

۲۰۶۸۶۱۲

به نام خدا

فروش حرفه‌ای

روی جلد وود

مترجم

دکتر محمد ابراهیم گوهریا



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۷

سرشناسه	چیت وود، روی Chitwood, Roy
عنوان و نام پدیدآور	فروش حرفه‌ای / نویسنده روی چیت وود؛ مترجم محمدابراهیم گوهریان.
مشخصات نشر	تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۳۳۱ ص.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۶۸۲-۵
وضعیت فهرست نویسی	فبا
یادداشت	عنوان اصلی: World class selling.
موضوع	فروشنده‌گی
موضوع	Selling
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	Success in business
شناسه افزوده	گوهریان، محمدابراهیم، ۱۳۳۱ - مترجم
شناسه افزوده	Goharian, M. E.
شناسه افزوده	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگره	۴۱۳۹۷ ف ۹ / ۲۵ / ۴۳۸ / ۲۵ HF۵
رده بندی دیویی	۶۵۸ / ۸۵
شماره کتابشناسی ملی	۵۵۵۶۷۰۲

شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

فروش حرفه‌ای

روی چیت وود

مترجم: دکتر محمدابراهیم گوهریان

صفحه‌آرا: متین

طراح جلد: مهدی کشاورز افشار

حروف‌چین: مینا امانی

نمونه‌خوان: مهری خانعلی

لینوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۴۵,۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۶۸۲-۵

« کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است. »

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتراز بلوار کشاورز، نبش کوچه همدان،

شماره ۱۲۰۴ | تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱

ایمیل: info@cppc.ir

WWW.CPPC.ir



فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	بخش اول: یک فروشنده حرفه‌ای چه چیزهایی باید بداند
۳	فصل اول: فروش هیچ اشکالی ندارد
۱۵	فصل دوم: پنج عامل تصمیم‌گیری در خرید مشتریان چه چیزی را به شما نمی‌گویند
۲۵	فصل سوم: فروش یک خدمت است
۳۵	فصل چهارم: فروش است
۴۵	فصل پنجم: اهداف مربی به ملاقات‌های فروش
۵۱	فصل ششم: به مشتریان اجازه صحبت کردن بدهید
۶۱	فصل هفتم: هنر سؤال کردن
۷۵	فصل هشتم: شناس انگیزه‌ها
۹۱	فصل نهم: هدایت مشتریان در مسیر تصمیمات پنج‌گانه خرید
۱۰۵	بخش دوم: هفت مرحله فروش پیگیر
۱۰۹	فصل اول: مرحله اول - نزدیکی
۱۲۳	فصل دوم: مرحله دوم - صلاحیت
۱۴۹	فصل سوم: مرحله سوم - توافق در مورد نیاز
۱۵۹	فصل چهارم: مرحله چهارم - فروش شرکت
۱۷۹	فصل پنجم: مرحله پنجم - برآورده کردن نیاز
۲۰۷	فصل ششم: مرحله ششم - گرفتن تعهد
۲۲۵	فصل هفتم: مرحله هفتم - تثبیت فروش
۲۳۳	فصل هشتم: کسب مهارت در مراحل هفت‌گانه سامانه فروش پیگیر
۲۳۸	بخش سوم: فروش حرفه‌ای به معنای واقعی
۲۴۰	فصل اول: چه می‌شود اگر...؟
۲۴۸	فصل دوم: تأثیر ظاهر شما
۲۵۴	فصل سوم: لازمه حرفه شما برخورد با مردم است
۲۶۰	فصل چهارم: تنظیم اهداف

فصل پنجم: استفاده مؤثر از وقت	۲۶۶
فصل ششم: ایجاد یک فروش موفقیت‌آمیز	۲۷۴
فصل هفتم: کاربرد فروش حرفه‌ای در کار و زندگی خصوصی شما	۲۸۲
فرم‌های مربوط به فروش حرفه‌ای	۲۹۶

www.ketab.ir

مقدمه

حرفه فروشندگی دستخوش یک تغییر تاریخی است. هر فروشنده باید تصمیم بگیرد که در ارتباط با این تغییر کجا قرار گیرد. از گذشته تا حال، فروشندگان قلبی در کمین هستند تا با فریب و کلاهبرداری مشتریان را وادار به خرید محصول یا خدمات بکنند. اما در آینده، فروشندگان حرفه‌ای و سمج با مشتریان خود همانند یک مشاور، نصیحت‌کننده و حتی یک شک‌فکار رفتار می‌کنند.

