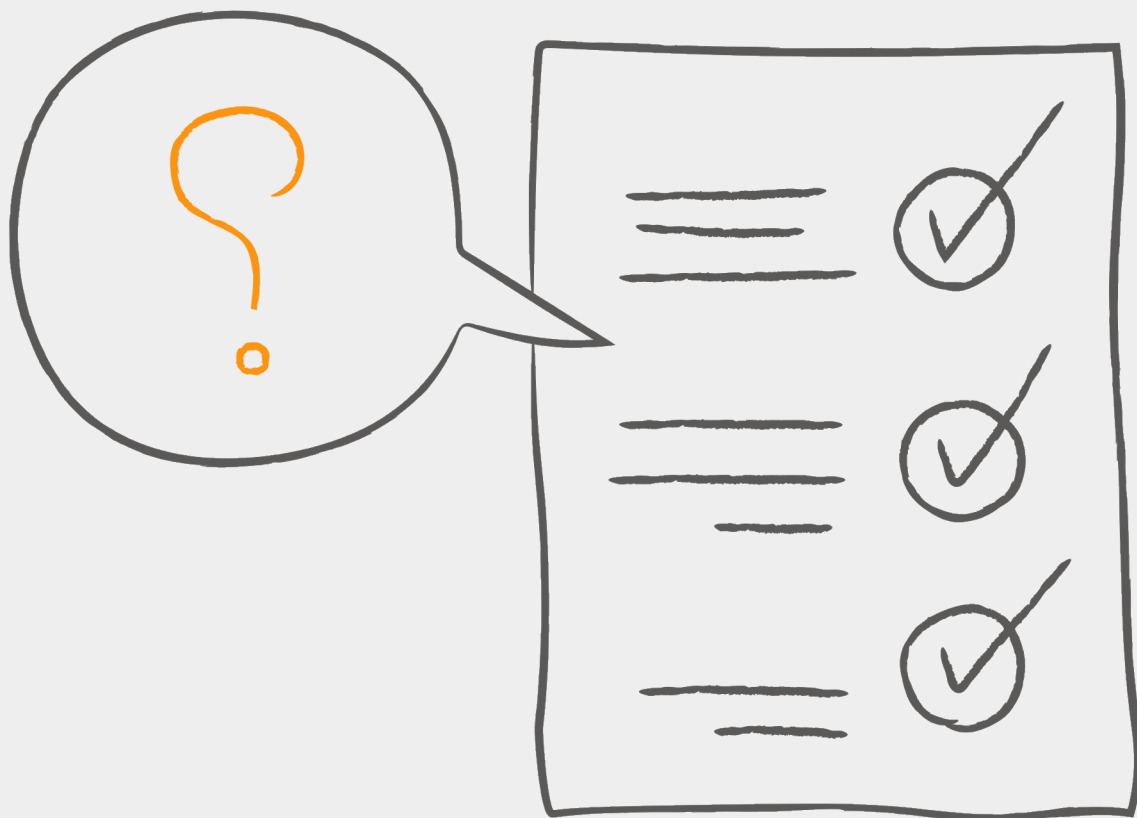


# سوالات مصاحبه کارشناس فروش



(همراه با نمونه پاسخ)

سؤالات مصاحبه کارشناس فروش	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
تیم گرافیک دیدار	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
پاییز سال ۱۴۰۲	زمان انتشار
ابریانش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش دیدار می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی 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 نسخه‌ی کتاب «سؤالات مصاحبه کارشناس فروش» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دریافت این کتاب از سایت دیدار](#)

## فهرست

۶	مقدمه
۹	سؤالات فنی مصاحبه فروش
۲۴	پرسش‌های موقعیتی مصاحبه فروش
۳۶	سؤالات مصاحبه فروش داخلی
۴۹	پرسش‌های انگیزه و تناسب در مصاحبه فروش
۶۷	سؤالات مصاحبه مدیر فروش
۸۰	سؤالات مصاحبه فروش نرم‌افزاری
۸۶	کارشناس فروش هستید؟
۸۹	طریقه جواب دادن به سوالات مصاحبه کارشناس فروش
۱۲۵	سخن آخر

۶۲ سؤالی که باید از کارمندان فروش  
هنگام استخدام بپرسید

## مقدمه

برای اینکه بخش فروش شرکت شما قوی باشد، باید کارمندانی را دورهم جمع کنید که بتوانند به سهمیه تعیین شده خودشان برسند، با عدم پذیرش کنار بیایند و در فعالیتهای خود بدون رفتارهای تهاجمی مداومت داشته باشند. در مورد بخش فروش هر مسئول استخدامی می‌داند که نباید فقط یک کارمند فروش استخدام کند و انتخاب فرد اشتباه می‌تواند شرکت شما را از رسیدن به اهداف مهمتان دور کند. پرسیدن سؤالات عمیق‌تر باعث می‌شود داوطلب‌های مناسب‌تر برای مراحل بعدی استخدام باقی بمانند.

از سوی دیگر اگر اهل معاشرت هستید و در مورد یک محصول تخصص فنی دارید و تا حدودی با وظایف کارشناس فروش آشنا

هستید، شما موقعیت ایده‌ال برای کار کردن به عنوان فروشنده‌ی فناوری را دارید. از طرفی هم با بیشتر شدن تنوع محصولات و افزایش تقاضا برای کالاهای تخصصی، نیاز به کارشناسان فروش فنی بیشتر شده است. اگر به دنبال چنین شغلی هستید و سعی دارید سؤالات مصاحبه‌ی کارشناس فروش با جواب را پیدا کنید، جای درستی آمده‌اید.

کتابچه‌ی راهنمایی که در حال حاضر در اختیار شما قرار دارد برای هر دو سوی تیم فروش یعنی هم مدیر و هم کارمند فروش تدوین شده است.

ما فهرستی از سؤالاتی که برای مصاحبه‌ی استخدام کارمندان فروش

لازم است که پرسیده شود را در این کتابچه راهنما جمع کرده‌ایم تا به تیم‌های فروش کمک کنیم افراد درست را در جای درست قرار دهند.

## سؤالات فنی مصاحبه فروش

## کارشناس فروش یا مهندس فروش؟ مسئله این است ...

سؤالات مصاحبه کارشناس فروش بیشتر بر توانایی شما در بستن معاملات متمرکز است. در حالی که از مهندسان فروش انتظار می‌رود در ارائه‌ی فنی محصول قوی باشند و در صورت نیاز، مشکلات فنی محصول را برای مشتری حل کنند. مدیران محصول برای تاثیرگذاری بیشتر تماس‌های فروش و نمایش هوشمندانه‌ی محصولات سراغ کارشناس فروش می‌روند. اما مهندسی فروش، هنر به کارگیری مهندسی در زمینه‌ی فروش است. یعنی علاوه بر بستن معاملات، شامل ارائه‌ی پشتیبانی‌های فنی و مشاوره‌ی تخصصی نیز می‌شود.

## سؤالات فنی مصاحبه با کارشناس فروش

هنگام مصاحبه شناسایی داوطلب‌های دارای مهارت فنی قوی بسیار مهم است. نمایندگان فروش باید درک درستی از محصول داشته باشند و بتوانند به‌گونه‌ای آن را به مشتری توضیح بدهند که نیازهای خاص آن‌ها را برآورده کند. از این سؤالات استفاده کنید تا بفهمید چه کسی فقط ادعا دارد و چه کسی واقعاً توانایی‌هایی لازم است را دارد.

