

تکنیک های طلایی افزایش فروش



راهکارهای
کاملاً علمی و کاربردی
جهت افزایش فروش و کسب درآمد



نویسنده: حامد بلور



چه بخواهیم و چه نخواهیم ما در دوره ای هستیم که دوران رکود هست، بگذارید بهتر بگویم همیشه در بازار کسب و کار زمان هایی بازار خوب و عالی هست و زمان هایی دچار رکود هستیم. اگر کسب و کارمان را یک کشتی و شرایط بازار را دریا فرض کنیم. این دریا گاهی اوقات آرام است و گاهی اوقات طوفانی پس ما به عنوان ناخدای کشتی باید طوری در شرایط طوفانی که همان رکود و کساد بازار هست کسب و کارمان را کنترل و مدیریت کنیم تا دچار مشکل نشویم و این کشتی سالم به مقصد برسد.

در این کتاب الکترونیکی مستقیم رفتیم سر اصل مطلب و راهکارها و نسخه هایی را برای شما ارائه داده ایم تا با اجرا و عمل کردن به آن بتوانید خیلی سریع فروش خود را افزایش دهید.

در کسب و کار اگر می خواهید موفق شوید همواره عملگرا باشید و به دانسته های خود عمل کنید.

به قول استاد سخن جناب سعدی: "به عمل کار برآید به سخن دانی نیست"

با عمل کردن به راهکارهای این کتاب می توانید در کوتاه ترین زمان ممکن درآمد خود را افزایش دهید.

شیشه گر بلور شود قیمتی است علم گر عمل شود قیمتی است

حامد بلور

روش های افزایش فروش



۱. بیش فروشی به مشتریان فعلی:

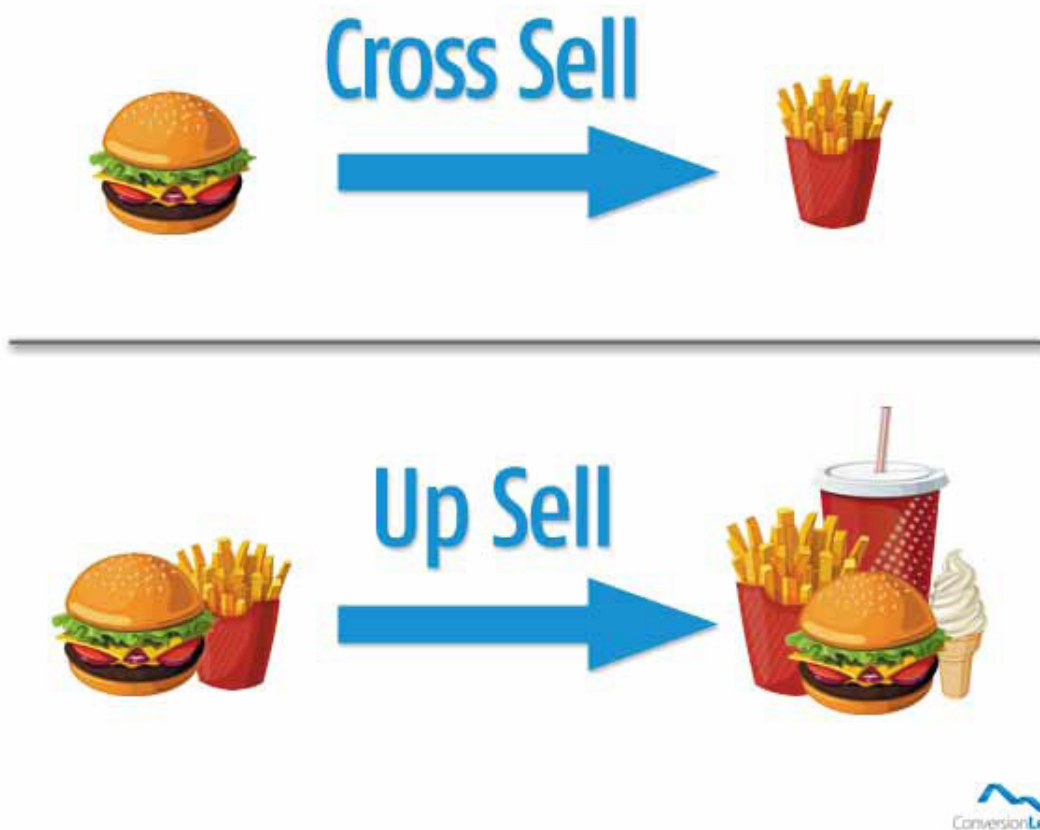
مشتریان فعلی شما چاه نفت شما هستند. آنها افرادی هستند که شما را می شناسند به شما اعتماد دارند و از شما خرید می کنند پس اگر به این مشتریان در هر بار خرید سعی کنید بیشتر بفروشید می توانید فروش خود را افزایش دهید.

