

تکنیک‌های فروش: روش‌های موثر و مدرن فروش

## Challenger

مدل‌ها و رویکردهای فروش می‌آیند و می‌روند. آنچه که چند سال پیش داغترین و محبوبترین روش‌های فروش بودند، اکنون قدیمی به نظر می‌رسد. این "طول عمر کوتاه" ناشی از روند صنعت، تاثیرات خارجی و اقتصاد عمومی است. در کتاب **The Challenger Sale**، نویسندگان متیو دیکسون و برنت آدامسون، مدل‌هایی را ارائه می‌دهند که طرح و چارچوب آن از روش‌های تیم‌های موفق فروش اقتباس شده است.

**The one Iranian**  
2019



در گذشته متخصصان فروش معتقد بودند که کلید موفقیت در فروش، ایجاد ارتباط با ارباب رجوع و مشتریان بالقوه است.



امروزه بهترین شرکت‌های فروش با به چالش کشیدن مشتری، فروش خود را رقم می‌زنند. البته چالش با بار مثبت منظورمان است. تحقیقات گارتنر نشان می‌دهد که در بازار امروز مشتریان نصف بیشتر مسیر را (۵۷٪) قبل از اولین تماس با فروشنده طی می‌کنند. این بدین معناست که

مشتری با پیش بینی و آگاهی درباره محصول و ویژگی‌های مورد نیازش قدم به بازار معاملات می‌گذارد. یعنی مشتری تمایلی به اتلاف وقتش در مورد کشف نیازهایش از طرف فروشنده ندارد.

تحقیقات نشان داده است که مشتری امروزی در ۷ حوزه از طرف فروشنده تحت تاثیر قرار می‌گیرد:

۱. فروشنده چشم اندازه‌های منحصربفردتری نسبت به بازار ارائه کند.
۲. فروشنده راه‌حل‌های جایگزین ارائه کند.
۳. فروشنده نکات جدید آموزش دهد که منجر به درآمد بیشتر شود.
۴. مراحل خرید راحت باشد.
۵. مشتری از مشاوره و همفکری مداوم برخوردار شود.
۶. فروشنده از ریسک و ضرر جلوگیری کند.
۷. فروشنده خدمات گسترده به او بدهد.



این نظریه دیگر قدیمی شده است که اگر مشتریان یک فروشنده را دوست داشته باشند، دلیل و راهی برای خرید از او پیدا خواهند کرد و اگر آنها فروشنده را دوست نداشته باشند، یک دلیل برای خرید نکردن پیدا خواهند کرد.

البته قسمت‌هایی از این نظریه منطقی است. اینکه مردم دوست دارند از فروشنده‌ای که از نظر آنها دلپذیر است خرید کنند ولی مشکل اینجاست که مشتریان امروز پرمشغله و مطلع هستند و انتخاب‌های بیشماری پیش روی آنها وجود دارد. علاوه بر این محدودیت زمان برای تصمیم‌گیری جهت سرمایه‌گذاری اجازه فکر کردن به خریدار بابت علاقه به فروشنده را نمی‌دهد. دنیای فروش و معاملات پیچیده شده است بنابراین مشتریان به روش جدید خرید می‌کنند و برای حرکت رو به جلو نیاز به همفکری بیشتری دارند.

تکنیک فروش چالشگر فروشندگان حوزه B2B را به ۵ تیپ شخصیتی تقسیم می‌کند:





### ۱. سخت کوش

- راه‌های زیادی را امتحان می‌کنند.
- براحتی ناامید نمی‌شوند.
- مهارت خود انگیزشی دارند.
- بازخورد گرفتن و توسعه را دوست دارد.

### ۲. چالشی

- دیدگاه متفاوتی به جهان دارد.
- کسب و کار مشتری را درک می‌کند.
- بحث و جدل را دوست دارد.
- مشتری را رو به جلو هدایت می‌کند.

### ۳. گرگ تنها

- از غرایز خود پیروی می‌کند.
- مستقل
- خودرای

### ۴. حلال مشکلات

- پاسخگوی قابل اعتماد
- تضمین می‌کند که تمام مشکلات حل می‌شود.
- جزئیات گرا

### ۵. سازندگان ارتباط

- مشتریان حامی ایجاد می‌کند.
- برای کمک به دیگران سخاوتمند است.
- با همه همراه می‌شود.