سی و پنج سال تجربه فروشندگی و تماس با هزاران فروشنده، این یقین را در من به وجود آورده است که یک فروشنده حرفه‌ای وقتی در حرفه خود موفق خواهد بود که نیازهای مشتری را در اولویت قرار دهد و چنانچه متوجه شود که خریدار از کالا یا خدمات او نمی‌تواند استفاده کند و منفعتی نمی‌بیند، وی نمی‌شود، نباید کالای مورد نظر را به او بفروشد.

بازار پر رقبت امروز، شرکت‌ها را وادار کرده است که با موضوع فروش به‌طور جدی برخورد کنند و فقط به فروش کان حرفه‌ای و تجربه برای فروش کالاهای خود استفاده نمایند. بازار که سال‌های زیادی خود را به خود اختصاص داده است، اکنون به بازار خریدار تبدیل شده است. شرکت‌ها به فروشندگانی که سفارش بگیرند، نه تنها از آنها طالب فروشندگانی هستند که بتوانند فروش کنند و به این ترتیب فروشندگان ناچار به فروش گانی بی‌کار تبدیل می‌شوند.

تنها فروشندگان محصولات برتر بقی می‌مانند. فروشندگان حرفه‌ای باید در تماس نزدیک با مشتری بوده و نقش راهنما و مشاور او را داشته باشند. شرکت‌ها در حال تعدیل فروشندگان خود هستند و تنها گروهی از فروشندگان را باقی می‌گذارند که شرایط و صلاحیت‌های لازم را داشته باشند. مشتریان از فروشندگانی که نمی‌توانند با آنها در زمینه نیازها و خواسته‌هایشان همکاری کنند، روی برمی‌گردانند و در نهایت، بی‌فایده و خواهان فروشندگانی تجربه و حرفه‌ای می‌شوند که آنها را درک کرده و سعی می‌کنند تا آنجا کمک نمایند. موفقیت یک فروشنده وابسته به موفقیت مشتریان اوست.

مشتریان امروزی دیگر فروشندگان پرحرف و پرافاده‌ای را که تنها به پرکردن جیب خود می‌اندیشند، تحمل نمی‌کنند. در دنیای امروز، مشتری از فروشنده انتظار مشارکت، همدلی و یاری دارد تا به او در رفع مشکلات و برآورده کردن نیازهایش کمک کند.

فروش حرفه‌ای درست نقطه مقابل روش‌های خشک و بی‌روح فروش می‌باشد. شما به‌عنوان یک فروشنده حرفه‌ای طوری عمل کنید که خریدار با رغبت و آگاهی کامل مبادرت به خرید کند، نه این که طبق ضرب‌المثل قدیمی که می‌گوید: «این قدر باید زرنک باشی که

بتوانی یک یخچال را به یک اسکیمو بفروشی» عمل نمایند. هدف فروش حرفه‌ای این است که با مشتری مثل یک موکل برخورد شود و لازمه این کار ایجاد ارتباط با مشتری است، درست همان‌طور که پزشک با بیمار خود برخورد می‌کند.

فروش حرفه‌ای شامل سامانه فروش پیگیر است که شما را از تمام مراحل فرآیند فروش، از آغاز تا پایان معامله و پیگیری‌های بعدی، عبور می‌دهد. در متن این روش‌ها یک فلسفه اخلاقی وجود دارد که بر اساس ارائه خدمات صادقانه‌ای است که منجر به اعتماد و رضایت خریدار می‌شود. این روند هنگامی سیر طبیعی‌اش را با موفقیت طی می‌کند که تمام شرایط لازم وجود سد.

