

راهکارهای افزایش فروش در ۷ روز!

ترفندها و تکنیک‌هایی برای افزایش فروش

کسب و کارها



نویسنده: یونس رحیم زاده



به نام خدا

شما حق فروش این کتاب الکترونیکی را ندارید ...

شما حق تغییر محتویات این کتاب الکترونیکی را ندارید ...

**شما می توانید این کتاب الکترونیکی را در سایت خود برای دانلود قرار
دهید ...**

شما می توانید آن را به دیگران هدیه دهید ...

شما می توانید آن را به همراه محصولات خود ارائه نمایید ...

فهرست

۴ مقدمه
۵ چرا باید فروش خود را افزایش دهم؟!
۷ ساخت تبلیغات حرفه ای
۹ کارت ویزیت
۱۲ مشتری یابی
۱۴ جمع آوری اطلاعات علاقه مندان
۱۶ معرفی محصول
۱۸ نهایی سازی فروش
۲۰ اعتمادسازی
۲۱ صحبت پایانی

مقدمه

روزانه افراد بسیاری را می بینیم که به فکر افزایش فروش کسب و کارشان هستند. این افراد، روش های بسیاری را امتحان کردند؛ اما به احتمال ۹۰ درصد، این روش ها کارساز نبوده است!

احتمالا شما بازاریاب، فروشنده یا صاحب کسب و کاری هستید و قصد دارید در کمترین زمان، فروش خود را افزایش دهید و به درآمدهای کلانی دست یابید!

در این کتاب الکترونیکی، قصد دارم روش هایی را بیان کنم که می تواند فروش شما را در کمتر از ۷ روز، افزایش دهد. به شما قول می دهم که اگر از این روش ها استفاده کنید، فروشتان در کمترین زمان، افزایش خواهد یافت!

البته این نکات، به صورت خلاصه بیان شده است تا شما اطلاعاتی جزئی در این باره به دست آورید...

اگر راهکارها و ترفندهای این کتاب الکترونیکی برایتان کارساز بودند، خوشحال می شوم نظراتتان را به ایمیل کسب و کار سبز ارسال کنید...

Info@kasbokaresabz.com

باتشکر

(یونس رحیم زاده)

چرا باید فروش خود را افزایش دهیم؟!

می دانم که انتظار نداشتید این کتاب الکترونیکی را با این مطلب آغاز کنم...! اما آیا تا به حال به این موضوع فکر کرده اید؟ آیا تا به حال فکر کرده اید که هدف شما از فروش چیست؟

قطعا پاسخ شما به سوال بالا، «درآمد» است. اما جوابتان کاملا اشتباه است! اهداف اصلی شما از فروش، باید به ترتیب زیر باشد:

۱. خدمات رسانی به مشتریان

۲. تجربه خودتان

۳. درآمد

اکنون قصد داریم در مورد هریک، توضیحاتی کوتاه ارائه دهیم ...

خدمات رسانی به مشتریان: همانطور که گفتیم، هدف اصلی شما از فروش محصول، باید رساندن خدمات به مشتری باشد! هر چه خدمات بیشتری به مشتری برسانید و برای او ارزش قائل شوید، در آینده درآمد بیشتری نصیبتان خواهد شد! در نتیجه، هدف اصلی شما از فروش، باید رساندن خدمات به مشتریانتان باشد.

تجربه خودتان: دومین مورد، تجربه است. هر چه بیشتر بفروشید، قطعا تجربه بیشتری هم کسب خواهید کرد، مشتریان زیادی پیدا می کنید،

راهکارهای افزایش فروش در ۷ روز!

محصول خود را به روش های گوناگون معرفی می کنید، از روش های مختلف افزایش فروش استفاده می کنید و... . بنابراین، هدف دوم ما از فروش محصول یا خدمت، باید تجربه باشد.

درآمد: و اما آخرین مورد، درآمد است! هیچ وقت نباید درآمد را اولین هدف در فروش بدانید. پول، ابزاری برای فریب دادن فروشندگان است!!! پول، می خواهد شما را از هدف اصلی (خدمات رسانی به مشتریان) دور کند. از پول فریب نخورید!

ساخت تبلیغات حرفه ای

موضوعی که می خواهیم در این قسمت مطرح کنیم، موضوعی بسیار مهم می باشد!

