

استراتيجيات أمهر البائعين في العالم

The Strategies of the Most
Skilled Sellers



المحاضرة الأولى



- قوة المعلومة
- البيع الإنساني
- سهل الرفض
- رد على الاعتراض قبل أن يُقال
- اسأل عميلك



6. البائعون المحترفون يمتلكون قوة المعلومة، وليس مجرد معلومات محفوظة

6. Have power of knowledge



قوة المعلومة تعني

أن تعرف الشيء وعكسه، وتستطيع أن تقنعي بكلا الأمرين
في آن واحد، أي تمكن كامل من المعلومة

تمرين Exercise



بيع لي هذا الموبايل
Sell me this phone



7. البائعون المحترفون نبلاء إنسانيون

7. Human sales

هناك اعتقاد خاطئ أن كلمتي نبيل وبيع لا يجتمعان في جملة واحدة!



الهدف النبيل متلازم مع زيادة المبيعات

العلاقة بين وجود هدف نبيل وبين زيادة الأرباح

Noble Purpose VS Increased Revenue

شركة DELOITTE قامت بعمل بحث ظهرت فيه علاقة وثيقة بين وجود هدف نبيل وبين زيادة الأرباح

وجدوا أن الهدف النبيل

- يحرك الأرباح

- يزيد تدفق العملاء

- يزيد فاعلية المساهمين

- يحفز الموظفين



البيع إنساني

عام 2016 سحبت شركة حلويات مشهورة كمية كبيرة من منتجاتها من 55 دولة
والسبب عثور مستهلك من ألمانيا على قطعة بلاستيك في إحدى منتجاتها



قررت الشركة سحب منتجاتها كاملة من السوق كعمل احترازي لتتأكد من سلامة كل المنتجات
ربما التصرف عجيب لك، فقد كان يمكنها أن تقول أنها قطعة واحدة فقط ونأسف على ذلك!
لكن هذا التصرف نبيل وإنساني، ويعني الكثير للعملاء، ويترك انطباعات لا يستهان بها
ولا يمكن حذفها من الذاكرة فتبني ولاءً كبيراً لها





عندما تبيع لا بد أن تفكر أنك تعمل لخدمة شيء أكبر من نفسك
ومن الشركة، وهو ما نسميه القيمة المضافة

The added Value



غسل سيارته فاشترى العميل فوق طاقته

He Cleaned his car

The client purchased more than his needs





بيزوس مؤسس أمازون أنه حضر ورشة عمل عن إدارة المكتبات
ذكر المحاضر فيها أن هناك زبون جاء للمكتبة يشتكي أن سيارته
اتسخت بسبب أواني الزرع الطينية الخاص بالمكتبة



صاحب المكتبة قام بضيافته في بيته وأشربه شايًا، وقام بغسل سيارة الشخص بنفسه، واعتذر له وأعاد له مكانه

ربما تعتبره سذاجة ومبالغاً فيه!!

- لكن النتيجة أن الزبون عاد اليوم الثاني واشترى أكثر من حاجته بكثير وقال:
"أنتم مكان يستحق أن يدعم وأن يسوق له"
- هذا درس كبير في إيجاد قيمة مضافة لعملك.

لذلك استراتيجية: "أنا ومن بعدي الطوفان" أكبر مبدأ خطأ في البيع

البيع عملية مستمرة، ولا بد أن تحترم السوق ليجتازك



8. سهل عملية الرفض - لا تجعل الأمر شخصياً

8. Easy to reject

اعرف المؤشرات جيداً وحاول أن تقرأها من البداية، ولا تضيع وقتك
معه، بل اهتم بالشخص الذي لديه مشكلة ولديك حل لها



الاعتراض دليل إيجابي لأنه دليل على أن المتلقي مهتم، وحينما تحاول معه وتجده غير متقبل لا تزيد الأمر.. بل سهل عملية الرفض لتوفر وقتاً للشخص الذي يملك نية شراء

9. رد على الاعتراضات قبل أن يخبرك بها الزبون

9. Response to the objections before its said



- السعر مرتفع لأن جودتنا لا تقارن
- الطابعة أبطأ من المنافس، لكن السبب أن الحبر عندنا أفضل وجودة الصورة أعلى بكثير

جهاز نفسك للرد على الاعتراضات

Prepare yourself to handle objections



- السعر مرتفع عليّ في ظروفه الحالي
 - هناك نظام للتقسيط أو للدفع على دفعات
 - لست في حاجة له الآن
 - هناك خصم 60% حتى نهاية الشهر، أقترح أن تعيد التفكير
 - لست متعجلاً للشراء الآن
- أؤكد لك أن الشراء الآن له فوائد استثنائية لأن الخصم الحالي كبير ولا يتكرر كثيراً، كما أن سيستم الشركة يعطي امتيازات للمبادرين وللمشتريين الآن من كروت خصومات وهدايا عينية.. إلخ



10. اسأل عميلك وخذ وقتك لفهم احتياجاته

10. Ask your customer and understand his needs

الدكتور حينما يقوم بعملية لك، لو لم يعرف التاريخ المرضي يمكن أن يعطيك دواءً خطأ
وتموت!
اسأل عميلك!