## ۱. چطور خودتان را در بازار کار به روز نگه می‌دارید؟

حتی اگر بازار هدف شغلی که قبلاً داشته‌اند با بازار هدف شغلی که الآن مصاحبه دارند متفاوت باشد هم جالب توجه است، زیرا این نشان‌دهنده توانایی فرد مصاحبه‌شونده در پیدا کردن مقالات و وبلاگ‌های متنوع مربوط به کارش است. عمیق‌تر شوید و درباره اطلاعاتی که اخیراً درباره‌ی شغل مورد مصاحبه جمع کرده‌اند، سؤالاتی بپرسید.

## ۲. چیزی را برای من توضیح بده ...

این سؤال چندان فنی نیست، اما به خوبی نشان می‌دهد که کارمند فروش تا چه حد می‌تواند یک موضوع یا فرایند را برای مشتری توضیح دهد. به دقت به حرف‌های طرف مقابل گوش کنید تا متوجه شوید چقدر واضح و مختصر می‌توانند موضوع را توضیح دهند.

۳. در آخرین موقعیت شغلی خود، چقدر زمان صرف توسعه روابط با مشتریان در مقابل جستجوی مشتریان جدید کردید و چرا؟

برخی از شرکت‌ها و بخش‌های سازمانی از افرادی که هم در ارائه محصول و هم در جذب مخاطب مهارت دارند، استفاده میکنند؛ اما شما باید به دنبال فردی باشید که یکی از این کارها را بهتر انجام می‌دهد. هر دو این وظایف برای بخش فروش حیاتی هستند.

۴. سؤال موردعلاقه شما برای پرسیدن از مشتری بالقوه چیست؟

کارمند فروش خوب وقت بیشتری را برای سؤال پرسیدن می‌گذارد تا توضیح دادن. منتظر سؤال‌های باز باشید که به نماینده فروش کمک می‌کند نیازهای مشتری را بشناسد.

۵. رویکرد شما برای رسیدگی به اعتراضات مشتریان چیست؟

آمادگی برای پاسخ به اعتراض‌ها به جای پاسخ‌های بداهه بسیار مهم است. به دنبال شواهدی از یک فرایند باشید.

## ۶. شبکه‌های اجتماعی چه نقشی در فرایند فروش شما دارد؟

اهمیت فروش اجتماعی در همه صنایع در حال افزایش است. اگر فرد مصاحبه‌شونده تاکنون از کانال‌های اجتماعی برای تحقیق درباره مشتری بالقوه یا پیدا کردن سرنخ استفاده نکرده است، مطمئن شوید که تمایل به یادگیری دارد.

## ۷. محتوا در فرایند فروش شما چه جایگاهی دارد؟

توجه داشته باشید که اگر کارمند فروش مستمر روی حساب کاربری خود در شبکه‌های اجتماعی محتوایی منتشر نمی‌کند، اهمیت چندانی ندارد؛ اما باید از این کار استقبال کند.

۸. چطور مشتری بالقوه را پیدا می‌کنید؟ قبل از اینکه با او تماس بگیرید یا او را ببینید، دنبال چه اطلاعاتی می‌گردید؟

غفلت از شبکه‌ای مانند لینکدین برای تحقیق درباره مشتریان در شرایط فروش امروزه اصلاً کار درستی نیست. مطمئن شوید که مصاحبه‌شونده به دنبال شبکه‌سازی شخصی نیز هست تا بتواند ارتباطات خودش را توسعه بدهد. حمایت از رویدادهای هدفمند شرکت باعث افزایش شانس موفقیت آن می‌شود.

## ۹. اگر در این موقعیت استخدام شدید، برنامه شما برای ماه اول چیست؟

پاسخ به این سؤال همه چیز را به شما نمی گوید، اما داوطلب باید یک برنامه برای شروع کارش داشته باشد. مهم نیست که شما چقدر به آنها آموزش می دهید، باید کسی را استخدام کنید که خودش انگیزه کافی برای کار داشته باشد.

۱۰. شما فکر می‌کنید شرکت یا بخش فروش ما چطور می‌تواند بهتر عمل کند؟

این سؤال در مصاحبه دو جنبه دارد: مشخص می‌کند که داوطلب بخش فروش چقدر درباره شرکت شما قبل از حضور در جلسه تحقیق کرده است و همین‌طور میزان خلاقیت و توانایی‌های کارآفرینی وی را نشان می‌دهد.

## ۱۱. شرکت (نام شرکتتان را ببرید) برای مشتری چطور ارزش می‌آفریند؟

این هم یک سؤال دیگر است که نشان می‌دهد مصاحبه‌شونده شما چقدر در مورد شرکت تحقیق کرده است. اگر او حتی نتواند مزایای محصول یا خدمات شما را کمی توضیح دهد، ممکن است به این معنی باشد که باید او را کمی بیشتر بررسی کنید.

## ۱۲. اخیراً چه چیزی به خودتان آموخته‌اید؟

شما باید به دنبال کارمندانی برای بخش فروش خود باشید که تشنه یادگیری مهارت‌های جدید و استراتژی‌های فروش باشند. این سؤال کمک می‌کند این دسته افراد را بیابید. به‌دقت گوش کنید که چطور آموخته‌های خودشان را توضیح می‌دهند و ابزارهایی که استفاده کرده‌اند را بپرسید.

## ۱۳. سه سؤال اصلی که برای تعیین واجد شرایط بودن مشتری می‌پرسید چیست؟

پاسخ به این سؤال بر اساس آنچه می‌فروشند و به چه کسی می‌فروشند، متفاوت خواهد بود؛ اما پاسخ کارمند داوطلب به شما نشان می‌دهد که چطور یک مشتری بالقوه را توصیف می‌کند. همین‌طور به شما درباره آموزش‌هایی که دیده و همین‌طور غرایز و شعورش اطلاعات می‌دهد. سؤالات آنها باید متمرکز باشد و باید به ریشه این موضوع برسد که آیا مشتری مناسب هست یا نه.

پرسش‌های موقعیتی مصاحبه فروش

سؤالات موقعیتی به شما، به عنوان مصاحبه کننده، اجازه می دهد تا مهارت ها و شخصیت هر داوطلب را ارزیابی کنید. با استفاده از این سؤالات، می توانید پاسخ های واقعی تری بگیرید و بفهمید نوع نگرش مصاحبه شونده که به تیم شما اضافه می شود و مشتریان با آن روبرو می شوند، چیست.

## ۱۴. تفاوت برخورد شما در مورد چرخه فروش کوتاه نسبت به چرخه فروش طولانی چیست؟

چرخه‌های کوتاه نیاز به تکرارهایی دارد که به سرعت بسته می‌شوند و چرخه‌های طولانی فروش نیاز به یک رویکرد بسیار دقیق‌تر و متناسب‌تر دارد. این دو نوع چرخه بسیار با هم متفاوت هستند و کارمند فروش باید آن را تشخیص دهد.

## ۱۵. چه زمانی پیگیری یک مشتری را متوقف می‌کنید؟

پاسخ صحیح به این سؤال بستگی به روند شرکت شما دارد، اما به‌طور کلی، هرچقدر یک نماینده فروش (کارمند فروش) سرسخت‌تر و باپشتکار بیشتری باشد، بهتر است. تریش برتوززی، بنیان‌گذار The Bridge Group، شش تا هشت بار تلاش قبل از عقب‌نشینی را توصیه می‌کند.

## ۱۶. در طول یک روز سخت چطور انرژی خودتان را حفظ می‌کنید؟

نگرش مصاحبه‌شونده را نسبت به رد شدن ارزیابی کنید. آیا او به زمان نیاز دارد تا یک مکالمه ناخوشایند را کنار بگذارد؟ یا بلافاصله به حالت قبل از مکالمه بازمی‌گردد؟ ببینید از چه استراتژی‌هایی برای بازیابی انرژی و پیشرفت خودش استفاده می‌کند.