در این قسمت قصد داریم توضیح دهیم که چگونه می توانید یک تبلیغ حرفه ای و پرفروش بسازید! ساخت تبلیغات پرفروش، تخصص زیادی می خواهد؛ اما ما قصد داریم در این قسمت، توضیحاتی کوتاه ارائه دهیم.

مهم ترین موضوع در تبلیغات، عنوان تبلیغ است. عنوانی که در تبلیغاتتان استفاده می کنید، بسیار مهم هستند. عنوان تبلیغ، به مشتری یکی از پیام های زیر را می دهد:

۱. به کار خودت ادامه بده و تبلیغ را نخوان!

۲. چه جالب! ادامه تبلیغ را بخوان!

شما در ساخت عنوان تبلیغ، باید کاری کنید که پیام دوم به مشتری برسد!

برای جذابیت عنوان تبلیغ، باید از کلمات زیر استفاده کنید:

توجه!، پیشنهاد ویژه، شگفت انگیز، جدید، رایگان و...

کلمات بالا، کاری می کنند که مشتری به خواندن ادامه تبلیغ بپردازد و حتی در نهایت، محصولاتتان را بخرد!

موضوع بعدی، متون تبلیغاتی هستند. در واقع نام بردن کلمه متون تبلیغاتی، اشتباه است! بلکه باید نام آن را پیشنهاد بگذاریم. در واقع متون تبلیغاتی ما، همان پیشنهاد ما می باشد. این قسمت، می خواهد در مورد تبلیغ صحبت کند. در این قسمت، ما باید پیشنهاد خودمان را ارائه کنیم. پیشنهاد ما می تواند خرید محصول، ارائه هدیه رایگان یا چیز دیگری باشد. بنابراین، قسمت دوم تبلیغات، پیشنهاد می باشد.

و نکته آخر در این کتاب ... این است که هر تبلیغ، باید جذاب باشد. تبلیغاتی که جذاب هستند و چشمان مشتری را به سمت خود می کشانند، می توانند فروش های بسیاری برایتان ایجاد کنند. سعی کنید در تبلیغات خود، از رنگ های روشن مثل زرد، سبز، آبی، نارنجی و... استفاده کنید. این رنگ ها، چشمان مشتری را به خود می دوزند و مشتری را به خواندن تبلیغ ترغیب می کنند.

ما در این قسمت، فقط کمی در مورد تبلیغات توضیح دادیم. کتب و مقالات بسیاری در این زمینه وجود دارند که شما می توانید به آنها مراجعه کنید.

کارت ویزیت

هر کسب و کاری برای معرفی خود به دیگران، باید از ابزارهای متخلف استفاده کند. یکی از این ابزارها، کارت ویزیت است. کارت ویزیت، کسب و کارتان را به افراد مختلف معرفی می کند.

هدف از ارائه کارت ویزیت، معرفی کسب و کار است؛ اما شما می توانید از آن به عنوان ابزاری برای فروش نیز استفاده کنید.

کارت ویزیت، شخصیت یک کسب و کار را نشان می دهد!

امیدوارم جمله بالا نظر شما را نسبت به کارت ویزیت، تغییر داده باشد! این را باید به یاد داشته باشید که هر چقدر کارت ویزیت شما زیباتر، جذاب تر و ارزشمندتر باشد، کسب و کارتان بهتر به نظر می آید! همانطور که می دانید، کارت ویزیت دو صفحه دارد. شما می توانید از صفحه اول آن برای معرفی کسب و کار و از صفحه دوم برای معرفی محصولات و خدمات استفاده کنید.

در صفحه اول، باید کسب و کارتان را معرفی کنید. در اینجا باید نوع خدمات رسانی به مشتریان را نیز معرفی کنید و همچنین در پایین آن، اطلاعات تماس خودتان را درج کنید. برای مثال کارت ویزیت کسی که برنامه نویس است، باید در ابتدا، نوع خدمات رسانی به مشتریان (مثلاً: طراحی سایت، آموزش برنامه نویسی و...) و در قسمت پایین آن، اطلاعات تماس آن فرد درج شده باشد. این را به یاد داشته باشید که فقط و فقط

در کارت ویزیت، درج نام تجاری (برند) اهمیت ندارد. کارت ویزیت برای برندسازی مناسب نیست؛ بلکه برای معرفی کسب و کار می باشد. البته نام بردن از برند هم باید در کارت ویزیت باشد؛ زیرا افراد باید شما را با نامی بشناسند!