صورت‌نظر از اینکه شما یک فروشنده مجرب باشید یا تازه‌کار، زمانی در حرفه خود احساس اطمینان و آرامش خواهید کرد که تمام مراحل و شرایط مربوط به فروش حرفه‌ای را تمرین کرده و صلاحیت لازم را به دست آورده باشید. روزی دیک بودرو یکی از تولیدکنندگان پنبه در آمریکا، به من گفت: «من به فکر فرو رفته‌م که خوب، این‌ها می‌خواهند چه چیزی را به من نشان دهند؟ من فکر می‌کنم بسیاری از کسانی که هم‌سن من هستند نیز همین احساس را دارند. من بیست و شش سال تمام در این حرفه بوده‌ام. حالا آنها چه چیزی را می‌خواهند درمورد فروش به من یاد بدهند؟» این حرف به هر چه رست نیست، زیرا فروش حرفه‌ای، مردم را از موقعیتی که دارند به یک مرتبه بالا سوق می‌دهد. من از این طرز فکر او، علی‌رغم سال‌های زیادی که در این شغل بوده‌ام، احساس شرمندگی کردم.

آینده به فروش بستگی دارد

در بازار پر رقابت امروزی، آینده یک شرکت به‌طور عمده وابسته به فروش و توانایی بازاریابی است. بدون فروش هیچ اتفاقی رخ نمی‌دهد. حتی آگاهی از این که افراد یا خدمات چه چیزی را می‌توانند در دسترس بگذارند وابسته به شراکت و ارتباط بین فروشندگان یک شرکت و مشتریان آن می‌باشد. ادواردز دمنینگ می‌گوید: «یک شرکت باید برجه خود را، مشتری معطوف کند، نه محصول.»

دمنینگ، مبتکر «مدیریت کیفیت جامع» (تی کیوام) می‌باشد. او باعث شد مرکز توجه در امر تولید از منفعت به کیفیت تغییر کند و کار فردی به کار گروهی تبدیل شود. این شیوه نتیجه خیلی خوبی می‌دهد، هزینه‌ها کم است و سود زیاد، مشتریان رضایت بیشتری دارند و کار

گروهی جایگزین شیوه قدیمی می‌شود، و در نهایت به‌وسیله روش‌ها و فرآیندهای جدید، خریداران، کالا و خدمات را با کیفیت بالایی دریافت می‌کنند.

علت موفقیت این شیوه آن است که از یک اصل علمی و فرآیند تدریجی برای گسترش تولید تبعیت می‌کند، ضمن این‌که می‌توان از آن برای هر نوع تولید اعم از چپیس سیب‌زمینی یا تراشه رایانه‌ای استفاده کرد. در حال حاضر هر سازمانی دارای یک فرآیند تولید، حسابداری، توزیع و فرآیند اداری می‌باشد. ولی در مورد فروشندگی چه‌طور؟ کدام سازمان دارای یک فرآیند فروش است؟ فروشندگی به تدریج به‌سوی شانس و اقبال پیش می‌رود. به‌طور مثال، به فروشندگان کمی اطلاعات در مورد کالا و کمی انگیزه کار داده می‌شود تا شنا کنند یا غرق شوند! به این ترتیب تعجبی ندارد که فروشندگان تحت فشار هستند، ترس دارند و بیشتر آنها نمی‌توانند کار فروش را با موفقیت به پایان ببرند. بدون آموزش، فرآیند و همکاری، چگونه فروشندگان می‌توانند نسبت ارتباط خود را با مشتری ارتقا بخشند؟ چگونه می‌توانند به یک فروشنده حرفه‌ای تبدیل شوند؟

