

معضلی بنام قیمت برای فروشندگان!

هر فروشنده‌ای حتما در این شرایط قرار گرفته که به شدت به دنبال این است که به مشتری بفروشد، اما مطمئن نیست که مشتری قیمت محصول یا خدمت او را بپذیرد. این شک و تردید فروشنده باعث می‌شود به محض اینکه مشتری بحث قیمت را پیش کشید، او تخفیف را پیشنهاد دهد. چنین فروشنده‌ای قدرت مذاکره بر سر قیمت محصول یا خدمت خود را ندارد و نمی‌توان او را یک فروشنده سفارش‌ساز نامید. فروشنده‌ای حرفه‌ای باید بتواند در بازار از قیمت کالای خود دفاع کند و مشتری را متقاعد سازد که قیمتی که او می‌پردازد نه تنها زیاد نیست، بلکه برای ارزشی که دریافت می‌کند، کم نیز هست. نکاتی که در این مقاله آمده است به فروشنده‌ها کمک می‌کنند که بر ترس خود از مذاکره درباره قیمت غلبه کنند و بتوانند با قیمتی که می‌خواهند به مشتری بفروشند.

۱. یادتان باشد که شما ارزش می‌فروشید

ابتدا خودتان را باور کنید، سپس این اعتقاد را به مشتری منتقل کنید که شما فروشنده ارزش هستید نه کالا. همان‌طور که یک پزشک به ازای کار ارزشمند خود، هزینه آن را دریافت می‌کند شما نیز در برابر ارزشی که به مشتری می‌فروشید باید هزینه‌ای دریافت کنید. بنابراین از بحث کردن با مشتری درباره قیمت نترسید.

۲. پیش‌داوری نکنید

اگر مطمئن هستید آنچه که می‌فروشید، ارزش قیمتی را که مشتری می‌پردازد، دارد، پس لازم نیست درباره عکس‌العمل مشتری پیش‌داوری کنید. مشتری باهوش است و شک و تردید شما درباره قیمت را خیلی سریع متوجه می‌شود و زمانی که متوجه شود شما به قیمت محصول یا خدمت‌تان شک دارید، حاضر نخواهد شد قیمت دلخواه شما را بپذیرد. برخی از فروشنده‌ها تنها دلیل فروش پایین خود را قیمت کالای‌شان می‌دانند. سوالی که باید از این افراد پرسید این است: پس چگونه است که در همان شرکت شما چند فروشنده هستند که همان کالا را با همان قیمت در منطقه‌ای که ویژگی‌های یکسانی با منطقه شما دارد، می‌فروشند؟ فروش پایین یک فروشنده می‌تواند به دلیل مجموعه‌ای از عوامل باشد و نمی‌توان تمام تقصیرها را به گردن قیمت انداخت.

۳. معذرت‌خواهی نکنید

معذرت‌خواهی فروشنده به دلیل قیمت کالایش یک اشتباه مرگبار و می‌توان گفت خودکشی است. حتی اگر به قیمت محصول یا خدمت خود اعتقاد ندارید، باید آن قیمت را آنقدر با اعتماد به نفس به مشتری ارائه دهید که مشتری حتی به فکر چانه زدن هم نیفتد. قرار است مشتری با خرید کردن از شما به سود برسد پس باید برای خریدش خوشحال باشد نه اینکه شما از او عذرخواهی کنید.

۴. همیشه آماده ترک مشتری باشید

فروشنده باید تمام تلاش خود را برای متقاعد کردن مشتری انجام دهد اما اگر احساس کردید مشتری تحت هیچ شرایطی حاضر به خرید نیست، دست از اصرار کردن بردارید و با اعتماد به نفس او را ترک کنید. گاهی اوقات همین که مشتری ببیند شما واقعا می‌خواهید او را ترک کنید، باعث خواهد شد که سفارش دهد.

۵. از قیمت خود دفاع کنید

شما باید مدافع قیمت خود باشید. به مشتری کمک کنید درک کند که برای ارزشی که دریافت می‌کند باید این هزینه را بپردازد. روی منافع محصول یا خدمت خود برای مشتری تاکید کنید نه روی قیمت. برای او کاملا شفاف توضیح دهید که با خرید محصول یا خدمت شما به چه منفعی دست خواهد یافت. همچنین برای اینکه از قیمت خود دفاع کنید و جلوی چانه‌زنی مشتری را بگیرید نام خریداران مشهور در آن صنعت یا شرکت‌های بزرگی را که با آنها کار می‌کنید، بیاورید تا مشتری مطمئن شود که اولاً این قیمت برای همه یکسان است و دوم اینکه متوجه شود دیگر فعالان آن صنعت با خرید از شما به چه منفعی دست یافته‌اند.

۶. امتیاز در مقابل امتیاز؛ بی‌دلیل به مشتری امتیاز ندهید

اگر مشتری بدون زحمت از شما امتیاز بگیرد، آن امتیاز خیلی برایش ارزش نخواهد داشت و برای اینکه خود را راضی کند که برنده مذاکره است، باز هم می‌خواهد امتیاز دیگری بگیرد. برای هر امتیازی که به مشتری می‌دهید، یک امتیاز از او بگیرید. تنها در این صورت است که امتیاز دادن در مذاکره توجیه‌پذیر است.

۷. کیفیت‌سنجی را فراموش نکنید

گاهی اوقات تمام تلاش‌هایی که برای فروش انجام می‌دهید، از ابتدا بی‌نتیجه است، زیرا یک کار بسیار مهم را فراموش کرده‌اید و آن کار کیفیت‌سنجی مشتری است. پیش از شروع ارائه خود ابتدا مطمئن شوید که بودجه مشتری آنقدر هست که بتواند قیمت محصول یا خدمت شما را پرداخت کند. اگر توان مالی مشتری به آن اندازه نیست که بتواند از شما خرید کند، خیلی خودتان را خسته نکنید و سراغ مشتری بعدی بروید.

۸. احساس رضایت را به مشتری هدیه بدهید

در نهایت مهم‌ترین وظیفه فروشنده این است کاری کند که مشتری از خرید خود احساس رضایت داشته باشد. گاهی مواقع مشتری با وجود اینکه خرید می‌کند، اما این احساس را دارد که در مذاکره با فروشنده شکست‌خورده و ضرر کرده است.