در صفحه دوم کارت ویزیت، می توانید دو کار را انجام دهید. اولین کار، این است که یک تا سه عدد از محصولات خود را معرفی کنید، دومین کار این است که یک هدیه ای به مشتری بدهید و به او یک پیشنهاد رایگان بدهید! بهتر است به جای گزینه اول (معرفی محصول)، به اهدای هدیه ای رایگان بپردازید؛ برای مثال این هدیه می تواند کد تخفیفی برای محصولاتتان باشد یا اینکه پیشنهادی رایگان باشد (مثلاً: به سایت ما بروید و فایل X را دانلود کنید!). اگر پیشنهادی که در صفحه دوم کارت ویزیت می دهید، هزینه دار باشد، افراد خیلی کمی استقبال خواهند کرد؛ اما اگر پیشنهادی رایگان باشد، افراد بسیاری استقبال خواهند کرد!

در این قسمت، فهمیدیم که در دو صفحه کارت ویزیت باید چه کارهایی انجام دهیم؛ در صفحه اول، نوع خدمات رسانی و اطلاعات تماس را بیان می کنیم و در صفحه دوم، پیشنهادی رایگان می دهیم.

و نکته آخر در کارت ویزیت، گرافیک (طرح) آن می باشد. هرچه کارت ویزیت شما زیباتر باشد، مشتری زمان بیشتری آن را نگه می دارد و برای کارت ویزیت شما ارزش قائل می شود! در کارت ویزیت، سعی کنید از

راهکارهای افزایش فروش در ۷ روز!

رنگ هایی زیبا و جذاب استفاده کنید. برای مثال رنگ های روشن مثل زرد، سبز، آبی و... می تواند مناسب باشد. فونت متون هم باید زیبا باشند؛ همین متنی که در حال خواندن آن هستید، با فونت «یکان» می باشد.

کارت ویزیت خود را شلوغ نکنید و متون طولانی و خسته کننده ننویسید!

مشتری یابی

اگر مشتری نباشد، قطعاً کسب و کاری هم نخواهد بود، فروشی انجام نخواهد شد و در نهایت، درآمدی نخواهید داشت!

در نتیجه، باید به دنبال روش هایی برای مشتری یابی بگردیم ...

در زیر، برخی از روش های مشتری یابی را مشاهده می کنید ...

- ارائه هدیه رایگان: یکی از روش های برای مشتری یابی، ارائه هدیه رایگان است. در واقع شما وقتی کسی را می بینید که به کسب و کار و محصولات شما نیازمند است، می توانید به او هدیه ای کوچک بدهید و او را علاقه مندتر سازید! این کار، باعث می شود که مشتری، به شما اعتماد کند و در آینده، محصولات شما را خریداری کند.
- درخواست از مشتری برای بازاریابی: روش بعدی، درخواست از مشتریان است! شما می توانید به مشتریان بگویید که شما را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند. به این روش بازاریابی، بازاریابی ویروسی می گویند. می توانید چند عدد از کارت ویزیت های خود را به مشتری ارائه دهید و به او بگویید که اینها را به دوستان خود بدهد و البته برای اینکار او هم هدیه ای در نظر بگیرید!
- عضویت در شبکه های اجتماعی: روش بعدی برای مشتری یابی، عضویت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی می باشد. اپلیکیشن هایی مثل تلگرام، اینستاگرام و... را تقریباً همه مردم دارند و در

آن فعال هستند. در این شبکه های اجتماعی، کسب و کار و محصولات خود را معرفی کنید و سعی کنید به عنوان فردی که صاحب کسب و کاری است، فعالیت کنید.

- بروشورها: این روش، می تواند یک روش مناسب برای مشتری یابی باشد! شما می توانید برای معرفی کسب و کار خود به دیگران، بروشور توزیع کنید و کسب و کار و محصولاتتان را به افراد مختلف معرفی کنید. حتی می توانید از یکی از دوستان خود، بخواهید تا اینکار را برایتان انجام دهد.
- بازاریابی اینترنتی: روش آخر که می خواهیم بیان کنیم، بازاریابی اینترنتی می باشد. شما می توانید با ایجاد وبلاگ یا وبسایت، از طریق اینترنت خودتان را به افراد مختلف معرفی کنید.