به طور مثال فرض کنید در روز ۱۰ مشتری از شما خرید می کند اگر سعی کنید که به هر مشتری فقط مبلغ ۲۰,۰۰۰ تومان بیشتر بفروشید می شود روزی ۲۰۰,۰۰۰ تومان فروش بیشتر و در ماه می شود ۶,۰۰۰,۰۰۰ تومان و در سال می شود ۷۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان به همین راحتی می توانید فروش خود را افزایش دهید.

می توانید با پیشنهاد دادن سایر محصولات، محصولات مکمل و جانبی محصول اصلی فروش را افزایش دهید.

مثلا فروشنده کت و شلوار که می تواند با فروش یک دست کت و شلوار پیشنهاد کمربند، پیراهن، کروات، دستمال جیب، دکمه سرآستین و ... را بدهد.

رستوران داری که با فروش مخلفات غذا مثل سالاد، ترشی، ماست و... می تواند فروش را افزایش دهد.



۲. بازگرداندن مشتریان شاکی یا غیر فعال:

مشتریان شاکی یا غیر فعال مشتریانی هستند که از شما خرید کرده اند و شما را می شناسند و به شما اعتماد دارند و از محصولات شما استفاده کرده اند و الان بنا به دلایلی از شما ناراضی شده اند و دیگر خرید نمی کنند .

اگر این مشتریان را بازگردانید فروش شما چندین

برابر افزایش می یابد و هزینه زیادی را بابت تبلیغات و بازاریابی صرف نکرده اید.

روش های بازگرداندن مشتریان شاکی و ناراضی:

- ✓ مدیر عامل یا شخص کلیدی شرکت یا فروشگاه با مشتری ناراضی تماس گرفته و مذاکره کند.
- ✓ دلیل ناراضی او را بپرسید و سعی کنید بر طرف کنید.
- ✓ برای مشتریان ناراضی خود تمهیدات و پیشنهادات ویژه ای در نظر بگیرید مثلا تخفیف ویژه با شرایط پرداخت مناسب که به راحتی نتوانند آن را رد کنند.
- ✓ در صورت امکان مشتری خود را به یک سمینار یا رستوران دعوت کنید.
- ✓ به مشتری ناراضی هدیه ای بدهید.

۳. بازاریابی مشتریان جدید :

در هر کسب و کاری هستید بخشی از فعالیت های روزانه خود را صرف بازاریابی و جذب و پیاده کردن مشتری قرار دهید. به طور خلاصه بازاریابی یعنی شناسایی، شناساندن و جلب مشتری. شما باید ابتدا مشتریان را شناسایی کنید، بفهمید آنها چه کسانی هستند و در کجا قرار دارند سپس باید محصولات و خدماتتان را به آنها معرفی کنید و در نهایت نظر آنها را جلب کنید تا از شما خرید کنند.

صدای شما باید به گوش مشتری برسد و مشتری بداند یک شرکتی هست و این چنین خدماتی ارائه می دهد.

اصل یک را هرگز فراموش نکنید.

اصل یک می گوید اگر شما فقط روزی یک بازاریابی انجام دهید آخر ماه ۳۰ نفر شرکت شما را می شناسند و آخر سال ۳۶۵ نفر با شرکت و کسب و کار شما آشنا شده اند و از این تعداد عده ای از شما خرید می کنند. با اصل یک نه فشاری بر شما می آید و نه آنقدر سخت و وقت گیر است که نتوانید انجام دهید، بالاخره هر حرکتی از بی حرکتی بهتر است آب هم اگر یکجا بماند راکد و گندیده می شود.