پس از ارزیابی این ۵ مدل شخصیتی، تحقیقات نشان داده است که چالشگران از سایرین موفق‌تر عمل کرده‌اند. مت دیکسون و برنت آدامسون نویسندگان تکنیک چالشگر اذعان می‌کنند که ما هزاران نفر از مشتریان و متخصصان فروش در صنایع مختلف و سراسر جهان مطالعه کرده‌ایم و به این نتیجه رسیدیم که در فروش B2B صرف ساخت روابط کلاسیک، رویکرد برنده‌ای نیست. مت و برنت معتقدند تنها فروش راه حل و مزایای آن در دنیای امروز دیگر خریدار ندارد. در تکنیک چالشگر فروشنده یاد می‌گیرد که علاوه بر اهمیت نقش برقراری



روابط بین فروشنده و خریدار، رعایت سه جنبه که در زیر به آن اشاره می‌شود رویکرد بهتری را ارائه می‌کند. شخصیت چالشگر با استفاده از سه جنبه به موفقیت می‌رسد.

### ۱. آموزش:

فروشنندگان در مواجهه با مشتریان بالقوه که بسیار آگاه هستند باید موضوع منحصر بفردی ارائه کنند، یا اطلاعات و رویکردی جدید در قبال مسائل ارائه دهند. تکنیک چالشگر به دنبال آموزش مشتریان در خصوص نحوه پیرویشان بر چالش‌های متفاوت است. از سوی دیگر این تکنیک در رابطه نیازهایی که مشتری شاید حتی خودش از آن آگاه نباشد به او اطلاعات می‌دهد. فروشندگانی که از این تکنیک استفاده می‌کنند، دارای عملکردی رقابتی و کاوشگر هستند که موجب می‌شود مشتریان در خصوص کسب و کار و نیازهای خود دوباره فکر کنند و چشمان خود را باز کنند.

### ۲. متناسب سازی:

در سراسر فرآیند فروش، با افراد متفاوتی مواجه می‌شویم که هر فروشنده باید بتواند رویکرد متناسب با آن شخصیت را ارائه دهد. برای اینکه پیشنهاد خود را محکم و قوی ارائه کنید باید آن را شخصی سازی نمایید. در واقع باید نحوه ارتباط فروشنده با مشتری بر اساس استاندارد و متناسب با اهداف وی باشد. فروشنده باید شخصی سازی و متناسب سازی براساس انگیزه‌ها، نیازها و دغدغه‌های مشتری را سرلوحه کار خود قرار دهد.

### ۳. کنترل:

کلید نهایی فروختن عبارت است از دنبال کردن یک هدف مشخص، غیرتهاجمی و دوطرفه. برای کنترل نمودن روند فروش باید با فرد مناسب که تصمیم ساز است یا بر روی تصمیم نهایی تاثیرگذار است مذاکره نمود. در تکنیک چالشگر زمانی که مشتری در خصوص مورد معامله بی‌میلی نشان می‌دهد فروشنده محتوای مذاکره را از سمت قیمت به سمت ارزش می‌برد و برای مشتری چالشی برای فکر کردن در خصوص ارزش محصول ایجاد می‌کند.

برای هر مذاکره باید برنامه‌ای وجود داشته باشد. برنامه‌ای که حاوی اشتیاق، اهداف و نحوه رسیدن به مقصد باشد. اما تبادل اطلاعات و ارزش ارائه شده باید دوطرفه باشد. معامله باید یک بازی برد-برد باشد و فروش راه یکطرفه نیست.

تکنیک فروش چالشگر به دنبال تغییر تفکر مشتری و خلق لحظه‌ای است که مشتری بگوید: "اوه، درسته!"



نیل راکهام نویسنده کتاب تکنیک اسپین، از تکنیک چالشگر بعنوان مهمترین پیشرفت در حوزه فروش یاد می‌کند. همانند تکنیک اسپین، چالشگر بالغ بر ۶۰۰۰ فروشنده و ۹۰ شرکت را در حوزه های مختلف مورد بررسی قرار داد تا مشخصات و رویکردهای فروشندگان موفق را ارزیابی کند و یک نقشه راه برای فروش موثر ترسیم کند. آموزش تجاری از سمت فروشنده یک مهارت بسیار جدید است که نیاز به یادگیری تحت یک چارچوب دارد. مت و برنت جهت ساده کردن این مسیر یادگیری، ۶ گام را عنوان می‌کنند:

ابتدا حس باورپذیری را در مشتری ایجاد کنید و به او نشان دهید که چالش‌ها و مسائل او را می‌فهمید و با تقویت این چالش‌ها آن را به یک مساله یا فرصت بزرگتر وصل کنید که خود خریدار قبلا در نظر نگرفته است. به او نشان دهید که چقدر مسائل او را درک می‌کنید.