## ۱۷. آیا تا به حال یک مشتری بالقوه را کنار گذاشته‌اید؟ اگر چنین است چرا؟

فروش به هرکسی، به ویژه اگر فروشنده متوجه شده که این کار طبق خوش‌آیند مشتری نیست، اشتباه بسیار بزرگی است. مطمئن شوید زمانی که مصاحبه‌شونده متوجه می‌شود یک مشتری بالقوه تناسبی با فروش شما ندارد، آن را کنار می‌گذارد.

۱۸. آیا تابه‌حال روی یک مسیر اشتباه افتاده‌اید؟  
چگونه آن را مدیریت کرده‌اید؟

هرکسی در چاله شکست می‌افتد، باید مراقب کسی که ادعا می‌کند  
هرگز شکست نخورده باشید. تا زمانی که فرد از شکست‌های خود  
درس آموخته باشد، مشکلی در رکود موقت وجود ندارد.

۱۹. آیا تا به حال از مشتری که از شما خرید نکرده پرسیده‌اید که دلیل آن معامله ناموفق چه بوده؟ آن‌ها چه گفتند و از آن تجربه چه آموختید؟

پیگیری نتایج معاملات برای یادگیری از نحوه عملکرد آن‌ها برای دفعات بعدی در آینده، شانس برنده شدن ما را افزایش می‌دهد. فروشندگانی که برای یادگیری از موفقیت‌ها و شکست‌های خود وقت می‌گذارد، یک نیروی ارزشمند برای تیم شما خواهد بود.

۲۰. زمانی را شرح دهید که چشم‌انداز دشواری داشتید، اما مدیریت شما به موفقیت منجر شد.

پاسخ به این سؤال نشان می‌دهد که چگونه آن‌ها به چشم‌اندازهای دشوار نزدیک می‌شوند و آیا می‌توانند غرور خود را برای پیشبرد یک معامله به نفع شرکت کنار بگذارند. با دقت به توضیح این وضعیت، اقداماتی که برای رفع آن انجام داده‌اند و نتایج اقدامات آن‌ها گوش دهید.

## ۲۱. چطور نسبت به انتظارات این نقش خودتان را پیشرفت می‌دهید؟

آیا می‌خواهید تیمی از ستارگان را دورهم جمع کنید؟ افرادی را استخدام کنید که به فکر فراتر رفتن از شرکت شما قبل از استخدام هستند. این سؤال کمتر به دنبال دریافت پاسخ مشخص است و بیشتر در مورد نحوه یا چرایی رفتار یک کارمند خارج از وظایف شغلی خاص وی است.

## ۲۲. اگر فردا شرکتی راه‌اندازی کنید، آن شرکت چه خواهد بود؟

بسیاری از کارمندان فروش به این دلیل وارد این حرفه می‌شوند که کارآفرینانی مشتاق هستند. با پرسیدن از داوطلبان در مورد یک شرکت ساختگی، با اهداف و انگیزه‌های آنها بیشتر آشنا می‌شوید. علاوه بر این می‌توانید چگونگی ارائه ایده‌های تجاری آنها را بسنجید.

## ۲۳. چگونه با مشتریان با پیشینه‌های مختلف فرهنگی کار کرده‌اید؟

کارمندان فروش باید بتوانند با هر نوع مشتری بدون توجه به سابقه فرهنگی آن‌ها کار کنند. با پرسش از داوطلبان در مورد نحوه برخورد با این نوع سناریوها، خواهید آموخت که آیا آن‌ها مناسب کار متنوع و فراگیر هستند و آیا این مهارت را در خود دارند.

## سؤال‌ات مصاحبہ فروش داخلی

یافتن نیروی فروش که ماهیت فروش داخلی را درک می‌کنند یک مزیت نسبت به آن دسته از کارمندان که درکی از این موضوع ندارد، هست. این سؤالات پیچیده‌تر از فروش عمومی است و نحوه عملکرد کارمند فروش در شرایط سخت را با جزئیات ارزیابی می‌کند.

## ۲۴. بهترین راه برای ایجاد رابطه با یک مشتری بالقوه چیست؟

در مورد نحوه برخورد مصاحبه‌شونده و حفظ روابط با مشتری بالقوه توسط او اطلاعات کسب کنید. اگر پاسخ آن‌ها این است که عمدتاً از طریق ایمیل یا از طریق پست صوتی، آن‌هم گاه‌به‌گاه ارتباط برقرار می‌کنند، ممکن است یک نشانه منفی باشد. اگر به شما بگویند که اطلاعات سرخ را جمع‌آوری کرده و ارتباط تلفنی قوی برقرار می‌کنند، این نشانه خوبی است.

## ۲۵. به من چیزی بفروش

هر چیزی؛ می‌تواند جمله معروف و قدیمی «این خودکار را به من بفروش» یا «آنچه امروز برای نهار خوردید را به من بفروشید.» اجازه دهید خودشان انتخاب کنند چه چیزی را به شما بفروشند به جای اینکه از سؤالات تکراری و خسته‌کننده استفاده کنید. به این ترتیب نگاهی اجمالی به طرز تفکر داوطلب بخش فروش خواهید داشت.

یک داوطلب عالی سؤالاتی مانند «چه مشکلی را قرار است حل کنید؟» یا «در محصول X دنبال چه چیزی هستید؟» قبل از شروع فرایند فروش سعی می‌کند شرایط مشتری را بسنجد.

## ۲۶. مراحل را که از ابتدای فرایند فروش تا انتها طی می‌کنید، توضیح دهید.

پاسخ این سؤال نشان می‌دهد که داوطلب شما چه درکی از فرایند فروش دارد و آن را چطور می‌شناسد. همین‌طور نشان می‌دهد که آن‌ها چگونه افکار خود را سازمان‌دهی کرده و مفاهیم پیچیده را بیان می‌کنند.

آیا آن‌ها روند خود را واضح توضیح می‌دهند؟ و آیا آن‌ها مراحل اصلی را در نظر می‌گیرند، شامل مشتری بالقوه، برقراری ارتباط، تحقیق و ارزیابی، ارائه و بستن قرارداد. باید پاسخ این دو سؤال را در توضیحات آن‌ها بیابید.

۲۷. در مورد اعتراضی که در تماس تلفنی به آن برخوردید، به من بگویید. سرانجام چگونه معامله را پیش بردید؟

هر فروشنده حداقل یکبار با اعتراض روبرو شده است که آن‌ها را آزار می‌دهد. آیا کارمند داوطلب به نگرانی‌های مشتریان بالقوه گوش داده؟ آیا آن را تأیید کرده؟ آیا به آن‌ها کمک کرده تا به نتیجه متفاوتی برسند؟

## ۲۸. به من چیزی بیاموز

فروش چیزی فراتر از ذکر مزایا و ویژگی‌های یک محصول یا خدمت است. این سؤال به داوطلب شما اجازه می‌دهد تا به‌خوبی نشان دهد چگونه می‌تواند دانش خود را به اشتراک بگذارد و شما را در یک مفهوم جدید راهنمایی کند. آیا آن‌ها می‌توانند مفهوم موردنظر را به‌خوبی انتقال دهند؟ آیا درک عمیقی از موضوع دارند؟ اگر آن‌ها به توضیح یک مفهوم مسلط و واقعاً به آن علاقه‌مند باشند، باید در توضیح محصول شما برای مشتریان بالقوه هم خوب عمل کنند.

پاسخ به این سؤال اطلاعات زیادی در مورد نحوه‌ی حل مشکلات و تفکر استراتژیک مصاحبه‌شونده به شما می‌دهد.

۲۹. درباره مراحل که در یک فروش موفق خود طی کردید برای من توضیح بدهید.

