

Insta:Nadergharibnavaz

19/04/12

Insta:Nadergharibnavaz

Selling Process

1- Prospecting

2- Qualifying

3- problem Identification

4- Presentation

5- Objection Handling

6- Closing

7- Getting Resale

۱- پیدا کردن خریدار

۲- شکستن یخ مشتری

۳- شناخت نیاز مشتری

۴- معرفی محصول

۵- مدیریت مقاومت‌های مشتری

۶- خاتمه فروش

۷- گرفتن ارجاع

1- Prospecting

چالش بزرگ علم اقتصاد
چالش بزرگ علم بازاریابی و کسب و کار
چالش بزرگ فروشندگی

- ۱- پیدا کردن خریداران یا مشتریان بالقوه
- ۲- مهارت معرفی صحیح و تاثیر گذار
- ۳- اطلاعات فنی محصول
- ۴- توسعه فردی

اگر مشتریان به سمت ما نیامدند آنوقت تکلیف چیست؟

1- Prospecting

احتمال خرید پایین

مشکوک (Suspect)

گذران زمان

احتمال خرید بالا

مشتری بالقوه (Prospect)

سرمایه گذاری

از آنها سوال پرسید.
املاک - تجهیزات

مشتریان بالقوه شما چه ویژگیهایی دارند؟

19/04/12

Insta:Nadergharibnavaz

1- Prospecting



HIGH



LOW



- ۱- پیدا کردن مشتریان بالقوه
- ۲- مهارت معرفی صحیح و تاثیر گذار
- ۳- اطلاعات فنی محصول
- ۴- توسعه فردی

1 0 0 0

- ✓ نیاز داشته باشد
- ✓ توان داشته باشد
- ✓ تمایل داشته باشد.
- ✓ تصمیم گیر باشد.
- ✓ در دسترس باشد
- ✓ رفرنس و تاثیر گذار باشد
- ✓ توان خرید مجدد داشته باشد

1- Prospecting

اگر لیستی از مشتریان داشته باشیم اول به کدام زنگ می زنیم؟

هرم مشتریان را مدیریت کنید.

The image shows a 3D pyramid divided into five horizontal layers, each representing a stage in the sales process. From bottom to top, the layers are: INITIAL CONTACT (blue), QUALIFICATION (purple), MEETING (red), PROPOSAL (yellow), and CLOSE (green). The text is written in bold, white, sans-serif capital letters on a dark background within each layer.

SALES FUNNEL

۸۰۰ متر پیش فاکتور زده ام

Stranger



Customer



۴۰۰ متر فاکتور شده است

آفتهای خالی ماندن هاپر
قیف

Stranger

**The Law of Need
(Desperation)**

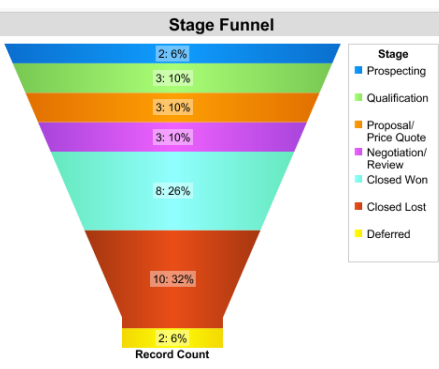
The 30 Day Law

The Law of Replacement

Customer

SALES FUNNEL





The Law of Need

- ۱- وقتی که نتیجه نمی گیرید قانون جذب وارد عمل می شود. اگر موفق نشوم چه می شود.
- ۲- در این حالت خیلی ها می توانند ناامیدی شما را ببخشند
- ۳- وقتی ناامید هستید اخذ تصمیمات نابخردانه عمل می کند و تصمیمات شما را در شرایط بدی قرار می دهد

در جستجوی تکنیکهای خاتمه فروش خواهید گشت . دنبال معجزه و فشنگ طلاپی خواهید بود.