در بالا، فقط چند روش ساده برای مشتری یابی بیان کردیم. روش های بسیار زیادی برای اینکار وجود دارند که شما می توانید با استفاده از اینترنت، مقالات بسیاری در این زمینه مطالعه کنید.

جمع آوری اطلاعات علاقه مندان

این راهکار، یکی از بهترین و مناسب ترین راهکارهای افزایش فروش است. کسب و کارهایی موفق هستند که با مشتریان خود، همواره ارتباط برقرار کنند.

جمع آوری اطلاعات علاقه مندان (جمع آوری اطلاعات کسانی که به کسب و کار و محصولات شما نیازمند هستند و یا علاقه دارند)، به معنی جمع آوری نام، ایمیل، تلفن و... آنهاست. در واقع شما باید اطلاعات (نام، نام خانوادگی، ایمیل، شماره همراه، آدرس و...) علاقه مندان را از آنها دریافت کنید و همواره با آنان در ارتباط باشید.

جمع آوری اطلاعات علاقه مندان کاری می کند که با آنها دائما در ارتباط باشید و محصولات خود را به آنها (در آینده) معرفی کنید.

اکنون یک سوال به وجود می آید: چگونه اطلاعات علاقه مندان را جمع آوری کنیم و با آنها در ارتباط باشیم؟

برای دریافت اطلاعات علاقه مندان، چند راه را بیان می کنم:

- ارائه هدیه رایگان: اولین راه، ارائه هدیه رایگان است. این هدیه می تواند یک خودکار باشد، می تواند یک دی وی آموزشی باشد، یا حتی یکی از محصولات ارزان قیمت شما باشد! وقتی به مشتری بالقوه خود می گوئید: «به ازای دریافت اطلاعاتت، من این هدیه را به صورت رایگان به تو می دهم!». اکنون به نظرتان

مشتری پیشنهاد شما را رد می کند؟! اگر خودتان جای مشتری بودید، آیا این پیشنهاد را رد می کردید؟!!!

• ارائه محصول رایگان: روش دوم برای دریافت اطلاعات علاقه مندان، ارائه یکی از محصولات ارزان قیمت شما می باشد. ارائه محصول رایگان، بهتر از دادن هدیه رایگان می باشد! زیرا وقتی محصولی رایگان ارائه می کنید، مشتری بالقوه شما، کیفیت آن محصول را مشاهده می کند؛ اما هدیه، محصول شما نیست و ربطی به کسب و کارتتان ندارد!

• ارائه کد تخفیف: روش سوم، ارائه تخفیف می باشد. شما به ازای دریافت اطلاعات مشتری، به او برای خرید محصول، تخفیف می دهید! این کار می تواند بسیار مناسب و موثر باشد.

در بالا، سه روش برای دریافت اطلاعات علاقه مندان را توضیح دادیم؛ البته روش های بسیاری برای اینکار وجود دارد و ما در بالا، فقط به برخی از این روش ها پرداختیم که واقعا کارساز و موثر هستند!

پس از دریافت اطلاعات علاقه مندان باید به برقراری ارتباط با آنها بپردازید. برای مثال، هر هفته با آنان تماس بگیرید و محصولات جدید خود را معرفی کنید. به آنها ایمیل بفرستید و آنها را از فروش های ویژه خود مطلع کنید.

معرفی محصول

اکثر فروشندگان، در بحث معرفی محصول، مشکل دارند! آنها نمی دانند که چگونه محصولات خود را به روشی عالی معرفی کنند... .

در اینجا قصد داریم قدم به قدم، معرفی محصول را (به صورت خلاصه) توضیح دهیم.

در ابتدا که مشتری را می بینید، باید با او ارتباطی صمیمی برقرار کنید. سپس، به معرفی محصول بپردازید.

در ابتدای کار، مشخصات محصول را بیان کنید. منظور از مشخصات، همان ویژگی های محصول است؛ برای مثال اگر می خواهید کتابی را بفروشید، مشخصات آن را که شامل نام کتاب، مولف، تیراژ و... می باشد، توضیح دهید.