هدف این سؤال درواقع کسب درک بهتر از فرایند فکری کارمند فروش از یک رویکرد فروش است. علاوه بر این، راه خوبی است برای اینکه بدانیم برخوردشان در یک نمونه از دنیای واقعی چگونه است.

۳۰. درباره یکی از معاملاتی که تلاش شما به نتیجه نرسید برای من توضیح دهید. چه درسی از این تجربه گرفتید؟

هرکسی شکست را تجربه کرده و اتفاقاً صحبت درباره آن خوب است. این سؤال می‌خواهد هر چیزی که مصاحبه‌شونده از شکستش آموخته را کشف کند و اینکه تکنیک‌های فروش خود را چطور تقویت کرده را بفهمد.

۳۱. فرض کنید به نیمه ماه رسیدید و پیشنهاد فروش کمتری از میزان تعیین شده داشته‌اید. چه کارهایی باید انجام دهید که در ادامه به هدفی که تعیین کرده‌اید برسید؟

با پرسیدن این سؤال، مخاطب را در موقعیتی قرار می‌دهید که مهارت‌های حل مسئله خود را به نمایش بگذارد.

۳۲. اگر تمام‌روز پیشنهادهای شما توسط مشتریان رد شود چه کار می‌کنید؟

رد شدن پیشنهادهای در این شغل امری عادی است و این سؤال به شما کمک می‌کند که طرز فکر مصاحبه‌شوند را بشناسید و بفهمید چطور برای خودش ایجاد انگیزه می‌کند.

۳۳. تصور کنید من یک مشتری بالقوه هستم که تلفن شما را جواب نداده‌ام. برای من یک پیغام تلفنی بگذارید.

تماس‌های تلفنی با مشتری بالقوه یا مشتری هدف همیشه برقرار نمی‌شود. گاهی کارمند فروش باید یک پیغام صوتی برای آن مشتری بفرستد که اتفاقاً برانگیزاننده هم باشد. پاسخ این سؤال به شما نشان می‌دهد که آن شخص چطور یک وضعیت منفی (عدم برقراری تماس) را به یک فرصت تبدیل می‌کند. به نحوه جلب توجه و نمایش ارزش توسط آن‌ها هنگامی که انتظارات برای نقطه تماس بعدی را شکل می‌دهند، توجه داشته باشید.

## ۳۴. سؤال موردعلاقه شما برای تشخیص نیازها و علایق مشتری چیست؟

اگرچه پاسخ دادن به سؤال بدون داشتن اطلاعات مناسب از شرکت و محصول آن سخت است، اما کارمند فروش باید بتواند نظرش را در مورد شیوه توصیف مشتری بالقوه بیان کند.

پرسش‌های انگیزه و تناسب در مصاحبه  
فروش

این نوع از سؤالات مشخص می‌کند که انگیزه مصاحبه‌شونده برای تصاحب این شغل چقدر است. گرفتن جواب‌هایی که میزان سخت‌کوشی کارمند را مشخص می‌کند به شما کمک می‌کند که میزان اشتیاق و توانایی او را بسنجید.

## ۳۵. کدام بدتر است؟ نگرفتن پیشنهاد قیمت و فروش یا نداشتن مشتری خوشحال طی یک ماه

بسته به اینکه هدف شرکت شما چیست هرکدام از این دو مورد می‌تواند درست باشد، اما دقت داشته باشید کارمندی که فروش را به رضایت مشتری ترجیح می‌دهد، نیازها و ترجیحات آن را در اولویت‌های خود قرار نمی‌دهد.

### ۳۶. کدام بخش از فرایند فروش را دوست ندارید؟

اگر بخشی که او به عنوان کم اهمیت ترین بخش فرایند فروش معرفی می کند جزو مهم ترین بخش ها برای شرکت شما است، باید یک امتیاز منفی در نظر بگیرید. از آن ها بپرسید برای ساده کردن یا لذت بخش کردن آن بخش چه کار می کنند. این سؤالات برای شناخت نقاط ضعف فرایندها هم مفید است.

### ۳۷. چه چیزی به شما انگیزه می‌دهد؟

پاسخ‌های زیادی برای این سؤال وجود دارد: پول، موفقیت، کمک به مشتری، نفر اول بودن و غیره. آنچه یک پاسخ را خوب و دیگری را بد تلقی می‌کند، به فرهنگ سازمان شما بستگی دارد. مثلاً اگر کار گروهی بخش فروش یکی از جنبه‌های مهم برای شما است، کسی که تحت تأثیر رقابت داخلی قرار می‌گیرد، احتمالاً با فرهنگ سازمانی شما سازگار نخواهد بود.

### ۳۸. هدف نهایی شغلی شما چیست؟

طبق نظرسنجی Glassdoor، فقدان فرصت‌های رشد یکی از سه دلیل اصلی است که باعث می‌شود کارمندان فروش به دنبال کار جدید باشند. اگر مصاحبه‌شونده تمایل به دنبال کردن مسیری دارد که شرکت شما قادر به ارائه آن نیست، ممکن است زودتر از آنچه فکرش را می‌کنید نیاز به پیدا کردن یک عضو جدید برای بخش فروش خود داشته باشید.

۳۹. چه چیزی باعث می‌شود که برای فروش انگیزه داشته باشید؟

کمیسیون! شاید یک بخشی از انگیزه فروش کارمندان باشد اما جواب درستی به این سؤال نیست. یک پاسخ خوب شامل یک داستان شخصی یا مثال واقعی می‌شود که دلایل انتخاب یک مسیر شغلی توسط شخص را بیان می‌کند.

## ۴۰. نظر شما در مورد همکاری در یک تیم فروش چیست؟

همکاری شاید کم‌اهمیت‌ترین مورد در بعضی سازمان‌ها باشد اما کسانی که در ابتدای مصاحبه تمایلی به همکاری نشان ندهند بعداً هم تعامل خوبی با همکاران خود نخواهد داشت. تفکر عدم همکاری باعث می‌شود که انتقال دانش هم در تیم اتفاق نیافتد.

۴۱. موقعیتی را شرح دهید که با کسی همکاری داشتید و تفاوت‌های شخصیتی یا فرهنگی زیادی بین شما وجود داشت. چطور از عهده تعامل با آن شخص برآمدید؟

هدایت یک کسب‌وکار به معنای کار با آدم‌های مختلف است، باید به دنبال کسی باشید که در تیم فروش بتواند این تفاوت‌ها را مدیریت کند و به آن احترام بگذارد. پاسخی که مصاحبه شوند به شما می‌دهد مشخص خواهد کرد که آیا آماده همکاری در یک تیم با تنوع همکاران هست یا خیر.

## ۴۲. به چه کسی راحت‌تر می‌فروشید و چرا؟

به این نکته توجه داشته باشید که آیا خریدار ایده‌آل را توصیف می‌کند یا تنها چند ویژگی نامربوط به فرایند فروش نام می‌برد. بسته به محصول یا خدمتی که شما ارائه می‌کنید، پاسخ نوع دوم ممکن است ددرساز بشود.

### ۴۳. نظر شما درباره نقش یادگیری در فروش چیست؟

این سؤال باعث می‌شود بدانید که مصاحبه‌شونده فقط یک دانش‌آموز نیست، این ویژگی در بین کارمندان فروش بسیار مهم است. یک کارمند ایده‌آل باید بتواند بین علاقه به یادگیری و تمایل به رشد در جایگاه کاری خود تعادل ایجاد کند.

۴۴. سه صفتی که مشتری قبلی با آن شما را توصیف می‌کند چیست؟

به دنبال مفهوم «مفید» در بین توصیفات آن شخص باشید، چراکه در فروش مدرن رویکرد مشورتی اهمیت زیادی دارد. اگر مصاحبه‌شونده نمونه‌هایی از برخورد کاری خود برای توصیف استفاده کند هم کار ما بسیار راحت می‌شود.

