

وقتی خریدار

نه

می گوید ...

راهنمادهای ضروری برای پیشبرد فروش

نویسندگان: تام هایپکینز و جنی تانت

مترجمان:

دکتر رسول شفایی: دانشیار مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

مهندس محسن رفایی: دانش آموخته MBA دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

مهندس مهسا قاضی نژاد: دانش آموخته MBA دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

سرشناسه: هایپکینز، تام Hopkins, Tom

عنوان و نام پدیدآور: وقتی خریدار نه می‌گوید ... راهبردهای ضروری برای پیشبرد فروش / نویسندگان تام هایپکینز، بن کت؛ مترجمان رسول شفتائی، محسن رفایی، مهسا قاضی‌نژاد.
مشخصات نشر: تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، انتشارات، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری: ۲۵۴ ص: مصور.
شابک: 978-600-7867-46-4
وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: c2014: essential strategies for keeping a sale moving forward, When buyers say no :

یادداشت: کتاب حاضر قبلاً تحت عنوان " اگر نخریدند چه کنیم؟ : راهکارهایی حیاتی برای فروش " با ترجمه مهدی قزاقچه‌دانی توسط انتشارات نسل نو اندیش در سال ۱۳۹۵ منتشر شده است.
عنوان دیگر: اگر نخریدند چه کنیم؟ : راهکارهایی حیاتی برای فروش.
موضوع: فروشندگی

موضوع: اقناع (روان‌شناسی)

شناسه افزوده: کت، بن ج

شناسه افزوده: شفتائی، رسول، ۱۳۱۲ - مترجم

شناسه افزوده: رفایی، محسن، ۱۳۷۰ - مترجم

شناسه افزوده: قاضی‌نژاد، مهسا، ۱۳۶۹ - مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ الف۸/۵۱۵/۲۵/۵۴۳۸/۳

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۱۱۹۸۹

<http://press.kntu.ac.ir>

ناشر: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

عنوان: وقتی خریدار نه می‌گوید ... راهبردهای ضروری برای پیشبرد فروش

مؤلفان: تام هایپکینز، بن کت

مترجمان: دکتر رسول شفتائی، مهندس محسن رفایی، مهندس مهسا قاضی‌نژاد

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: خرداد ۱۳۹۶، تهران

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

صحافی: گزنامی

ویراستار: گروه ویراستاری دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

بها: ۲۰۰۰ تومان

(تمام حقوق برای ناشر محفوظ است)

پیشگفتار مترجمان

امروزه با پیشرفت فناوری و کاهش تمایز کیفی محصولات با برندهای مختلف، بازاریابی و فروش به یکی از عوامل مهم در ارتقای رقابتی کسب و کارها تبدیل شده است. در حال حاضر با وجود پیشرفت‌های چشمگیر در فرایندهای مختلف کسب و کار شامل تأمین، تولید، عرضه و خدمات پس از فروش، یکی از مشکلات مهم در این مسیر نداشتن نگاه سیستماتیک به فرایند فروش است. در همین راستا بسیاری از فروشندگان با تکیه بر تجربیات فردی و بر اساس اطلاعات محصول موردنظر، شناخت نادرست از مشتری و رصد کردن اقدامات سایر رقبا، پیشنهاد فروش خود را به مشتریان ارائه می‌کنند. بخش قابل توجهی از این پیشنهادها به دلایل مختلفی نظیر شفاف نبودن پیشنهاد فروشنده، عدم رعایت از ویژگی‌های محصول و خدمت پیشنهادی، عدم اعتماد و عدم رضایت از فروشنده، توسط مشتریان رد شده و درنهایت این امر باعث شکست فرایند فروش می‌شود.

برخی فروشندگان به محض اینکه چنین برآندی مواجه می‌شوند تمرکز خود را از دست داده و نمی‌توانند شرایط پیش آمده را مدیریت کنند. تجربه نشان داده است که بیشتر مشتریان پس از شنیدن اولین پیشنهاد فروش، حالت دفاعی به خود می‌گیرند و در چنین شرایطی فروشندگان به دلیل عدم شناخت نیازهای مشتری و عدم ارائه ارزش پیشنهادی متناسب با نیاز آن‌ها، نمی‌توانند فروش‌های موفق داشته باشند.

در این کتاب ابتدا روشی جامع تحت عنوان چرخه ترغیب برای فروش معرفی شده و سپس هر یک از مراحل این چرخه به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته است. ارائه مناسب کارپردی با توجه به راهکارهای موردنیاز برای فروش، این کتاب را از دیگر منابع حاضر در این حوزه متمایز نموده است.