سپس، به بیان مزایای محصول بپردازید. مزایا، مشخصات نیستند؛ بلکه سودها و نفع هایی هستند که مشتری پس از خرید محصول به دست می آورد. برای مثال، مزیت یک کتاب می تواند این باشد: «با خواندن این کتاب، پس از ۱۰ روز، شادتر خواهید شد!». این، یک مزیت است؛ در واقع، یک سودی برای مشتری دارد.

مزایای محصول را به صورت کامل بیان کنید.

پس از بیان مزایا، باید نظرات مشتریان راضی را بیان کنید. منظور از نظرات مشتریان راضی، نظرات کسانی است که قبلا محصول شما را

راهکارهای افزایش فروش در ۷ روز!

خریده اند و نظر خود را بیان کردند. گفتن نظرات مشتریان، باعث می شود مشتریان دیگر نیز به شما اعتماد کنند و محصولاتان را خریداری کنند.

نهایی سازی فروش

در قسمت قبل، در مورد معرفی محصول صحبت کردیم. در این قسمت، قصد داریم در مورد نهایی سازی فروش صحبت کنیم.

وقتی به مشتری محصول خود را معرفی می کنید، باید او را متقاعد کنید که همین الان، محصولات را خریداری کند! اما اینکار چگونه ممکن است؟ در اینجا قصد داریم به بررسی برخی از این روش ها بپردازیم. ...

- اختیار برای مشتری: اولین راهکار، گذاشتن اختیار برای مشتری است. برا مثال اگر می خواهید فایل ویدئویی بفروشید، از مشتری بپرسید: «قصد دارید این محصول را به صورت دانلودی تهیه کنید یا به صورت دی وی دی؟». اختیار گذاشتن برای مشتری، باعث می شود تا مشتری فکر کند شما ارزش زیادی برای او قائل هستید و می خواهید به او کمک کنید!
- پیشنهاد ویژه! راهکار دوم، ارائه پیشنهاد ویژه است. منظورمان از پیشنهاد ویژه، پیشنهادی محدود می باشد. برای مثال در تبلیغات خود، بنویسید: «۲۰ درصد تخفیف فقط تا ۷ روز دیگر!». این کار باعث می شود که مشتریان زیادی در این زمان (مثلا ۷ روز) به شما مراجعه کنند و محصولات را تهیه کنند. در نتیجه شما با این روش، فروش را نهایی سازی کرده اید.
- ارائه محصول رایگان: در روش سوم، شما به مشتری می گوید که اگر محصولات را همین الان تهیه کند، می تواند محصول X را هم به صورت رایگان دریافت کند!

راهکارهای افزایش فروش در ۷ روز!

در این قسمت، ۳ روش مناسب برای نهایی سازی فروش را بیان کردیم که امیدواریم از آن استفاده کنید!

اعتماد سازی

این بحث، یکی از طولانی ترین بحث ها در زمینه فروش است. اما قصد داریم آن را به صورت خلاصه، در این قسمت بیان کنیم.

برخی از روش ها برای اعتمادسازی مشتریان، عبارت اند از:

- گفتن مزایا: وقتی مزایای محصول خود را به صورت کامل به مشتری توضیح می دهید، قطعاً او به شما اعتماد خواهد کرد! مشتری، وقتی مشاهده می کند که با خرید محصول، چقدر سود می کند، قطعاً به شما اعتماد خواهد کرد!
- شیک بودن!: نکته بعدی، شیک بودن و مرتب بودن است! یک بازاریاب یا فروشنده حرفه ای، اگر لباسی نامرتب داشته باشد، هیچ کسی به او برای خرید محصول اعتماد نمی کند! همیشه سعی کنید در جلوی مشتری، آراسته و مرتب باشید.
- ضمانت و گارانتی: روش سوم، ارائه ضمانت و گارانتی است. با اینکار، مشتری به شما اعتماد می کند؛ زیرا می داند که اگر محصول مناسب نبود، می تواند آن را پس دهد!

از روش های بالا می توانید برای اعتمادسازی مشتریان استفاده کنید.

صحبت پایانی

امیدوارم همیشه موفق باشید!

مطالبی که در این کتاب الکترونیکی بیان شد، مطالبی کاربردی بودند اما به طور خلاصه بیان شدند! به هر حال، امیدوارم از این مطالب استفاده کافی را برده باشید و مورد پسند شما واقع شده باشد!

باتشکر

(یونس رحیم زاده)