۴. از مشتریان خود بخواهید شما را به دیگران معرفی کنند:

تا می توانید به مشتریان فعلی خود حس خوب بدهید حتی به آنها درقبال خرید و مناسبت های مختلف هدیه ای بدهید حتما نیاز نیست به آنها هدیه گران قیمت بدهید صرفا هدیه ای باشد تا به آنها بفهمانید که همیشه به یاد آنها هستید و در نهایت از آنها بخواهید که شما را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند یا شماره دوستان و آشنایان خود را که می دانند از محصولات شما می توانند استفاده کنند به شما بدهند و این اجازه را از مشتریان خود بگیرید تا موقع تماس با دوستانشان بگویند که آنها معرفی شما کرده اند با این کار مشتریان جدیدی بدست می آورید و می توانید فروش خود را افزایش دهید.

۵. خلاقیت داشته باشید:

برای این که مشتریان شما را ببینند باید متفاوت باشید تا مشتریان بتوانند از بین رقبا شما را ببینند، متاسفانه بیماری که امروزه همه کسب و کارها دچار آن شده اند بیماری همشکلی و تقلید هست. مشتریان امروز خسته شده اند از ویتترین های یکنواخت و کالاهای هم شکل. در هر کسب و کاری هستید در کار خود تفاوت ایجاد کنید و خلاقیت داشته باشید تا دیده شوید.

خلاقیت در چیدمان، ویتترین، عوامل محیطی، بسته بندی، کیفیت، طرح های فروش و..... همه می توانند یک شکل عمل کنند اما کسی موفق می شود و فروش خود را افزایش می دهد که همیشه در کار خود خلاقیت و نوآوری داشته باشد. وقتی شما خلاقیت داشته باشید و متفاوت باشید دیده می شوید و مشتریان شما را دهان به دهان به دیگران معرفی می کنند.

مثلا یک دندانپزشک اطفال می تواند با آوردن یک دلقک یا عروسک در محیط دندانپزشکی می تواند با کودکان ارتباط برقرار کند و محیط دندانپزشکی را شاد و مشتری بیشتری را جذب کند.

گر خواهی شوی پیدا رسوای جماعت باش



۶. به جای تخفیف نقدی از روش های جایگزین استفاده کنید:

تخفیف نقدی بدترین نوع تخفیف است زیرا نقدینگی شما را کاهش می دهد و کاهش نقدینگی برای صاحب یک کسب و کار اصلاً خوب نیست. بهتر است به جای تخفیف نقدی تخفیف کالایی بدهید. با این کار شما کالای بیشتری فروخته اید همچنین زیان کمتری نسبت به تخفیف نقدی متحمل می شوید چرا که در تخفیف کالایی بخشی از قیمت کالای دوم را سود آن کالا تشکیل داده است و شما برای آن پولی پرداخت نکرده اید.

همچنین می توانید از روش دیگری استفاده کنید و خدمات رایگان و یا مشاوره رایگان را به جای تخفیف نقدی به مشتری پیشنهاد دهید.

روش دیگر که منجر به فروش بیشتر می شود و مشتریان شما را وفادار می کند این است که به مشتری تخفیف نقدی نداده بلکه به او به اندازه مبلغ تخفیفش اعتبار خرید بدهید برای مثال اگر ۴۰۰ هزار تومان تخفیف شامل حال مشتری می شود این مبلغ را از حسابش کم نکنید بلکه به او کارتی بدهید و بگویید او پیش شما ۴۰۰ هزار تومان اعتبار دارد و در خرید بعدی می تواند به اندازه این مبلغ کالای رایگان خرید کند.

همانطور که اشاره شد این روش چند مزیت دارد اول اینکه مشتری ترغیب می شود دفعه بعد نیز از شما خرید کند پس در راستای وفادار کردن مشتری است، ثانیاً به جای تخفیف نقدی به او کالا فروخته اید و ثالثاً مشتری در خرید بعدی خود ممکن است خرید بسیار بیشتری از مبلغ اعتبارش داشته باشد.

۷. مشارکت انتفاعی برقرار کنید:

مشارکت انتفاعی یعنی همکاری دو یا چند نفر در یک فعالیت تجاری برای سهیم شدن طرفین در یک سود مشترک. صاحبان کسب و کار زیادی هستند که حاضرند محصولات و خدمات شما را به مشتریان خود معرفی کنند یا بفروشند و سود ببرند و در مقابل شما هم همین کار را برای آنها انجام دهید.

