

هدف بازاریابی و فروش تداوم فروش می‌باشد و یک بار فروختن با اصول اولیه بازار و فروش مطابقت ندارد. به مشتری باید چیزی را فروخت که نیاز داشته باشد. فروشنده‌گی باید در خون شخص فروشنده باشد، فروشنده باید عاشق کارش باشد. فروشنده خوب باید توانایی گوش دادن داشته باشد و بیشتر از آنکه صحبت کند باید بتواند خوب گوش دهد. مشتری با صحبت کردن زیاد فروشنده ممکن است فراری شود و احساس کند جنسی را که نیاز ندارد به او فروخته می‌شود.

فروشنده خوب باید چندین مهارت داشته باشد:

- اطلاعات کافی و لازم در مورد محصولات خود داشته باشد، اگر فروشنده محصول خود را نشناسد چگونه می‌تواند مشتری را متقاعد به خرید کند. ندانستن در مورد محصول شاید منجر به نفروختن آن شود. عبارتی فروشنده باید مهندس محصولی باشد که قصد فروش آن را دارد. او باید بتواند پاسخگوی ایراداتی که مشتری می‌گیرد باشد و او را متقاعد کند و در برابر اطلاعاتی که مشتری در مورد محصول می‌خواهد به کار بردن جمله من نمی‌دانم توصیه نمی‌شود و برای مشکلاتی که در محصول مورد استفاده برای مشتری پیش می‌آید باید بتواند راه حل مناسبی ارائه دهد به عبارتی یک فروشنده خوب باید متخصص در زمینه کار خود باشد.

- باید توانایی برقراری ارتباط خوب و انسانی با مشتری داشته باشد. باید فن بیان خوب را دارا بوده و بتواند ارتباط صمیمی با مشتری برقرار کند و در جو و فضایی دوستانه محصول خود را بفروشد.

فروشنده باید اطلاعات لازم در مورد مشتری را کسب نماید و سپس برنامه ریزی جهت ملاقات با مشتری را تدارک ببیند و برخورد اولیه درست، که شامل ظاهر آراسته و کارت ویزیت خوب می‌باشد را در برنامه ریزی خود قرار دهد و در نهایت باید بداند و بتواند با فن بیان و ارتباط خوبش چگونه فروش را قطعی کند. در فروش هدف فقط و فقط یک معامله نمی‌باشد بلکه ایجاد یک رابطه طولانی و بلند مدت هست. همه ی ما خوب می‌دانیم سود در تکرار فروش می‌باشد. طبق آمار بدست آمده جذب یک مشتری جدید ۶ تا ۱۰ برابر سخت تر و پرهزینه تر از مشتری قدیمی است پس فروشنده باید تمام سعی و توان خود را در حفظ مشتری قدیمی داشته باشد و بهتر است کاری کند مشتری خریدش را تکرار کند.

فروشنده خوب باید یک مشاور و دوست خوب برای مشتری اش باشد و بتواند در مورد شرکت یا سازمان خود آگاهی لازم را به مشتری بدهد، زیرا از مشتری که آگاهی نداشته باشد نمی‌توان انتظار خرید داشت. باید توانایی متقاعد کردن مشتریان را داشت، هدف فقط یکبار خرید کردن نیست و تاکید می‌کنم باید خرید از طرف مشتریان تکرار شود و لازمه آن مشاوره خوب فروشنده و همراهی کردن مشتری در تمامی مراحل می‌باشد.

فروش یعنی برآورده کردن نیازهای مشتری عزیز و حل مشکلات و اعتراضاتش. شرکت یا سازمانی که اعتراض نداشته باشد دلیل بر خوب بودن و یا بی نقص بودن آن شرکت یا سازمان نیست، آمار نشان داده تنها ۲٪ از مشتریان اعتراضات خود را به گوش سازمان یا شرکت می‌رسانند و ۹۸٪ درصد بدون هیچگونه اعتراضی ما را ترک و به سمت رقبا می‌روند و شاید شرکت ما را آن قدر ضعیف می‌دانند که اگر هم شکایت کنند کسی از نظر آنها توانایی پاسخگویی ندارد و باید بدانیم مشتری که معترض هست این پیام را می‌رساند که من خواهان خرید از شما هستم ولی بعضی از موارد در شرکت شما آزار دهنده می‌باشد مانند رفتار یکی از پرسنل و یا نوع بسته بندی شما. اعتراض بخشی از فرایند فروش می‌باشد و حتمن باید به آن توجه ویژه ای شود.

در خاتمه به تمامی دوستان عزیزم توصیه می‌کنم در هنگام فروش لیخند به لب داشته باشید. رفتار خوب و نیکو هزینه ای ندارد ولی رفتار ناشایست و بد اخلاقی هزینه های هنگفتی برای سازمان یا شرکت دارد و قطعاً منجر به از دست دادن مشتری می‌شود.