## ۴۵. فرهنگ آخرین شرکت خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

پاسخ این سؤال به شما می‌گوید که مصاحبه‌شونده برای چه چیزی ارزش قائل است، کار با دیگران را چگونه توصیف می‌کند و از چه نوع رهبری تأثیر می‌گیرد. اگر از ساعات‌های طولانی یا هدف‌گذاری سخت شکایت می‌کنند و شرکت شما نیاز به انرژی بالایی دارد و با چالش‌های زیادی روبرو می‌شود، احتمالاً مناسب همکاری با شما نیست.

علاوه بر این می‌توانید بفهمید آیا کارفرمای قبلی هیچ استثنایی قائل نمی‌شده یا افرادی با تفاوت‌های فرهنگی و پیشینه مختلف را

استخدام می‌کند. شما باید استعدادهایی را دورهم جمع کنید که یا مطابق با فرهنگ سازمانی شما باشند یا نظراتی متفاوت و سازنده و تغییردهنده‌ای ارائه می‌کنند.

## ۴۶. مدیر فروش ایدئال خود را توصیف کنید.

درخواست از مصاحبه شوند برای توصیف مدیر ایدئال خود به شما نشان می‌دهد که چقدر استقلال دارند، چگونه با روابط کاری روبرو می‌شوند و چگونه بر چالش‌ها غلبه می‌کنند. به دنبال کسانی باشید که بتوانند مستقل کار کنند و به راحتی از رئیس خود راهنمایی بگیرند.

## ۴۷. هر کارمند فروش چه ارزش‌های اساسی باید داشته باشد؟

برای اینکه بدانید قطب اخلاقی آن‌ها کجاست، به دنبال پاسخ‌هایی مانند «اولویت قرار دادن نیازهای آینده‌نگر»، «صبر» و «فروتنی» باشید. احتمالاً باید به دنبال ارزش‌هایی باشید که متناسب با ارزش‌های موردنظر شما باشد.

## ۴۸. در زندگی به دنبال چه دستاوردهایی هستید؟

ممکن است این سؤال پاسخ طولانی داشته باشد اما قطعاً ارزش‌ها و انگیزه‌های مصاحبه شوند را نشان می‌دهد. اگر یک داوطلب، داستانی برای غلبه بر فرصت‌های بزرگ برای رسیدن به یک هدف خاص بگوید، معرف کارمندی عمل‌گرا و بسیار باانگیزه است. اگر بزرگ‌ترین دستاورد او دیدن سریال بال غربی است، احتمالاً باید همچنان دنبال کارمند باشید.



## کتاب واقعیت‌های جدید

در دنیای کسب و کار

اگر کسب و کاری دارید و یا قصد راه اندازی کسب و کاری دارید، آب دست‌تان است زمین بگذارید و خواندن این کتاب را شروع کنید!  
این کتاب کسب و کارهای زیادی را در دنیا متحول کرده، شاید اکنون وقت شما رسیده است. مهمترین چیزی که این کتاب به شما می‌آموزد این است:  
**راه ساده‌تر و متفاوت‌تری نیز وجود دارد!**



برای دانلود رایگان کتاب واقعیت‌های جدید روی لینک زیر کلیک کنید و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <

## سؤالات مصاحبه مدير فروش

هنگام جستجوی یک مدیر فروش، باید به دنبال افرادی باشید که بتوانند استراتژی‌های فروش قوی را برای یک تیم توسعه دهند و پیاده کنند. از این سؤالات برای سنجش درک آنها از بازار، روندها و اعتماد به نفسشان برای دستیابی به اهداف استفاده کنید.

## ۴۹. شیوه مدیریت خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

یک مدیر فروش مؤثر باید بتواند الهام‌بخش تیم خود باشد و آنها را مدیریت کند. همچنان که آنها ویژگی‌های مدیریتی خود را توصیف می‌کنند، در نظر داشته باشید که آیا این ویژگی‌ها با فرهنگ شرکت شما و نیازهای تیم فروش شما سازگاری دارد یا نه.

۵۰. از زمانی بگویید که مجبور شدید به یکی از اعضای کم‌کار تیم انگیزه دهید.

مدیران فروش اغلب مسائل الهام و انگیزه برای کارمندان فروش هستند. پاسخ به این سؤال باید دربرگیرنده بینش ارزشمندی درباره چگونگی تحریک اعضای تیم برای پیشرفت و دستیابی به اهداف خود است.

۵۱. آیا می‌توانید وضعیتی را شرح دهید که مجبور به اجرای یک فرایند یا سیستم جدید شدید؟ پاسخ تیم شما چه بود؟

این سؤال هم بینش ارزشمندی درباره چگونگی مدیریت تغییر فرد به شما می‌دهد. می‌توانید اطمینان حاصل کنید که مدیران فروش شما می‌توانند به‌طور مؤثر پیاده‌سازی سیستم‌ها و فرایندهای جدید را مدیریت کرده و نگرانی‌های تیم فروش در طول انتقال مذکور را برطرف کنند.

## ۵۲. قدرت فوق‌العاده شما در رهبری چیست؟

این سؤال کمی جنبه طنز دارد، اما برای شما روشن می‌کند که نقاط قوت رهبری آن‌ها در چیست و آنچه باعث تمایز این مدیران با دیگران می‌شود را مشخص کنند.

هر فروشنده موفق در مقطعی از حرفه خود مجبور به چرخش بوده است. این سؤال به داوطلب فرصتی می‌دهد تا در مورد درس‌های ارزشمندی که آموخته است برای شما توضیح دهد.

۵۳. در مورد زمانی که مجبور شدید استراتژی فروش خود برای رسیدن به اهداف خود تغییر دهید، توضیح دهید؟

هر فروشنده موفق در مقطعی از حرفه خود مجبور به چرخش بوده است. این سؤال به داوطلب فرصتی می‌دهد تا در مورد درس‌های ارزشمندی که آموخته است برای شما توضیح دهد.

## ۵۴. چگونه می‌توانید بین اعضای تیم خود اعتماد ایجاد کنید؟

به‌عنوان یک رهبر، ایجاد اعتماد در یک تیم جدید بخش بسیار مهمی از شرح وظایف است. پاسخ به این سؤال به شما می‌گوید که مصاحبه‌شونده چگونه اعتماد ایجاد می‌کند و کار تیمی چقدر برای او اهمیت دارد.

## ۵۵. چه راهی برای شرکت ما می‌تواند استراتژی فروش ما را بهبود بخشد؟

احتمالاً شما می‌خواهید که درخشان‌ترین و بهترین کار را انجام دهید و این سؤال به شما بینش ارزشمندی می‌دهد که مصاحبه‌شونده چه نوآوری برای شما به ارمغان می‌آورد. همین‌طور، پاسخ‌های متفکرانه و معقول نشان‌دهنده آمادگی و آشنایی با شیوه‌های فعلی شرکت شما است.

۵۶. سخت‌ترین بازخوردی که تاکنون داشته‌اید چه بود؟ روی رویکرد شما چه تأثیری گذاشت؟

اگرچه دادن و گرفتن بازخوردهای سخت می‌تواند چالش‌برانگیز باشد، اما می‌تواند بخشی ضروری برای رشد در حرفه فردی به حساب بیاید. اگر مصاحبه‌شونده بخشی از بازخوردهای سخت خود را با شما به اشتراک بگذارد، می‌توانید نیم‌نگاهی به نحوه پیشرفت آن‌ها در طول حرفه خود داشته باشید.