به طور مثال اگر شما فروشنده کاشی و سرامیک باشید می توانید با مصالح فروش، لوله کش، سیستم های تهویه و... وارد مشارکت و همکاری شوید تا آنها مشتریان خود را برای شما بفرستند تا خرید کنند و در قبال این کار پورسانت دریافت کنند شما هم مشتریان خود را برای آنها بفرستید تا خرید کنند و پورسانتی دریافت کنید. در این مثال هر کسی کاشی خرید کند نیاز به مصالح ساختمانی هم دارد یا اگر در حال ساخت خانه هست نیاز به در و پنجره و سیستم تهویه دارد.

روش دیگر مشارکت انتفاعی این است که سودی به طرفین تعلق نگیرد یعنی پورسانتی دریافت نشود ولی مشتری برای هم فرستاده شود. مثلاً مصالح فروش کارت ویزیت کاشی فروش را به مشتری داده و او را ترغیب به خرید از آن جا کند.

تحت هر شرایطی حتی در رکود بازار تبلیغ کنید، تبلیغات باعث می شود هم دیده شوید و هم مشتریان هرگز شما را از یاد نبرند

به جای اینکه با یک هزینه و مبلغ سنگین در یک رسانه تبلیغ کنید در چندین رسانه با هزینه کمتری تبلیغات انجام دهید تا از همه طریق دیده شوید.

از مایکل شوماخر پرسیدند رمز موفقیت چیست؟ گفت در سر پیچ زمانی که همه ترمز می گیرند من گاز می دهم. در زمان رکود و کساد که همه برای کاهش هزینه ها تبلیغات را متوقف کرده اند با برگزاری تبلیغات درست و اصولی می توانید از رقبا جلو بزنید. البته تبلیغات باید درست و اصولی باشد و منجر به فروش و جذب مشتری شود.

هنری فورد کار آفرین و صاحب صنایع خودروسازی فورد می گوید: "کسی که برای صرفه جویی در هزینه ها تبلیغات خود را متوقف می سازد مانند کسی هست که برای صرفه جویی در زمان عقربه ساعت خود را متوقف می کند"

در هر کسب و کاری که هستید ماهانه بودجه ای را برای تبلیغات در نظر بگیرید و تبلیغ کنید اما متفاوت و حرفه ای تبلیغ کنید، تبلیغ خود را منوط به یک تراکت یا روزنامه نکنید، در تبلیغ خود از طرح شیک و حرفه ای استفاده کنید، شعار و پیامی را برسانید، به مشتری بگویید که اگر از شما خرید کند چه سودی می برد.

در تبلیغات از کلمات اعجاب انگیز که مشتریان را برای بازدید و خرید وسوسه می کند استفاده کنید برخی از این کلمات عبارتند از:

جدید، نو، شگفت انگیز، رایگان، ضمانت، گارانتی، راحت، آسایش، سریع، چگونه، آیا.

دقت کنید مشتریان شما کجا هستند و از چه رسانه هایی استفاده می کنند و چه سبک کارهایی را دوست دارند این عوامل را شناسایی کنید و حرفه ای در بین مشتریان ظاهر شوید.



۹. در شبکه های اجتماعی قوی و پر رنگ داشته باشید:



کار یک بازاریاب و فروشنده حرفه ای این است که در جایی حضور داشته باشد که مشتریان حضور دارند. امروزه ایرانی ها روزانه چندین ساعت در شبکه های اجتماعی حضور دارند و از آن تاثیر می گیرند و خیلی از آنها در این شبکه های اجتماعی خرید می کنند، محصول مورد نظرشان را پیدا می کنند و..... پس این وظیفه صاحب کسب و کار است که در این شبکه ها حضور قوی داشته باشد و محصولات و خدماتش را

معرفی کند، مشتری بدست آورد و فروش کند حال اگر علم فروش در شبکه های اجتماعی را نمی دانید یا باید آموزش ببیند یا از افرادی بخواهد این کار را برایش انجام دهند.