Prospecting

The 30 Day Rule

اگر شما ۳۰ روز به طور مداوم دنبال خریداریابی باشید بعد از گذشت ۹۰ روز نتیجه آن را خواهید دید

قانون سی

اگر شما در ماههای تیر و مرداد هر روز خریدار یابی انجام داده باشید در ماههای مهر و آبان ----- آن را می بینید ولی چون در ماههای مهر و آبان خیلی گرفتار بودید دیگر خریدار یابی را فراموش می کنید. بنابراین طبق این قانون برای مابقی سال فروش دچار اشکال می شود.

Selling is Sowing and Reaping

Replacement Law

Stranger

اگر نسبت پیدا کردن خریداران به فاکتور ۵ به ۱ باشد در صورتی که ۱ فاکتور بزنیم آنگاه به جایگزینی چند خریدار احتیاج خواهیم داشت؟

Customer

SALES FUNNEL



آناتومی مرگ فروش

- ✓ یک جایی خریدار یابی را متوقف می کنید
- ✓ چون خریدار یابی متوقف شده است قیف فروش خالی می ماند
- ✓ چون خریداران قبلی در قیف فروش مرده اند شما فروش نخواهید داشت
- ✓ این فرایند اعتماد به نفس شما را تخریب می کند.
- ✓ اعتماد به نفس مخرب شما به کلمات منفی تبدیل می شود
- ✓ چون حس خوبی نسبت به خریدار یابی ندارید دایما به مشتریان مرده زنگ می زنید.
- ✓ چون قیف فروش خالی مانده است شرایط شما روز به روز بدتر می شود
- ✓ آنگاه دنبال معجزه هستید



19/04/12

Insta:Nadergharibnavaz



تلفن - خریداریابی

ویزیت - جلسه - ماموریت

دمو - کاتالوگ

پیش فاکتور

فاکتور

Prospecting Objectives

□ قرار ملاقات

اگر فروشنده محصولات پیچیده و قیمت بالا هستید
اگر از روی یک بانک اطلاعاتی دارید تماس می گیرید.

منظور از قرار ملاقات ساعت مشخص، فرد مشخص، نوع ملاقات

عباراتی مانند زنگ بزن شاید بادم، هر وقت شما تشریف بیارید ما
در خدمت هستیم، قرار ملاقات نیستند.

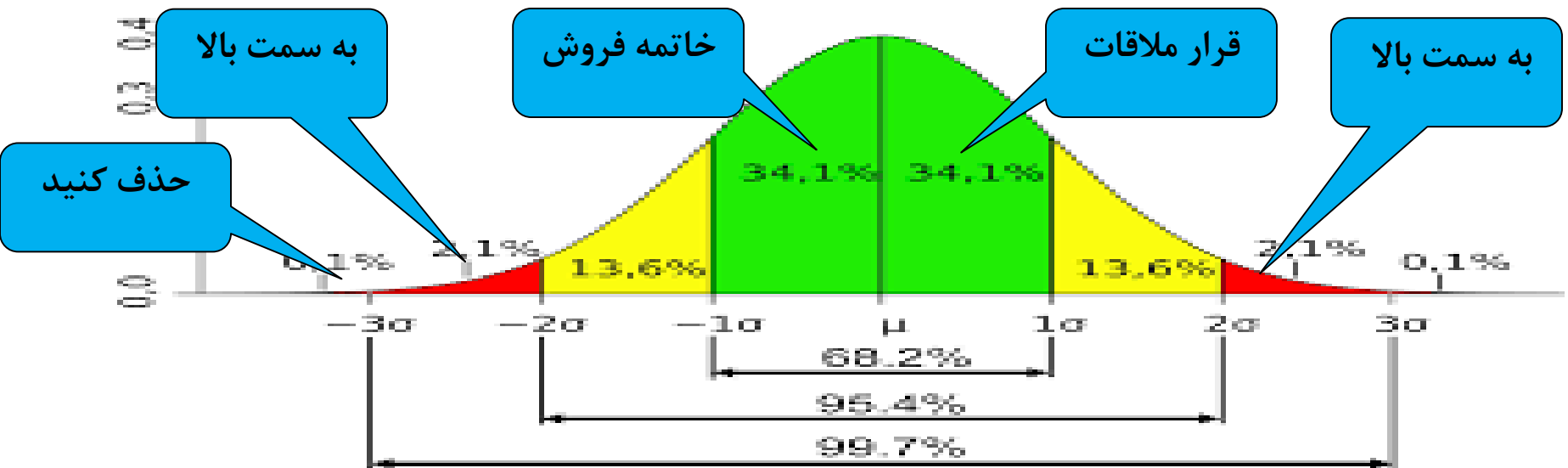
اگر رفتید و ملاقات شونده نبود چه حسی به شما دست می دهد