کتاب حاضر حاصل بیش از ۳۰ سال تجربه موفق نویسنده در زمینه فروش است. وی از استادان مجرب در حوزه فروش بوده و پیشتاز ارائه روش‌های نوین و سیستماتیک برای انواع فروش است به طوری که کتاب‌های نویسنده از جمله این کتاب از پرفروش‌ترین کتب حوزه فروش و بازاریابی به شمار می‌رود.

مطالعه این کتاب به همه فعالان حوزه فروش و بازاریابی اعم از کارشناسان و مدیران فروش و بازاریابی سازمان‌ها و دانشجویان علاقه‌مند در رشته‌های MBA، بازاریابی، مدیریت، مهندسی صنایع و تمامی علاقه‌مندان به فروش و مذاکره توصیه می‌شود.

در پایان از همه عزیزانی که در ترجمه این اثر به مترجمان کمک کردند، کمال تشکر را داریم. همچنین از جناب آقایان دکتر جلیل‌وند نژاد و دکتر حسینی که در ویراستاری کتاب ما را یاری نمودند قدردانی می‌نماییم. بی‌شک نظرات، انتقادات و پیشنهادهای شما خوانندگان محترم می‌تواند به بهبود ترجمه این اثر کمک شایانی کند.

با احترام

زمستان ۱۳۹۵

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

بخش اول: خریدار «نه» می گوید

- فصل ۱- خریدار گفت نه ۳
- فصل ۲- «نه» دقیقاً یعنی چه؟ ۱۱
- فصل ۳- شکست خوردن در فروش ۲۳

بخش دوم: چرخه ترغیب

- فصل ۴- ساختار چرخه ترغیب ۳۱
- فصل ۵- «نه» خریدار با شما شروع می شود؟ ۳۷
- فصل ۶- ارتباط باسی را برقرار و حفظ کرده‌اید؟ ۴۱
- فصل ۷- شناسایی نیازهای مشتریان ۶۳
- فصل ۸- سؤالات اکتشافی ۷۹
- فصل ۹- کم کردن مقاومت خریدار در ارائه ارائه ۹۳
- فصل ۱۰- پرسیدن سؤالات پایانی ۱۱۵

بخش سوم: وقتی خریدار «نه» می گوید

- فصل ۱۱- برقراری دوباره ارتباط ۱۳۷
- فصل ۱۲- سؤالات تشخیصی ۱۴۵
- فصل ۱۳- ارائه پاسخ ۱۵۹
- فصل ۱۴- لحظه حساس فروش ۱۶۵
- فصل ۱۵- آماده شدن برای مذاکره با خریدار ۱۷۹
- فصل ۱۶- چگونه با مشتری مذاکره کنیم؟ ۱۹۳

بخش چهارم: خریدار گفت «بله»

فصل ۱۷- وقتی خریدار بله می گوید!..... ۲۱۷

فصل ۱۸- دستیابی به بله‌های بیشتر..... ۲۲۳

www.ketab.ir

مقدمه

از این کتاب چه انتظاری باید داشته باشید؟

طبیعی است که شما در تمامی موقعیت‌های فروش موفق نخواهید بود. حتی بهترین فروشندگان هم در مواردی با دست‌خالی محل کارشان را ترک می‌کنند. این طبیعت هر کسب‌وکار است. اگر این واقعیت را بپذیرید دیگر به دنبال معجزه در امر فروش نخواهید بود و ذهن شما آماده فراگیری راهکارهایی می‌شود که به شما در فروش بیشتر نسبت به گذشته، حتی در مواجهه با مشتریانی که چندین بار شما را «نه» می‌گویند، کمک می‌کند.

کار فروش مثل یک مسابقه ورزشی است که در آن بازیکنان خود را آماده می‌کنند. بهترین کاری را که از دستشان برمی‌آید انجام می‌دهند و نشان پیروزی را که نتیجه یک معامله خوب است به خانه‌شان می‌برند. در یک کسب‌وکار وقتی افراد به اندازه کافی موفق نمی‌شوند برخی کار فروش را با سرافکنندگی کنار می‌گذارند و بعد از این است که کار فروش، زمانی که شما با قوانین و ترفندهای آن آشنا نباشید، می‌تواند مثل مسابقات ورزشی بی‌رحم باشد.

هدف این کتاب کمک کردن به شما برای موفقیت بیشتر در کار فروش است. از طرفی محتوی این کتاب پر از نکاتی برای ارائه مطلوب محصولات و خدمات به مشتریان بالقوه است و از طرف دیگر، شما خواهید آموخت که چگونه به سرعت خود را از بازی خریدار در دست و کنترل موقعیت فروش را از دست ندهید.

