

چگونه فروش خود را افزایش دهیم (رندی گیج)

در یکی از گروه های تجاری که در آن شرکت کرده بودم در مورد یک مدل تجاری یکی از اعضا بحث می کردیم، که این مدل واقعا با مدل های تجاری دیگر او مطابقت نداشت و در واقع به تجارت اصلی وی آسیب میرساند. بنابراین او سعی داشت که این مدل تجاری را از کسب و کارش حذف کند. هر کس سعی میکرد پیشنهاد خود را به بهترین شکل به اشتراک بگذارد. من بلافاصله این بحث را با یک بحث جایگزین قطع کردم: "هر کس یک پیشنهاد خوب برای سرمایه گذاری در این تجارت بدهد من روی آن سرمایه گذاری میکنم و ۲۰ درصد از سود حاصل را به طور دائم برای او میفرستم."

چندین عضو که در آن جلسه مشاغل مشابه داشتند بلافاصله نوشتند که چرا این ایده خوب نبود و سود خوبی نداشت. (مردم دنبال چیز های ارزان هستند، آنها انتظار دارند همه چیز به صورت رایگان در اینترنت و دنیای واقعی در اختیارشان باشد) **من از این اعتقادات خود داری کردم و پاسخ هایی دادم تا اثبات کنم که چیزی که پیشنهاد کرده ام می تواند سود خوبی در وبسایت داشته باشد.**

من یک بازاریاب و کارآفرین موفق هستم، و این افراد از موفقیت های من آگاه هستند. بنابراین احتمالا شما فکر می کنید که با پیشنهاد های آنها از آن جلسه فراری شدم. اما نه....

حتی تعداد آنها دو برابر شد و پاسخ های بیشتری برای من ارسال کردند و توضیح دادند چرا مشتری هایشان دنبال چیزهای ارزان هستند و پول خرج نمی کنند، کالاهای گران قیمت را نمی خردند و انتظار دارند همه چیز رایگان باشد یا این که چرا مردم اجازه صحبت کردن به بازاریاب ها نمی دهند.

هنگامی که در آن جلسه بودم تقریبا تمام افرادی که در آن جلسه حضور داشتند نظرشان این بود که: بازارهای ارزان تر پر سود تر هستند و همیشه یک نفر در آن بازار هست که تمام سود را از آن خود می کند.

شواهدی وجود دارد که اصولا بازاریاب ها بر این عقیده هستند که بیشتر افرادی که شما با آنها صحبت می کنید به مشتری تبدیل نمی شوند یا تعداد بیشتری از مشتریان کمترین محصولات را میخرند و تعداد کمی از مشتریان بیشترین محصولات را میخرند و زمانی که سعی می کنید قیمت محصولات خود را افزایش دهید تعدادی از مشتریان خود را از دست می دهید زیرا مشتریان به این باور رسیده اند که محصولات شما ارزان هستند و یا همه چیز رایگان است.

مشتریان شما نسب به محصول و قیمت اجناس شما واکنش نمی دهند بلکه نسبت به اطلاعاتی که در اختیارشان قرار می دهید و چیزهایی که به آنها یاد می دهید واکنش می دهند. گاهی اوقات ما با پایین آوردن قیمت به مشتریان اطلاع می دهیم که اینجا هستیم تا لقمه های رایگان به شما بدهیم. به آنها می گوئیم که کالاهای ما دارای کمترین ارزش هستند و آنها را متقاعد می کنیم که کالاهای ما فقط در همین نقطه قیمتی ارزش دارند.

درست است که تمام افراد قصد قصد خرید کردن از شما را ندارند و بسیاری از افرادی که محصول را به آنها معرفی می کنید، اقلامی با قیمت قابل توجهی را از شما نمی خردند، اما این مسئله به این دلیل نیست که مردم دنبال چیزهای ارزان هستند بلکه به این معنی است که شما کار خود را به خوبی انجام نمی دهید.