بعد از این به مشتری با اعداد و ارقام نشان دهید که چرا باید متفاوت فکر کند.

سپس یک ارتباط عاطفی بین دردی که در داستان خود می‌گویید و دردی که مشتری هر روز بخاطر مشکلاتش تحمل میکند، برقرار کنید.

حالا وقت این است که مشتری را با راه حل خود قانع کنید. به او راه جدیدی برای فکر کردن به کسب و کارش نشان دهید.

در نهایت نشان دهید که چگونه راه حل شما بهترین است و چگونه با این راه حل یک مسیر جدید در کسب و کارش باز می‌شود.



یک فروشنده چالشگر دارای ۶ ویژگی مهم است که او را از بقیه رقبا متمایز می‌کند:

۱. ارائه دیدگاه منحصر به فرد به مشتری
۲. دارای مهارت‌های ارتباطی قوی
۳. ارزش‌های مشتری را بخوبی می‌شناسد.
۴. شناسایی مولفه‌های اقتصادی کسب و کار مشتری
۵. رک و صریح
۶. می‌تواند مشتری را به نرمی تحت فشار قرار دهد.

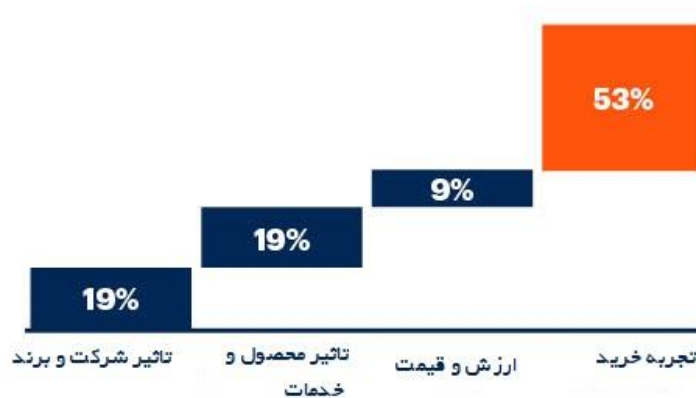
صفات فوق انحصارا متعلق به فروشنده چالشگر نیست ولی او از این صفات با هم استفاده می‌کند. مثلا تیپ شخصیتی "سازنده ارتباط" مهارت ارتباطی بسیار قوی‌ای دارد، ولی ویژگی فشار بر مشتری را ندارد.





موضوع چیزی نیست که می فروشید، موضوع اینست که چگونه آن را می فروشید! تحقیقات نشان داده است که ۵۳ درصد از وفاداری مشتری بواسطه تجربه فروش حتی بیشتر از خود برند، محصول، خدمات و قیمت ایجاد می شود.

### نکات کلیدی برای ایجاد وفاداری در مشتری



پس در محیط پیچیده امروز فروشنده باید بتواند در کنار ویژگی ها و مزایای محصول، تجربه خوشایند خرید کردن را به مشتری انتقال دهد تا در رقابت باقی بماند و ریسک خود را پایین بیاورد. بنابراین می توان گفت بهترین شرکت های فروش بوسیله به چالش کشیدن مشتری، ارائه پیشنهادات متناسب با نیاز مشتری جهت مرتفع کردن مسائل و آموزش دادن نکته ای جدید فروش خود را بیشتر می کنند.

در تکنیک چالشگر از ادراکات مشتری نسبت به کسب و کارش، برای ارائه دیدگاه های جدید استفاده می کنیم و تفکرشان را به سمت شیوه های جدید و متفاوت هدایت می کنیم و ایده های جدیدی مانند روش های صرفه جویی در هزینه و کاهش ریسک ارائه دهیم. چالشگران برخلاف سازندگان ارتباط تنش سازنده ایجاد می کنند و وفاداری بیشتری در مشتری ایجاد می کنند.