۵۷. آیا ترجیح می‌دهید در تیم یک مدیر بیش از حد سمی باشید یا یک عملکرد ضعیف حمایتی داشته باشید؟ چرا؟

در نقش مدیریتی و اجرایی، فرد معمولاً با چنین شرایطی روبرو می‌شود. از یک طرف شما می‌خواهید تیم را به اهدافش برسانید و از طرف دیگر یک عضو سمی می‌تواند منفی‌گرایی در تیم ایجاد کند، حتی اگر فروش زیادی هم داشته باشد.

به خاطر داشته باشید که پاسخ درستی برای این سؤال وجود ندارد. بستگی به داوطلب و موقعیت وی دارد. مصاحبه‌شونده باید بتواند درباره نحوه تفکرش در خصوص حل مشکل و حتی اقدامات صحیحی

که برای عملکرد ضعیف یا رفتار سمی در تیم انجام می‌دهد به شما توضیح دهد.

۵۸. از کجا می‌دانید که زمان ترخیص کسی فرارسیده است؟

این سؤال می‌تواند دنباله سؤال قبلی باشد که در آن بتوانید نحوه مدیریت تیم توسط مصاحبه‌شونده را تشخیص دهید، به‌ویژه زمانی که مدیر باید تصمیمات سختی بگیرد.

## سؤالات مصاحبه فروش نرم‌افزاری

شما باید کارمندان فروشی داشته باشید که مدافع محصولات شما در سطح فنی باشد. هنگام پرسیدن سؤالات فروش نرم‌افزاری، داوطلب را از نظر تجربه، درک معیارها و توانایی ایجاد روایتی قوی در مورد نرم‌افزار برای مشتری ارزیابی کنید.

۵۹. به من بگویید برای آشنایی با فناوری جدید چه اقداماتی انجام می‌دهید.

حوزه فناوری دائماً در حال تغییر است. این سؤال ایده خوبی به شما می‌دهد که فرد مصاحبه‌شونده برای اطلاع از ویژگی‌های جدید یک فناوری چه اقداماتی انجام می‌دهد.

۶۰. ویژگی‌های یک نرم‌افزار پیچیده را چطور برای شخصی که تسلط زیادی روی فناوری ندارد توضیح می‌دهید؟

توانایی توضیح مفاهیم پیچیده به روش ساده یک هنر ضروری برای نمایندگان فروش نرم‌افزار است. از مصاحبه‌شونده بخواهید شرایط فرضی را برای شما توضیح دهد که در آن قرار است نرم‌افزاری را به شما بفروشد.

۶۱. (نام شرکت شما) چه اقداماتی باید انجام دهد تا (ویژگی‌های نرم‌افزار) را ارتقا بدهد؟

قطعاً می‌خواهید افرادی خلاق و نوآور در تیم خود داشته باشید. این سؤال به مصاحبه‌شونده این فرصت را می‌دهد که ایده‌های خود را به اشتراک بگذارد و در حالت ایدئال به این معنا است که آن‌ها به‌عنوان عضوی از تیم شما چطور ایده‌های خود را به اشتراک می‌گذارند.

## ۶۲. آخرین کتابی که خواندید یا پادکستی که گوش دادید چه بود؟

افرادی که متعهد به یادگیری مداوم هستند، الهام‌بخش سایر اعضای تیم خواهند بود. با طرح این سؤال، می‌توانید بفهمید محتوایی که مصاحبه‌شونده دنبال می‌کند و مهارت‌های خود را به وسیله آن ارتقا می‌دهد، چیست.

کارشناس فروش هستید؟

## در جلسه مصاحبه کارشناس فروش، چه سوالاتی باید پرسید؟

سوالات باز یا سوالات تشریحی، بهترین سوالات برای مصاحبه‌های فروش هستند. پس هر وقت توانستید، سوال باز پرسید. در حالی که این بخش از مصاحبه مانند فرصتی برای کسب اطلاعات درباره کارفرمای احتمالی است، اما مدیران هم از آن برای ارزیابی توانایی شما در سوال پرسیدن و گفتگو با مشتریان بالقوه استفاده می‌کنند. سوالات خوب نشان می‌دهند چه طرز فکر و دیدگاهی نسبت به شغل خود دارید.

### سوالات احتمالی می‌توانند این موارد باشند:

- اعضای تیم شما که عملکرد بهتری دارند، چه ویژگی‌های مشترکی دارند؟

- چالش‌های اصلی پیش روی اعضای جدید تیم در ۹۰ روز اول شروع کار چیست؟

- آیا می‌توانید یک توضیح کلی درباره فرآیند فروشتان به من بدهید؟

برویم سر اصل مطلب:

طریقه جواب دادن به سوالات مصاحبه  
کارشناس فروش

معمولاً سؤالات مصاحبه استخدامی کارشناس فروش برای سنجش مهارت، تجربه، شخصیت و دانش افراد در حوزه فروش طراحی می‌شوند. برای اینکه ببینیم چطور باید به سؤالات مصاحبه جواب بدهید چند مورد که احتمال بیشتری دارد که مدیر فروش در مصاحبه از شما بپرسد را همراه نحوه پاسخ دادن به آنها بررسی می‌کنیم.

## سوال (۱) چطور با بهانه گیری‌ها برخورد می‌کنید؟

یکی از سؤالات مصاحبه کارشناس فروش که می‌تواند چالش‌برانگیز باشد این گزینه است. این سوال برای سنجش توانایی شما در غلبه بر موانع و دادن تضمین و تعهد به مشتری، طراحی شده است. در وهله اول باید بدانید بهانه گیری‌های مشتریان اغلب از مسائل زیر ناشی می‌شوند:

- عدم نیاز: مشتری از مشکلی که باید حل شود آگاه نیست.
- عدم فوریت: مشتری نمی‌داند که حل مشکلی چقدر ضرورت دارد.
- عدم اعتماد: مشتری نسبت به محصول یا برندتان مطمئن نیست.
- کمبود بودجه: مشتری احساس می‌کند قیمت محصول منصفانه نیست.

## چطور به این سوال پاسخ بدهم؟

باید به دقت به سوالات یا بهانه‌های مشتری گوش کنید. تعهدی که به شنیدن نگرانی‌های مشتری دارید را با نشانه‌های کلامی و غیرکلامی نشان دهید. از مخاطب درخواست کنید در مورد موضوع بیشتر بحث کند. سعی کنید با سوالاتی هوشمندانه ریشه مشکل یا سؤال را شناسایی کنید.

پس از شناسایی مشکل اصلی مشتری، با یک پیشنهاد ارزشمند، واضح و مختصر که نگرانی مخاطب را برطرف می‌کند پاسخ دهید. بعد از مدتی با مشتری خود تماس بگیرید و ببینید آیا به اندازه کافی به نگرانی‌اش رسیدگی کرده‌اید یا نه. نباید تا زمانی که

احساس رضایت را در مشتری دیدید رهايش کنید. حواستان باشد که صمیمی و مثبت بمانید و فراموش نکنید هدف اصلی شما پیشبرد فروش است. پس بر این اصل متمرکز بمانید.

سوال ۲) آیا تا کنون در کارتان شکست فجیعی خورده‌اید؟ بعد از آن چطور کار را بهبود دادید؟

مصاحبه‌کنندگان از این سؤال برای ارزیابی توانایی شما در شناخت نقاط ضعف و مسئولیت‌پذیری در قبال کاستی‌ها یا گام‌های اشتباه استفاده می‌کنند. پاسخ به این سوال، باید سطح خودآگاهی، تحمل ریسک و مهارت‌های مقابله‌ای شما را نشان دهد.

