تلاش بسیار زیادی را می‌طلبد. هوشمندانه کار کنید و زحمت بسیاری بکشید. کلید موفقیت این است که کمی زودتر از بقیه شروع کنید، کمی بیشتر تلاش کنید و کمی دیرتر دست از کار بکشید. هرگز وقت خود را تلف نکنید.

آهسته و پیوسته رو به جلو قدم بردارید و حرکت کنید. برای موفقیت در فروش باید از صد درصد انرژی خودتان استفاده کنید. موفقیت در فروش و فروش بیشتر بهایی دارد که باید آن را بپردازید. زمانی که جزو ده درصد افراد برتر حرفه و کسب و کار خود قرار گرفتید، می‌توانید برای کارهای دیگر وقت بیشتری صرف کنید.

## جمع بندی

منتظر چه هستید؟! شروع کنید. زمانی که شما این نکات را رعایت کنید آینده‌ی نانوشته از آن شما خواهد بود. همانطور که برایان تریسی می‌گوید:

«شما در حال حاضر توانمند هستید و می‌توانید کارهای بیشتری را انجام دهید و بیش از آنچه که الان دارید، داشته باشید. با کسب مهارت در فروش، شما می‌توانید به اهداف خود برسید و آرزوهای خود را برآورده کنید و به فروشنده‌ای

حرفه‌ای تبدیل شوید.»

★★★★★  
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★  
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★  
نهایت سادگی!

## نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروش شان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار

چه اتفاقی می افتد؟



## یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



## یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



## یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



## سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



## شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.  
پروسه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود.  
شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروسه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ...  
از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید  
یا QR کد را اسکن کنید.

< ۱۵ روز رایگان

روانشناسی فروش یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که هر فروشنده حرفه‌ای باید از آن برخوردار باشد. امروزه استفاده از تکنیک‌های روانشناختی و همچنین تسلط بر انواع سوگیری‌های شناختی برای اثرگذاری بر تصمیم‌گیری مشتریان، به یکی از ضرورت‌های شغل فروشنده تبدیل شده است.

در این کتاب مباحثی بنیادی از روانشناسی فروش مورد بررسی قرار گرفته که با مطالعه و به‌کارگیری آن‌ها می‌توانید تغییری شگرف در فروشتان ایجاد کنید.



[www.didar.me](http://www.didar.me)