به عبارت دیگر این یک کتاب راهبردی است. شما با مطالعه کتاب یاد خواهید گرفت که از روش حلقه ترغیب در کار خویش استفاده کنید. به کمک این روش، در هر لحظه از فرایند فروش، شما دقیقاً می‌دانید که قدم بعدی چیست و برای رسیدن به یک معامله خوب چه مسیری را باید طی کنید. همچنین در زمانی که مشتری، شما را در دوره‌های غیرقابل‌پیش‌بینی و در بسیاری موارد اجتناب‌ناپذیر قرار می‌دهد، شما با مطالعه این کتاب خواهید توانست بهترین تصمیم را بگیرید.

این کتاب در مورد اینکه کجا و چگونه مشتری جدیدی پیدا کنید یا چگونه بتوانید با مشتری قرار کاری بگذارید نیست. همچنین هیچ راهکاری برای بیگیری کردن کارها به شما ارائه نمی‌دهد.

تمرکز اصلی این کتاب بر موقعیت‌های واقعی فروش به همراه ارائه راهکارهای لازم، از ابتدا تا زمانی که مشتری «بله» نهایی را می‌گوید، است.

همواره به خاطر داشته باشید که دلایل متعددی وجود دارد که مشتری به پیشنهاد اولیه شما «نه» بگوید. کاری که شما پس از شنیدن «نه» انجام می‌دهید تأثیر زیادی در میزان موفقیت شما ایجاد می‌کند. وقتی که یاد گرفتید که چگونه از راهکارهای ارائه‌شده در این کتاب استفاده کنید، در واقع منتظر شنیدن کلمه «نه» هستید، نه فقط یک‌بار بلکه چندین بار، چون شما می‌دانید که هر «نه» دقیقاً یعنی چه و پس از هر کدام چه کاری باید انجام دهید.

معمولاً فروشندگان وقتی که یک خریدار شک دارد یا مقاومت می‌کند، اجازه می‌دهند که فضای فروش به هم برسد. در این حالت آن‌ها اغلب احساس شکست می‌کنند و در ذهنشان به فکر تمام کردن جلسه فروش می‌افتند و به قرار بعدی فکر می‌کنند. متأسفانه این افکار و احساس شکست حاصل می‌شود و لذا فرایند فروش را تحت تأثیر قرار می‌دهند. فروشندگان معمولی چنین موقعیت‌های فروش را پس از اینکه موقع خداحافظی از خریدار اجازه می‌خواهند که با او در تماس باشند، با سرافکنندگی و از طراب ترک می‌کنند.

در تماس بودن مطمئناً بهتر از این است که خریدار بگوید دیگر با من تماس نگیرید. به هر حال فروشندگان ماهر پس از شنیدن «نه»، با استناد به روش‌های فروش، دوباره کار فروش را به مسیر درستی بر می‌گردانند و به دنبال موقعیتی خواهند گشت که بدون هیچگونه تعللی دوباره بتوانند با مشتری کار کنند.

روش‌های ارائه‌شده در این کتاب توسط هزاران فروشنده موفق در فروش مورد استفاده قرار گرفته و در عمل به اثبات رسیده است. تمامی این روش‌ها با چرخه ترغیب شما همخوانی دارد.

در واقع فرایند فروش می‌تواند و باید بعد از «نه» اولیه خریدار ادامه پیدا کند. معمولاً دوباره به یک «نه» دیگر ختم می‌شود. به هر حال وقتی این روند به خوبی مدیریت شود، حتی بیش از نیمی از «نه»‌های مشتریان بالقوه می‌تواند تغییر کند و بدون اینکه آسیبی به رابطه شما با خریدار وارد شود به «بله» تبدیل شود.

وقتی شما یاد گرفتید که چگونه «نه» اولیه خریدار را مدیریت کنید، شما اعتماد به نفس بیشتری کسب نموده و این اعتماد به نفس شما در رفتارتان هم نمود پیدا خواهد کرد که باعث موفقیت بیشتر شما در کارتان خواهد شد.

این کتاب بیش از اینکه متمرکز بر مفاهیم و اصول فروش باشد یک کتاب راهنماست. در طول مطالعه توصیه می‌شود موارد مهم را علامت گذاشته و نحوه اجرای آن در برنامه فروش خود را در دفتر یادداشت ثبت کنید. با چنین کاری خواهید دید که چگونه با استفاده از نکات کلیدی ارائه شده در این کتاب، به موفقیت‌های بیشتر در کار فروش دست پیدا خواهید کرد.

تام هاپکینز - بن کت

یابیز ۲۰۱۳

www.ketab.ir