۱۰. از سایت های رایگان جهت تبلیغ استفاده کنید:

امروزه سایت هایی هستند که به رایگان می توانید در آنها تبلیغ کنید و محصولات خود را بفروشید. اطلاعات کسب و کار خود را در وبسایت های تبلیغاتی رایگان مثل: دیوار، شیپور، آگهی چی و بانک اصناف قرار دهید. فقط کافیست در اینترنت سرچ کنید "تبلیغات رایگان" دنیا سایت تبلیغات رایگان برای شما باز می شود. دقت کنید اطلاعات کامل تماس را در اختیار مخاطب قرار دهید و از همه مهمتر این که در معرفی خود حتماً مزیت های خود نسبت به سایر رقبا را نیز اعلام کنید و همچنین عاملی انگیزشی مثل تخفیف برای ترغیب افراد در نظر بگیرید.



۱۱. با تولید محتوا همیشه دیده شوید :

مشتریان امروز از تبلیغ و تراکت خسته شده اند به جای اینکه در یک تراکت، تبلیغات شرکت را بنویسید یک صفحه محتوا تولید کنید که در آن به سوالات و دغدغه های مشتریان پاسخ دهید و یا آموزشی برای آنها در نظر بگیرید و در گوشه ای از صفحه لوگو، آدرس و تلفن خود را قرار دهید و در بازار هدف و صفحات مجازی خود منتشر کنید.

به طور مثال:

اگر شما رستوران دارید به جای اینکه فقط از غذاها و لیست قیمت تراکت تهیه کرده و تبلیغ کنید می توانید نحوه تهیه و پخت یک غذای خوشمزه را بنویسید و در قسمت هایی از آن تبلیغات خود را قرار دهید و در بازار هدف خود پخش کنید با این روش همیشه تبلیغ شما جلوی چشم مشتری هست و مشتری بارها آن را خوانده و حتی غذای شما را پخت می کند و دستور العمل را در آشپزخانه خود قرار می دهد و هر موقع به غذای رستوران نیاز داشت یا می خورد یا به رستوران مراجعه می کند.

اگر فروشنده مانتو هستید می توانید در مورد نحوه انتخاب مانتو، نحوه ست کردن رنگ ها، مانتو مناسب افراد لاغر، چاق و.... محتوایی آماده کنید و در آن به تبلیغات بپردازید .

**۱۲. جشنواره فروش برگزار کنید:**

هر چند وقت یکبار به بهانه های مختلف به مناسب عید ، سالروز تاسیس ، و....جشنواره فروش با پیشنهادات اعجاب انگیز برگزار کنید مثلا در قیمت یا شرایط پرداخت مثل ۴ تا ۵ بخر ، و یا هدیه به مشتریان . شرایط ویژه ای در نظر بگیرید به طوری که مشتری نتواند به راحتی از کنار آن گذر کند، حتی اگر قصد خرید ندارد به خاطر شرایط ویژه خرید نماید.

از امروز به بعد یکی از کارهای شما این است که برای مناسبت های مختلف پیشنهادهای خیلی خاص و منحصر به فرد جهت خرید مشتریان تهیه کنید.

**جشنواره
فروش
فوق العاده**

۱۳. کارمندان خود را تجهیز کنید:

کارمندان و کارکنان خود را به آموزش علم نوین فروش، نحوه بستن معامله، مهارت های متقاعد سازی، اصول و فنون مذاکره، مشتری مداری و نحوه برخورد با مشتری شاکي و ديگر موارد مثل کاتالوگ، کارت ویزیت، دانشنامه محصول، سوالات متداول مشتریان و.... مجهز کنید و آموزش دهید. همچنین برای آنها پورسانتی در نظر بگیرید که هر چه بیشتر تلاش کنند و فروش کنند درآمدشان هم بیشتر می شود با این کارانگیزه آنها فعال شده و برای شما فروش بیشتری انجام می دهند.

۱۴. باغچه خود را گسترش دهید:

در هر کسب و کاری که هستید می توانید با آوردن محصولات مکمل سبد کالایی خود را افزایش و باغچه خود را گسترش دهید و محصولات بیشتری بفروشید و در آمد خود را افزایش دهید.

مثلا اگر آرایشگر هستید می توانید با آوردن محصولاتی مثل ژل و واکس مو، کرم های مرطوب کننده و شامپو، فروش خود را افزایش دهید همچنین می توانید یک سی دی آموزشی با عنوان روش های مراقبت از مو تولید کنید و به مشتریان خود بفروشید. فکر کنید و ببینید چه محصولاتی می توانید به عنوان محصول مکمل به سبد محصولات خود اضافه کنید و فروش خود را افزایش دهید.

