مهارات الإقناع في البيع



◄لا يقوم الزبائن عادة بالشراء بسبب مزايا المنتج، بل يقومون بالشراء بسبب فهمهم لبعض منافع تلك المزايا.

لسوء الحظ معظم رسائل التسويق والمبيعات تتحدّث عن المزايا وتترك الزبون يحاول بنفسه اكتشاف ماذا يستفيد من تلك المزايا. وكأنّك تطلب من زبونك أن يقوم بأعمالك الصعبة بدلاً منك.

ستكسب المزيد من الزبائن، وبسرعة أكبر، إذا بيّنت المنافع من استخدام منتجك بدلاً من الميزات التي يحتويها المنتج.

وفيما يلي ست قواعد لعمل ذلك. استناداً إلى محادثتي مع واحد من مستشاري المبيعات المفضلين (لدي، باري راين):

1- اعرف الفرق بين المنفعة والميزة

الميزة: هي الشيء الذي يُعرّف بماهية المنتج أو الخدمة المقدّمة للمنتج.

المنفعة: هي الشيء الذي يعني الزبون أو الخدمة التي تعني الزبون. كمثال:

* خطأ: هذه السيّارة تحتوي على سقف آمن للغابات الماطرة. (ميزة)

* صح: هذه السيّارة تبقي عائلتك بأمان. (منفعة)

2- استخدم لغة ثرية ولكن مفهومة

سيتذكّر الزبائن المنفعة لمدّة أطول وبشكل أسهل إذا شرحت لهم باستخدام كلمات سهلة وقوية تثير العاطفة وهذا ما يُعرف بـ(فن الاقناع).

مثال:

* خطأ: هذا السقف يوفّر الحماية في حالة حوادث الانقلاب.

* صح: إذا انقلبت هذه السيّارة فهناك فرصة كبيرة أن تخرج من غير أذى.

3- تجنّب الكلمات الرنانة الخالية من المعنى والمصطلحات

لا شيء يصفي المنفعة من العاطفة أكثر من استخدام كليشيهات الأعمال المتعبة أو المصطلحات الفنّية بشكل مفرط.

مثال:

* خطأ: الإنجاز المتين للبروتكول 80210.

* صح: يمكنك الاتصال عملياً بأي مكان.

4- ابق لائحة المنافع قصيرة

يستطيع معظم الناس أن يحتفظوا بفكرتين أو ثلاثة في ذاكرتهم المؤقتة في المرّة الواحدة. فلوائح المنافع الطويلة ستتسبّب بالإرباك فقط.

مثال:

*خطأ: هاهي المنافع العشرة الأولى لاستخدام منتجنا.

* صح: الأمران الأكثر أهمّية للتذكر، هما…

5- اكد على ما هو فريد لك ولشركتك

قد تقنع المنافع العامّة لمنتجك الزبون بالشراء…؛ لكن ليس بالضرورة أن تستخدم المنافع التي تميزك عن منافسيك!

مثال:

*خطأ: برمجياتنا تجعلك أكثر إنتاجية.

* صح: سجّل زبائننا انخفاضاً وسطياً مقداره 30% في النفقات، وهو تقريباً ضعف المتوسط الصناعي.

6- اجعل منافعك واقعية ومحدّدة

يتجاهل الزبائن المنافع النظرية والمشروحة باستخدام أحوال وصفات غير واضحة. المنافع الواقعية والمحدّدة مقنعة أكثر وتبقى في الذهن.

مثال:

* خطأ: يمكننا تخفيض تكاليف الجرد بشكل جذري.

* صح: نحن نخفض تكاليف الجرد 25% بشكل وسطي.►