## چطور به این سوال پاسخ بدهم؟

وقتی درباره شکست‌های گذشته صحبت می‌کنید، موقعیت را به طور دقیق توضیح دهید و سعی کنید تا جای ممکن پنهان‌کاری نکنید. وظیفه‌ای که داشتید و نتوانستید به آن عمل کنید را دقیقاً توضیح دهید.

بعد به طور خلاصه رویکردتان را برای حل مشکل بازگو کنید. تمرکز اصلی در پاسخ این سوال باید این باشد که چه چیزی و چرا اشتباه شده بود. این نشان می‌دهد چقدر در علت‌یابی قوی هستید. مهم‌تر از همه، در پایان آنچه که از این تجربه آموختید را بیان کنید.

### سوال ۳) در مورد شرکت ما چه می‌دانید؟

هدف مدیران از این سوال این نیست که ببینند شما در مورد شرکتشان تحقیق کرده‌اید یا خیر. مدیران می‌خواهند بدانند چرا برای شرکتشان مناسب هستید. بنابراین در پاسخ باید نشان دهید چگونه نقاط قوت و مهارت‌هایتان نیازهای سازمان را برآورده می‌کند.

## چطور به این سوال پاسخ بدهم؟

همان‌طور که گفتیم، این سوال فرصتیست برای بیان اینکه ارزش‌ها و استعدادهایتان با مأموریت و شعار شرکت همخوانی دارد. باید بگویید چه چیزهایی در مورد شرکت نظر شما را جلب کرده. خیلی خوب می‌شود اگر در مورد محصولات جدید، خریدهای اخیر، مسئولان ارشد شرکت و هر نکته‌ای که الهام‌بخش شماست صحبت کنید. نشان دهید نبض اخبار شرکت، به ویژه در زمینه تحولات فروش دستتان است.

با هر نکته‌ای که می‌گویید، حتما تاکید کنید تجربه، شخصیت و علایق شما چطور با اهداف و ارزش‌های شرکت همخوانی دارد.

## سوال ۴) دربارهٔ محصول(های) ما چه می‌دانید؟

این مورد یکی از سؤالات مصاحبه کارشناس فروش است که برای ارزیابی توانایی متقاضی استخدام در زمینهٔ فروش استفاده می‌شود. یعنی مدیران می‌خواهند بدانند چرا محصول به شما انگیزهٔ فروش می‌دهد؟ چرا برای این موقعیت شغلی مشتاق هستید؟

## بهترین پاسخ به این سوال مصاحبه...

بهترین پاسخ به این سوال، ذکر جنبه‌ای از محصول است که می‌تواند مشتری بالقوه را متقاعد به خرید کند. بر آنچه محصول ارائه می‌دهد و بازار هدفش تمرکز کنید.

همچنین روش‌های منحصر به فردی که درباره توضیح ویژگی‌های محصول به ذهن‌تان می‌رسد را بیان کنید. ویژگی‌هایی که اشاره‌ای به محصولات رقیب هم دارند. از معیارهایی استفاده کنید که فقط خاص آن محصول هستند.

## سوال ۵) سه ویژگی که هر فروشنده باید داشته باشد چیست؟

مدیران از این سوال برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد رویکرد و نگرش‌تان نسبت به فرآیند فروش استفاده می‌کنند. طبیعتاً پاسخ شما نحوه عملکردتان را روشن می‌کند. بنابراین باید بر ویژگی‌هایی تأکید کنید که با مهارت‌های خاصتان مرتبط باشند.

## بهترین پاسخ به این سوال...

مثلاً می‌توانید بگویید «مهارت‌های شنیداری» یکی از مهم‌ترین ویژگی‌هاست. وقتی مصاحبه‌کننده پرسید چرا هر فروشنده باید شنونده خوبی باشد؟ در پاسخ بگویید: چون مهارت‌های شنیداری قوی موقع ترغیب مشتری برای توضیح اعتراضات یا ارزیابی نیازهای خریدار ضروری است.

«همدلی» یا صمیمیت با مشتری هم ضروری است. فروشندگان باید احساس و عواطف مشتریان خود را درک کنند. چون در این صورت می‌توانند نیازهای مشتری را به درستی پیش‌بینی و برآورده کنند.

به عنوان ویژگی سوم هم می‌توانید به «کنجکاوی» اشاره کنید. فروشندگان حرفه‌ای در مورد چگونگی برآوردن نیازهای مشتری کنجکاو هستند و در مورد اختلالات بازار و تحولات رقبا نیز کنجکاو و جستجوی لازم را به خرج می‌دهند.

## سوال ۶) کدام برای شما مهم‌تر است: بستن معامله یا ارائه خدمات عالی به مشتری؟

این مورد از سؤالات مصاحبه کارشناس فروش، متقاضیان را در یک دوراهی سخت قرار می‌دهد. توجه داشته باشید که اینجا قرار است توانایی شما در مدیریت اهداف فروش و در عین حال تسهیل تجربه خریدار مورد ارزیابی قرار گیرد.

آمارها نشان می‌دهند شرکت‌هایی که تجربه فوق‌العاده‌ای به خریداران ارائه می‌دهند، دو برابر سریع‌تر از هم‌تایان خود که تجربه متوسط ارائه می‌دهند، رشد می‌کنند.

## چطور به این سوال پاسخ بدهم؟

تجربه عالی بیشترین تأثیر را بر فروش دارد. یعنی حتی بر قیمت یا شایستگی خود محصول هم برتری دارد. به این ترتیب، همواره باید خدمات مشتری را در اولویت قرار داد. این خدمات عالی است که وفاداری را تقویت کرده و مشتریان عادی را به سفیران برند تبدیل می‌کند.

سوال ۷) چطور ما را متقاعد می‌کنید ترکمان نخواهید کرد و طی یک سال آینده سراغ کار دیگری نمی‌روید؟

فرایند استخدام و برگزاری مصاحبه خیلی پرهزینه است. بنابراین حفظ کارمندان برای بسیاری از مدیران اهمیت زیادی دارد. همانطور که مشخص است، این سوال از شما مدرک محکمی می‌خواهد مبنی بر اینکه به اندازه کافی مشتاق هستید در شرکت بمانید.

## بهترین پاسخ به این سوال...

اینجا هم باید شخصیت و ارزش‌هایی که در شما نهادینه شده و با فرهنگ و ماموریت شرکت همسو هستند را بیان کنید.

سوال ۸) درباره آخرین محصولی که فروخته‌اید به من بگویید؛ انگار یک مشتری بالقوه هستم.

این سوال برای ارزیابی تکنیک فروش و مهارت‌های ارتباطی شما مطرح شده است. انتظار می‌رود در پاسخ روی ویژگی‌هایی از محصول که مصاحبه‌کننده برایشان ارزش قائل است تمرکز کنید.

## بهترین پاسخ به این سوال...

به عنوان یک فروشنده (متقاضی استخدام)، چند سوال باز بپرسید تا متوجه نیازهای مشتری (مصاحبه‌کننده) شوید. توضیح دهید چطور محصولات به طرز منحصربه‌فردی برای حل این نیازها مناسب است. از مصاحبه‌کننده در مورد تجربیات قبلی در مورد محصولات مشابه بپرسید. سپس ارزش‌های جدید و بی‌نظیر محصولات را برجسته کنید.

## سوال ۹) تیم‌های فروش و بازاریابی چطور با هم کار می‌کنند؟

اینجا باید دانشتان را درباره فرایند تولید سرخ و تبدیل آن به مشتری به نمایش بگذارید.

## بهترین پاسخ به این سوال...

به این اشاره کنید که استراتژی‌های موثر بازاریابی به گرم کردن سرنخ‌ها و افزایش نرخ تبدیل کمک می‌کند. تجربیات و نکاتی که از طریق تحقیقات بازاریابی به دست می‌آیند، می‌توانند استراتژی‌های فروش را دقیق‌تر و موثرتر کنند.

