طـی سال‌ها، ما برای شناسایی مسیرهای بی‌شماری که برای فروش وجود دارد، تلاش بسیار کرده‌ایم: گوش دادن به صدها نوار صوتی و تماشای فیلم‌های ویدئوئی فروش. امروز هم هنوز هنگامی‌که از ما، در مورد افزایش مهارت‌های فروش سؤال می‌شود، حقیقتاً پاسخ ما به‌طور حیرت‌آوری، بی‌اندازه ساده است. ما دریافته‌ایم که هفت رمز پنهان برای فروش موفق وجود دارد و ما از آن‌ها برای رشد بعضی از موفق‌ترین شرکت‌های تجاری در آمریکا استفاده می‌کنیم. ما همچنین از این رموز تحت عنوان مشاور تجاری برای رشد شرکت‌های نخبه جهانی سود می‌بریم. این وعده را به شما می‌دهیم که با استفاده از این رموز، به‌زودی شاهد افزایش فروش خود باشید همچنین شاهد مشتریانی خرسندتر و تجارتی سودآورتر خواهید بود. با این امید، ما هفت رمز فروش موفق را بیان می‌کنیم.

۱ - هدف‌گذاری: همه افراد موفق، اهداف بزرگی را برای خود ترسیم کرده و سپس این اهداف بزرگ را به اهداف کوچک‌تر تقسیم می‌کنند. اهداف به شما اجازه می‌دهند تا بر فعالیت خود تمرکز کنید و تمرکز بیشتر، موفقیت بیشتری را برای شما فراهم می‌کند.
هنگامی‌که اهداف فروش خود را مشخص کردید، نیازمندید تا آن‌ها را به اهداف روزانه تقسیم کنید و سپس برنامه‌ها و اهداف روزانه خود را یادداشت کنید. همچنان که به فروش خود ادامه می‌دهید آن را با اهداف روزانه خود مقایسه کنید تا به یك تعادل جدید برسید، ازآنچه حاصل می‌شود می‌توانید اهداف روز بعد خود را تهیه کنید. آیا واقعاً دنبال کردن اهداف فروش روزانه با این طریق مؤثر خواهد بود؟ این عمل را بـرای بیست‌ویک روز ادامه دهید، به‌زودی از نتایج آن شگفت‌زده خواهید شد.

۲ - یك برنامه فروش را دنبال کنید: همه پزشکان بزرگ، وکلای بزرگ، تکنسین‌های بزرگ و کسانی که فروش بزرگی دارند، در یک‌چیز مشترک‌اند، آن‌ها همگی برنامه‌ای را که شامل سؤال کردن و گوش دادن به مشتریان است، دنبال می‌کنند. این مقاله اگرچه فضای لازم برای وارد شدن به جزئیات بیشتر را ندارد، اما اجازه دهید آن را به‌سادگی بیان کنیم.
هر برنامه فروش که به‌خوبی طراحی‌شده باشد دارای هشت مرحله است، که با ایجاد رابطه دوستانه یا حسن تفاهم آغاز و با بستن فروش پایان می‌پذیرد. هنگامی‌که شما به‌دقت دوره‌های آموزشی فروش را بررسی می‌کنید، باید از اینکه این دوره حول محور هشت مرحله‌ای دور می‌زند مطمئن شوید. اگر غیرازاین باشد شمـا قطعـاً باید به فکر دوره‌های دیگری باشید.

۳ - به مشتریان اجازه انتخاب بدهید: مردم‌دوست دارند خرید کنند، اما نمی‌خواهند کالایی به آن‌ها تحمیل شود. نمایش‌های تلویزیونی، فروشگاه‌های مواد غذایی و فروشگاه‌های البسه، همگی به اهمیت اصل «آزادی انتخاب» پی برده‌اند و فروشندگان بزرگ هم همین‌طور.
بـا آزادی گزینش، شما به مشتریان اجازه می‌دهید تا در کنترل شما باشند و به آن‌ها آزادی لازم برای مقایسه خدمات خود را می‌دهید، قبل از آنکه آن را با پیشنهاد رقیبانتان مقایسه کنند. برای مثال شما ممکن است بگویید: ما می‌توانیم برای واترپمپ‌های استاندارد خود یک سال تضمین قرار می‌دهیم؛ و یا بگویید: ما می‌توانیم برای پمپ‌های ممتاز خود یک‌عمر تضمین قرار دهیم. کدام‌یک از این دو روراستی و صداقت را نشان می‌دهد؟ با آزادی انتخاب مشتریان را از خود خشنود می‌کنید، فروش شما بالا خواهد رفت و سود بیشتری نصیب شما خواهد شد.