در سی و پنج سال گذشته من سعی کردم که اصول فروش حرفه‌ای را همراه با روش‌ها و مهارت‌های مربوط ایجاد کنم. تدریس و آموزش بدهم. فروش حرفه‌ای نیز به مثابه شیوه‌تی کیوم، در هر نوع فرآورده و خدمات به یک مشتری مفید می‌باشد، به‌کار گرفته می‌شود. این می‌تواند به شما کمک کند که حتی یک طرح را بفروشید. سازمان ما با ۱۵۰,۰۰۰ فروشنده در ۳۰۰ شرکت کار کرده است. می‌دانید که روش ما مؤثر است، زیرا توانسته است به این فروشندگان کمک کند تا بهره‌وری آنها افزایش یابد. این افزایش در بهره‌وری و سوددهی ناشی از این اصل غیرقابل تغییر است که «به مشتری خدمت کن» به‌همین سادگی.

یک فروشنده حرفه‌ای شدن

فروش حرفه‌ای برپایه اصول اخلاقی، مسئولیت و خدمتگزاری است. بنابراین، یک فروشنده باید بر اساس روابط انسانی تربیت شود. تعلیم‌دهندگان اغلب در مورد شناسایی نیازهای مشتری و ایجاد روابط دراز مدت با او آموزش‌های لازم را می‌دهند و در عین حال سعی می‌کنند که این خصوصیات بخشی از طبیعت ثانوی فروشندگان و حرفه آنان شود.

جو مشارکت‌آمیز امروزی، صداقت و درستی را ایجاب می‌کند. یک فروشنده شل و وارفته با لباس گل و گشاد آبی رنگ، بازمانده گذشته است. فروشندگان امروزی صداقت و درستی را با خود به محل کار می‌آورند و می‌دانند که نباید به مشتری وعده خلاف بدهند، زیرا مشتری انتظار دارد که واقعیات به او گفته شود. مشتری می‌خواهد کالای خریداری شده او با ارزش بوده و ارزش سرمایه‌گذاری داشته باشد.

این طبیعت بشر است که هنگام کار در محیطی ناآرام قدری آشفته و عصبی شود. سامانه فروش پیگیر طوری شما را آماده می‌سازد که بتوانید در تمام مواقع، در مقابل شرایط گوناگون به‌آرامی و با اطمینان خاطر عمل کنید و اوضاع را تحت کنترل در آورید. اطمینان داشته باشید که این روش بر پایه برنده شدن حتمی که آن نیز متکی به عرضه خدمات به مشتری می‌باشد، بنا شده است و شما نیاز نخواهید داشت که مشتری را تحت فشار قرار دهید و یا احیاناً کلاه سر او بگذارید.

مزایای اصول اخلاقی

نعداد زیادی از فروشندگان فروش حرفه‌ای از جمله خانم تانسی کریس تنوسن رئیس بخش استخدام یک شرکت بزرگ می‌گویند: «فکر می‌کنم برای شما جالب باشد که بدانید من با استفاده از روش‌های فروش حرفه‌ای، از طریق تلفن توانستم ۳۰۰ فروش انجام دهم.» آقای جرج وی برمان مدیر پروژه گاز بریسی^۱ معتقد است «سامانه فروش حرفه‌ای، به دلیل اینکه نهایت استفاده مؤثر را از وقت می‌کند، مورد توجه و استقبال همگانی قرار گرفته است. برای مثال، یک روز در جلسه هیئت مدیره نشسته بودم تا تأیید آنها را برای سفارش خرید به ارزش ۸۰,۰۰۰ دلار بگیرم. من در عرض ۱۰ دقیقه با استفاده از طرح فروشی که مقابل خود داشتم، توانستم موافقت آنها را جلب کنم.»