۱۵. روش ۱۰۰ تماس:

در هر کسب و کاری هستید سعی کنید به جای این که یک جا بنشینید، دست روی دست بگذارید و منتظر مشتری باشید تلفن را بردارید و با ۱۰۰ مشتری تماس بگیرید. صرف نظر از اینکه می خواهید بفروشید یا خیر با مشتری تماس بگیرید و خود، شرکت و محصولات و خدماتتان را معرفی کنید با این کار ۲ نتیجه کلی می گیرید:

✓ ۱۰۰ نفر را با کمترین هزینه بازاریابی کرده اید و آنها با محصولات و خدمات شما آشنا شده اند.

✓ چون قصد فروش نداشته اید ناخودآگاه چندین فروش اتفاق می افتد.



۱۶. ارتباط = اعتبار = فروش بیشتر

ارتباط سازی و شبکه سازی یکی از بهترین روش های ارزان معرفی شرکت و محصولات و خدمات آن به تعداد زیادی افراد است. با توجه به اینکه که هر فرد ممکن است با ده ها نفر دیگر آشنا باشد و در صورت آشنایی با شرکت، محصولات و خدمات شما می تواند ناخواسته در مقام معرفی شما عمل کند.

بنابراین تا می توانید با افراد جدید ارتباط برقرار کنید و از آنها دعوت کنید تا از کسب و کار شما بازدید کنند حتی می توانید با حضور و شرکت در سمینارها و نشست ها با افراد بیشتری ارتباط برقرار کنید و دوست شوید و آنها شما را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند و مشتری بیشتری جذب کنید.

۱۷. از تاثیر عوامل محیطی بر افزایش فروش غافل ننمایید:

عوامل محیطی مثل نور، رنگ، موسیقی، بو و ویتترین تاثیر بسیار زیادی در جذب مشتری و افزایش فروش دارند به طوری که تحقیقات نشان می دهند ۳۰ درصد باعث رشد و افزایش فروش می شود. در دنیای امروز که دنیای فروش حرفه ای هست خیلی مهم است که ویتترین ما چه رنگی باشد، از چه موسیقی استفاده کنیم و در مغازه ما چه بویی استشمام شود و چگونه کالاهای خود را بچینیم تا فروش بیشتری داشته باشیم.

۱۸. گواهی رضایت مشتری

در هر حرفه و کار و کسبی که هستید از مشتریان خود گواهی هایی بگیرید مبنی بر اینکه از شما خرید کرده اند و از محصولات و خدمات شما راضی هستند و خرید از شما را به دیگر مشتریان توصیه می کنند.

این گواهی ها می توانند در قالب ویدیو، صوت و نامه باشند. با این کار هر زمان مشتریان شما در مورد خرید دچار تردید شدند می توانید از این گواهی ها کمک بگیرید و به مشتریان نشان دهید و به آنها اطمینان دهید که دیگران خرید کرده اند و راضی هستند و آنها نیز می توانند با اطمینان خرید کنند.

۱۹. قانون حضور:

هرچه بیشتر در مکان های مختلف حضور داشته باشید و دیده شوید بیشتر می توانید مشتری جذب کنید، در هر جایی که مشتریان شما حضور دارند، حضور پیدا کنید مثل، شبکه های اجتماعی، نمایشگاه های مرتبط و غیر مرتبط، سمینارها و....

۲۰. گارانتی یا ضمانت کالا:

آقای جی آبراهام مشاور معروف بازاریابی و تبلیغات می گوید در هر فروشی هم برای خریدار و هم برای فروشنده ریسک وجود دارد. اگر شما به عنوان فروشنده حاضر نیستید ریسک آن را قبول کنید چگونه توقع دارید مشتری ریسک شما را قبول کند. خیلی از فرصت فروش ها از بین می رود چون مشتری می ترسد و تردید دارد که آیا این محصول، محصول خوبی است یا نه. ضمانت و گارانتی معجزه می کند و فروش را افزایش می دهد. بنابراین با ضمانت دادن و گارانتی کردن محصولات ترس و ریسک مشتری را هنگام خرید از بین ببرید و کاری کنید تا مشتری با خیال راحت خرید کند.

در هر کسب و کاری با کمی فکر کردن و خلاقیت می توان برای محصولات گارانتی و ضمانت نامه تهیه کرد.