این کمپین‌های بازاریابی عالی هستند که سرنخ‌های سرد را پرورش داده و احیا می‌کنند. در مقابل، تیم فروش می‌تواند با ارسال بازخوردهای مهم مشتریان، به تیم بازاریابی کمک کند.

## سوال ۱۰) بیشتر دوست دارید از مشتریان بالقوه چه پرسید؟

یکی از تعیین کننده ترین سؤالات مصاحبه کارشناس فروش این مورد است. اینجا توانایی شما در پرسش سؤالاتی که نیازهای مشتری را آشکار می کند، مورد ارزیابی قرار می گیرد. باید به سؤالات بازی اشاره کنید که شرایط لازم برای شروع گفتگو را فراهم می کنند.

## بهترین پاسخ برای این سوال...

در ادامه چند سوال خوب که می‌توانید از مشتریان بالقوه بپرسید:

- در طول یک روز معمولی با چه مسائلی و مشکلاتی مواجه می‌شوید؟

- اهدافتان برای سال آینده چیست؟

- چه چیزی می‌تواند تیم شما را از رسیدن به آن اهداف باز دارد؟  
(برای فروش B2B)

- آیا بهترین فرصت‌های رشد شرکتتان را می‌شناسید؟ (برای فروش B2B)

## سوال (۱۱) ابزار محبوب شما در فرایند فروش چیست؟

شایستگی شما در کار کردن با ابزارهای فروش در عصر حاضر بی‌نهایت مهم است. پاسخ این سوال سطح تخصص شما در کار کردن با ابزارهای فروش خصوصاً نرم افزار CRM (مدیریت ارتباط با مشتری) را مشخص می‌کند.

## بهترین پاسخ به این سوال...

در پاسخ به این سوال می‌توانید بگویید ابزار محبوب شما نرم‌افزار CRM است. چرا؟ چون به ساده‌سازی فرایند فروش و افزایش کارایی شما در هنگام تعامل با مشتریان کمک می‌کند. به کمک این ابزار سرنخ‌های امیدوارکننده را شناسایی می‌کنید، اطلاعات حیاتی درباره مشتریان بالقوه را خواهید یافت و تمرکز خوبی روی سفر مشتری خواهید داشت.

## سوال ۱۲) چه زمانی بی‌خیال یک سرنخ می‌شوید؟

گاهی اوقات لازم است از یک سرنخ چشم‌پوشی کنید. مدیران فروش به دنبال کارشناسانی هستند که بدانند چطور از زمانشان بهترین استفاده را ببرند.

## بهترین پاسخ به این سوال...

اگر به یک مشتری پیشنهادی ارسال کرده‌اید که تاریخ انقضایش تمام شده، می‌توانید با خیال راحت رهايش کنید. اگر در فروش B2B برای چهار هفته متوالی و هفته‌ای دوبار برای برقراری ارتباط تلاش کرده‌اید و متأسفانه پیگیری‌هایتان بی‌نتیجه بوده، از آن شرکت صرف نظر کنید.

در صورتی که یک تصمیم‌گیرنده کلیدی در شرکت موردنظر، پیشنهادتان را به طور قطعی رد کرده و توضیحی قوی برای تصمیمش ارائه داده، باید بی‌خیالش شوید!

## سوال ۱۳) اگر از اهداف فروشتان عقب باشید، چه کار می‌کنید؟

استخدام کننده این سوال را می‌پرسد تا توانایی و اشتیاق شما برای ارزیابی استراتژی فروشتان را بسنجد. اول باید بفهمید چرا اهداف فروشتان محقق نشده‌اند. PKIها را تجزیه و تحلیل کنید تا ببینید کی و کجا اشتباهی رخ داده است.

همچنین باید ببینید در چه معاملاتی موفق بوده‌اید، چند بار تماس گرفتید تا موفق شدید با مشتری جلسه بگذارید؟ چند تا جلسه گذاشتید تا توانستید با مشتری به توافق برسید؟

## بهترین پاسخ به این سوال...

توضیح دهید که تمام جنبه‌های مثبت و منفی فرآیند فروش خود را بررسی می‌کنید تا متوجه نقاط قوت و ضعف کار خود شوید. همچنین از تجربه مشتریان قدیمی هم کمک می‌گیرید. نشان دهید که با برنامه و با تمرکز کامل، علت محقق نشدن اهداف را مشخص کرده و آن را رفع می‌کنید.

سوال ۱۴) اگر استخدام شوید، به ما بگویید که یک ماه، دو ماه و سه ماه آینده شما به چه صورت خواهد بود؟

استخدام کننده این سوال را می پرسد تا متوجه اهداف و معیارهای عملکرد شخصی شما بشود.

## بهترین پاسخ به این سوال...

برای پاسخ صحیح به این سوال، باید کمی عمیق‌تر شوید تا ببینید شرکت در ماه‌های اول استخدام، چه انتظاری از شما دارد. پس از اینکه درباره مسئولیت‌های پستتان تحقیق کردید، ببینید اهداف دقیقی که می‌توانید در این مدت به آن‌ها برسید، کدام‌ها هستند. این اهداف باید هم‌راستا با مأموریت بلندمدت شرکت باشند. در ماه اول، معمولاً انتظار می‌رود درک خوبی از فرآیندهای سازمان و محصول آن کسب کنید. در دومین ماه، باید دانشی را که کسب کرده‌اید پیاده کنید و همچنان به اهداف بخشی خود دست پیدا کنید.

و در ماه سوم هم هدف شما باید بهینه‌سازی فرآیندهای سازمانی  
فعلی و فرصت‌های رهبری باشد.

## سوال ۱۵) چطور مشتریان و سرنخ‌های مختلف را اولویت‌بندی می‌کنید؟

به کمک این سوال، توانایی استراتژیک خودتان برای اولویت‌بندی امور را نشان دهید. در حالی که می‌توانید از چهارچوب‌های سنتی سنجش کیفیت سرنخ، مثل BANT استفاده کنید، اما پاسخ مناسب به این سوال این است که روی نحوه استفاده از ابزارهای دیجیتال مارکتینگ مانور دهید.

## بهترین پاسخ به این سوال...

بهتر است درباره این صحبت کنید که چطور از داده‌های نرم‌افزار CRM برای ایجاد سیستم امتیازدهی سرنخ‌ها استفاده می‌کنید و به هر سرنخ چطور امتیاز می‌دهید. توانایی خود در ایجاد یک سیستم امتیازدهی و تعیین معیارهای مشخص برای امتیازدهی را نشان دهید.

## سخن آخر

در این راهنما سعی کردیم مهم‌ترین سؤالات مصاحبه کارشناس فروش را ارائه کرده و بهترین پاسخ‌های ممکن را بررسی کنیم. برای استخدام کارمند فروش خوب می‌توانید ترکیبی از سؤالات بالا را بپرسید و بفهمید آن‌ها واقعاً چه فکری در سر دارند. یافتن فردی که به صنعت آگاه و همین‌طور پرشور باشد و بتواند این اشتیاق را به مشتری منتقل کند، باعث پیشرفت تیم شما خواهد شد.

در پاسخ به تمام سؤالات هم سعی کنید خیلی زیرپوستی و ناخودآگاه به این اشاره کنید که استخدام شما چطور می‌تواند ارزش جدیدی در شرکت خلق کند.

نمونه‌های ملموسی از موفقیت‌های گذشته ارائه دهید. فراموش

نکنید متقاضیان برتر همیشه مشتاق، رقابتی و هدف‌گرا هستند.  
بنابراین موقع صحبت در مورد تجربیات قبلی، این ویژگی‌ها را به  
نمایش بگذارید.

★★★★★  
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 <