٤ - تمرین فروش کنید: همه ورزشکاران بزرگ و فروشندگان، دریافته‌اند که چه اصلی به ظرفیت عضلانی برمی‌گردد، خود را عادت دادن به اینکه مجبور نباشید، درباره چیزی که بعداً باید انجام دهید فکر کنید. جایی که شما یك مشت‌زن یا فروشنـده حرفه‌ای هستید، عکس‌العمل شما غریزی است و به‌صورت خودکار عمل می‌کند.
ما به شما پیشنهاد می‌دهیم، تکنیک‌های فروش را به‌جای مشتریان با سایر همکارانتان تمرین کنید. در این حال شما می‌توانید توانائی‌های خود را مورد ارزیابی قرار دهید. شما زمانی از دوره‌های فروش درك خوبی خواهید داشت که آن را به یك برنامه تبدیل و سپس با همکارانتان یا مدیر تیم فروش تمرین کنید، گویی آن‌ها مشتریان شما هستند. هرروز در مورد آن گفتگو کنید و نتایج حاصله را در مقابل مشتریان به کار ببندید. تمرین، تمرین و تمرین، این‌یکی از رموز موفقیت فروش است.

۵ - هرگز به فروشندگان خود به‌عنوان ابزارفروش نگاه نکنید: فروشندگان شما کاتب یا دستگاه پول‌شمار نیستند. نه دچار سوءتعبیر نشوید، نمی‌خواهیم بگوییم که پول مهم نیست. بدیهی است مجبورید تا برای فروش خود اهدافی داشته باشید و مجبورید به اعداد و ارقام توجه کنید، اما هدف ما از بیان این‌ها چیست؟ اینکه واقعاً فروشندگان بزرگ با قلبشان فروش می‌کنند نه با قلمشان. هنگامی‌که شما حقیقتاً نسبت به کسی حسن نیت دارید، آن را تماماً به نمایش می‌گذارید و هنگامی‌که مشتریان درك می‌کنند که شما به آن‌ها بیشتر از پولشان دل‌بستگی دارید، شما فرصت فروش بیشتری خواهید داشت.

٦ - به همه مشتریان توجه کنید: مطالعات جنرال الکتریك نشان داد تبلیغ از طریق چهره به چهره (محاوره‌ای)، سه تا پنج برابر مؤثرتر از شکل‌های دیگر تبلیغ است. مشتریان ممکن است باانگیزه‌های متفاوت به شما مراجعه کنند، اما هیچ عاملی مهم‌تر از اعتقاد آن‌ها به شما نیست.
یکی از ساده‌ترین و درعین‌حال آسان‌ترین روش‌های ایجاد انگیزه در مشتریانی که مراجعه می‌کنند، صحبت کردن با آن‌هاست تا مطمئن شوید که آیا از خدمات شما راضی هستند یا نه؟ و سپس از آن‌ها تشکر کنید. در محیط رقابتی امروز اگر شما از این مقوله غافل شوید، سود زیادی را از دست خواهید داد. شما شریان حیاتی تجارت خود را بسته و مشتریان خود را از دست می‌دهید.

۷ - با ابرستاره‌ها احاطه شوید: توقع مشتریان همواره بسیار زیاد است و رقابت بین مشتریان هرگز شدید نیست. روزی خواهد آمد که دیگر کالاها برای مشتریان ایجاد انگیزه نمی‌کند، در آن زمان کارکنان شما نباید کوتاه یا بلند باشند. باید مطمئن باشید دارای تکنسین‌هایی هستید که می‌توانند در محیط رقابتی و زمان محدود، کالا و خدمات را باکیفیت بالا تولید کنند. شما مجبور هستید تا مدیران و ارزیاب‌هایی را که می‌توانند این رموز فروش موفق را به‌کارگیرند به استخدام خود درآورید.

جمع‌بندی

اگر شما اهداف فروش خود را مشخص کنید، اگر اطراف شما با ابرستاره‌ها احاطه شود و اگر شما رموز فروش موفق را به کار بگیرید، مطمئن هستیم نه‌تنها فروش و سود خود را رشد می‌دهید، بلکه از همه مهم‌تر شما عامل مهم هر تجارت بزرگ را توسعه‌خواهید داد: مشتریانی خشنود.