Prospecting Objectives

□ جمع آوری اطلاعات

از مشتری هیچ اطلاعاتی در دست ندارید، بودجه، نیاز پنهان

یکی از بزرگترین مشکلات فروشندگان زمان گذاشتن روی مشتریان سوخته است
زمانی که برای یک خریدار بی کیفیت می گذارید فرصت توجه به مشتریان باکیفیت را از شما می
گیرد.
در فروش زمان برابر با پول است.



Prospecting Objectives

□ خاتمه فروش

اگر فروشنده محصولات ارزان قیمت و کم ریسک هستید

اگر هدف شما خاتمه فروش است آنگاه کارتان پیچیده تر خواهد شد. چون باید کل فرایند فروش از بررسی تا پرزنت و خاتمه را همان جا انجام دهید.

Prospecting Objectives

□ ایجاد ارتباط

اگر شرکت شما جدید است و یا برند نیستید

۲۰ تا ۵۰ تماس طول می کشد تا یک تماس سرد گرم شود اگر برند ناآشنا باشیم و خریدار هیچ شناختی روی ما نداشته باشد.

۵ تا ۲۰ تماس طول می کشد تا یک خریدار که تا حدی با شما و برند شما آشنا باشد خریدی را انجام دهد.

۳ تا ۱۰ تماس طول می کشد تا یک **LEAD** تولید شده که با نام و برند ما آشناست به مرحله خرید برسد

موضوع اعداد نیست بلکه موضوع این است کسی که با شما آشناست به تماسستان، ایمیلتان، پیامک تان، قرار ملاقاتتان و ... جواب می دهد.

Prospecting Objectives

□ قرار ملاقات

اگر فروشنده محصولات پیچیده و قیمت بالا هستید
اگر از روی یک بانک اطلاعاتی دارید تماس می گیرید.

□ جمع آوری اطلاعات

از مشتری هیچ اطلاعاتی در دست ندارید، بودجه، نیاز پنهان

□ خاتمه فروش

اگر فروشنده محصولات ارزان قیمت و کم ریسک هستید

□ ایجاد ارتباط

اگر شرکت شما جدید است و یا برند نیستید

خیلی وقتها فروشندگان از یک مشتری مرده سراغ یک مشتری مرده دیگر می
روند و در پایان هیچ چیزی نمی فروشند.

1- Prospecting

- ✓ دوستان و آشنایان
- ✓ سایتها، کتب مرجع، کتاب اول، کتاب زرد، انجمن ها، اتاق بازرگانی
- ✓ ارجاع گرفتن از مشتریان فعلی
- ✓ بازاریابی مویرگی در محله ها
- ✓ روش معکوس
- ✓ استفاده از تاثیر گذاران در خرید، بازاریابی
- ✓ حضور در نمایشگاهها و کنگره های مهم و مطرح
- ✓ حضور در شبکه های اجتماعی
- ✓ برگزاری ایونت

The Law of Familiarity

1- Persistent and consistent Prospecting

2- Referral and Introduction

- ✓ Customer referral
- ✓ Personal Referral
- ✓ Professional Referral

3-Networking

4-Company and Brand Familiarity

5-Personal Branding(Minor Celebrity)