به غیر از مرتاض ها و کسانی که در انتظار فرصت های الهی در صومعه سرا های بودایی هستند، در میان افرادی که شما فکر می کنید دنبال چیزهای ارزان هستند یا تماس شما را بی پاسخ می گذارند، هنوز افرادی هستند که امید و آرزو داشته باشند، مشکل داشته باشند، خواسته و نیاز و ترس هایی داشته باشند. آنها همیشه در حال خرید اتومبیل، خانه، بازی های ویدیویی، کتاب، محصولات اطلاعاتی، آیفون، لباس تیم فوتبال، هدفون بیتس، تلویزیون اچ دی، جعبه آچار، کفش ورزشی نایک، دوربین، ماشین لباسشویی، جواهرات، سمینار، اشتراک فیلم و میلیون ها مورد دیگر هستند. آنها ساعت ۴ صبح جمعه سیاه منتظر هستند تا کارت های اعتباری خود را برای خریدن محصولات بی شمار حراجی های جمعه سیاه دریافت کنند.

نود و نه درصد از مشتریان شما هر هفته صد در صد چک حقوق خود را خرج می کنند. و برخی از افراد متوسط چیزی در حدود ۲۰ درصد بیشتر از درآمدش را خرج می کند. چند ثانیه عمیقا به دو جمله آخر فکر کنید (لطفا خودتان را دریغ نکنید که مشتری شما پول ندارد یا این که فقط چیزهایی که ما تولید می کنیم را خریداری نمی کند. بیایید بپذیریم که آنها ممکن است محصولات ما را با قیمت فعلی خریداری نکنند. و این تقصیر آنها نیست. بلکه کاملا تقصیر خود ماست.

این کار مشتری نیست که بداند به کدام کالا یا خدمات ما نیاز دارد، این کار خود ماست

هر زمان که مشتریان ما خدمات یا محصولات کافی را از ما خریداری نمی کنند به این دلیل است که یا محصول مورد نظر آنها را نداریم یا محصول را داریم و آنها را وارد مدار فروش نکرده ایم: مدار فروش یعنی بازدید مشتریان برای خرده فروشی، افراد ثبت نام شده در فروشگاه اینترنتی، بازدید کنندگان

وبلاگ یا سایت، اعضای خبرنامه، افراد عضو انجمن یا گروه و غیره. این کار اصولاً سخت‌ترین کار است و بخشی است که شما احتمالاً آن را قبلاً انجام داده‌اید (سعی کنید که درک کنید در حال حاضر مشکلات و آرزوهای آنها چیست و چگونه می‌توانیم به آنها کمک کنیم. آیا محصولات و منابع تولید شده توسط ما به آنها کمک می‌کند که به رویاها اهداف و خواسته‌های خود برسند یا، قیمت گذاری، بسته بندی و یا فروش آن محصولات به مشتریان قانع کننده و موثر است؟

تمام موفقیت‌ها با انجام یک یا هر دوی این کارها ایجاد می‌شود

۱. مشکلات را حل کنید

۲. ارزش‌ها را بالا ببرید

زمانی که مشکلی را حل می‌کنید یا ارزشی برای مشتری ایجاد می‌کنید مردم حاضر می‌شوند روی شیشه‌های شکسته سینه خیز بیایند تا به شما پول بدهند.

پس لطفاً تلاش‌های بی‌نتیجه برای متقاعد کردن مشتریانی که می‌گویند من پول ندارم را متوقف کنید. آنها محصولات شما را می‌خرند فقط بهتر است مشکلات آنها را حل کنید و ارزش افزوده بیشتری برایشان ایجاد کنید با این کار تعداد زیادی از مشتریان پول بیشتری را برای محصولات شما خرج می‌کنند.

اگر می‌خواهید بدانید که چگونه فروش خود را به طور انبوه افزایش دهید؟ صحبت کردن را تمام کنید و خود را در عمل قرار دهید.

به خاطر بسپارید: فقط در مورد محدودیت‌هایی که می‌خواهید همیشه در زندگی شما بمانند استدلال کنید.