آقای برایان سالییدی مدیر فروش یک شرکت می‌گوید: «سه ماه بعد از فراگیری سامانه فروش پیگیر، من به یک فروشنده باکفایت در این سامانه عرضه تبدیل شدم و به‌خاطر این توانایی، در پست بالاتری در یک شرکت تولیدکننده نرم‌افزارهای نقشه‌برداری استخدام شدم. یک هفته بعد تصمیم گرفتم یادداشت‌های مربوط به سامانه فروش پیگیر را در کنار من و متوجه شدم در این کار جدید چگونه باید آنها را به کار گیرم. باور کنید در عرض مدت کوتاهی توانستم یک معامله بزرگ را در ارتباط با فروش سامانه‌های رایانه‌ای و نرم‌افزارهای نقشه‌برداری برای نیروی زمینی دولت آمریکا انجام دهم. هر چند که مبلغ اولین فروش زیاد چشمگیر نبود، ولی همین فروش آغازگر فروش‌های بزرگ‌تر بعدی در جمع به ارزش چهار میلیارد دلار شد. جالب این است که من توانستم این فروش‌ها را در عرض دو یا سه سال انجام بدهم.»

نکات تحقیقاتی در مورد آینده

مؤسسه آمارگیری اچ آر چالی، مطالعاتی را در مورد ۵۶ شرکت موفق انجام داد که توانسته بودند منافع چند صد میلیون دلاری در عرض سال کسب کنند. این کار که در عرض ۱۱۸ ماه صورت گرفت، حاوی پیشنهادات زیر بود:

* مشتری را به عنوان عامل تعیین راهبرد به حساب آورید.

* با مشتری همکاری کنید.

* یک فروشنده حرفه‌ای باشید.

* فروش جمعی را تحقق بخشید.

* درس های آموزشی را به صورت استاندارد در آورید.

* همیشه در حال یادگیری باشید.

به طور خلاصه، نکته مهم را دریافته اید که فروش حرفه‌ای در برگیرنده تمام موارد فوق می باشد.

انتظار چه چیزی را می باید داشته باشید

در فروش حرفه‌ای تمام موارد مودا به فروش و فروشنده‌گی را فرا می گیرید و این توانایی را پیدا می کنید که با موفقیت کامل هر کالای با ارزش و حتی یک طرح را بفروشید. این روش به دلیل انعطاف پذیری می تواند با شخصیت شما و شخصیت و شیوه مشتریان تان سازگاری کامل داشته باشد.

شما به افکار نهان مشتریان و همچنین دستور کار خرید آنها پی می برید و با تصمیمات پنج گانه خرید که هر مشتری قبل از اقدام به خرید، از آن بعبه می کند، آشنایی پیدا کنید. چنانچه ندانید این تصمیمات چه هستند، نمی توانید به طور آسانی در خدمت مشتری باشید و با او همکاری کرده و نیازهایش را برآورده کنید. در فروش حرفه‌ای شما مراحل هفت گانه سامانه فروش پیگیر را می آموزید و به کمک آنها می توانید با نرمش و مهارت کافی هر کدام از این مراحل را با موفقیت پشت سر گذاشته و با درک نیازهای مشتری، فروش خود را انجام دهید.

شما همچنین انگیزه های شش گانه خرید را که در واقع عوامل تعیین کننده خرید برای مشتری محسوب می شوند، می شناسید و روش برخورد صحیح با آنها را فرا می گیرید و متوجه می شوید که این انگیزه ها از چه اهمیت زیادی برخوردارند و چه تأثیری در موفقیت شما دارند.

به‌طور معمول در فرآیند فروش به خاتمه آن توجه می‌شود، ولی روش منطقی فروش باید بر اساس درخواست برای خرید و سپس انجام فروش باشد تا بتوان یک فروش مستدل و مبتنی بر واقعیات را به مشتری عرضه نمود. به این دلیل، فروش حرفه‌ای هر مورد را در فرآیند فروش از نزدیکی تا پایان و پیگیری‌های بعدی شامل می‌شود. مهارت‌ها، روش‌ها و فلسفه‌های فروش حرفه‌ای، مزایای زیادی را در طول حرفه پر رقابت فروشندگی برای شما به ارمغان می‌آورند. فروش حرفه‌ای به شما نشان می‌دهد چگونه مشتری بیشتری داشته باشید و چگونه بتوانید درآمد خود را افزایش دهید و در عین حال همیشه از حرفه خود لذت ببرید.