الأسئلة الاستخباراتية للبائع المحترف

Professional seller's Questions



وهي طريقة يتبعها بعض المحترفين في سؤال العميل واستخراج كل حاجاته
قبل توجيه السؤال يجب بناء علاقة جيدة مع العميل، بعد ذلك نتوجه بالبدا بالأسئلة
المفتوحة وننتهي بالأسئلة المغلقة

أسئلة المبيعات المفتوحة Open Questions

ابدأ محادثات المبيعات بأسئلة مفتوحة مصممة لجعل العميل مرتاحاً في التحدث هذه ليست أسئلة هدفها البيع المباشر، لكن على غرار أسئلة المصالح الشخصية واستخدم الموضوعات ذات الصلة التي ستؤدي فيما بعد إلى البيع.

1. خلق علاقة

1. Create a Relationship

وهي أن تبني علاقة شخصية بينك وبين العميل بأن تحدثه عن شيء من اهتماماته أو شيء يحبه، وهذا يبني ألفة ممتازة، مثل أن قد تلاحظ شعاراً رياضياً وتساءل شيئاً عن الموضوع
مثل: (منذ متى وأنت من محبي هذا الفريق؟) (أنا أيضاً أشجع هذا الفريق، من لاعبك المفضل؟)

2. تحديد الاحتياجات

2. Specify the Needs



وهي أن تسأل عميلك ما هو الموقف الذي أدى إلى استفسارك عن هذا الأمر؟

مثل: (ما نوع الصعوبات التي تواجهها؟)

أو (ما الذي جعلك تقرر النظر في منتجنا أو خدمتنا؟)

ويوجد سؤال جيد آخر للوصول إلى قلب الحاجة هو (كيف يمكنني مساعدتك لحل الأمر؟)



3. وضع الميزانية

3. Set a budget

من الأمور التي تثير الانزعاج لك ولعميلك هو السؤال عن تكلفة المنتج أو الخدمة، دع العميل يخبرك بالمبلغ الذي يريد إنفاقه، ثم يدرس الخيارات المتاحة بهذه التكاليف، واستخدم أسئلة مفتوحة للغاية ومباشرة مثل (ما نوع الميزانية التي خصصتها لهذا الغرض؟) و (ما نوع البدائل التي تفكر فيها؟)

4. معلومات التوهج

وهذه أخطر مرحلة، وهي التي تمنح عميلك مجاملة محترفة بمجرد الاستماع إلى الإجابة دون مقاطعة أو تشجيع الردود عندما تطرح سؤالاً مفتوحاً، هنا فكر في الحلول التي تتناسب مع الميزانية المعلنة للعميل أثناء الاستماع إلى الإجابات، ثم قم بإلغاء أي خيارات يذكرها العميل بشكل سلبي استخدم أسئلة المتابعة المفتوحة للحصول على مزيد من المعلومات

مثل (كيف ذلك؟) أو (ماذا يمكنك أن تخبرني عن هذا؟)

الأسئلة المغلقة

بمجرد أن تنهي الأسئلة المفتوحة بهذا التسلسل الاستخباراتي
الآن عميلك جاهز لإغلاق البيع بشكل ممتاز وبدون تعقيدات
مثل: الآن هذا أفضل خيار لك.. أعتقد أنه سيكون مناسباً لك، ثم تذكر الأسباب..
"كم قطعه تريد من هذا المنتج؟"
"هل تريد أن تعرف العرض المتاح الآن؟"

المحاضرة الثانية



- ديباجة البيع
- اظهر كذو منصب
- لا تقل "لا" أبداً
- لا نخلق احتياجاً، بل رغبة
- العميل يبحث عن المتعة

11. لا تستخدم ديباجة البيع بلا وعي

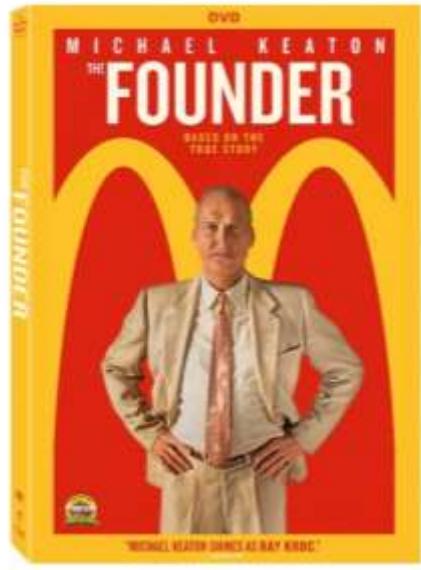
11. Sales Pitch

للأسف.. 80% من البائعين يستخدمها بدون وعي!!



ماذا تعني الديباجة البيعية؟



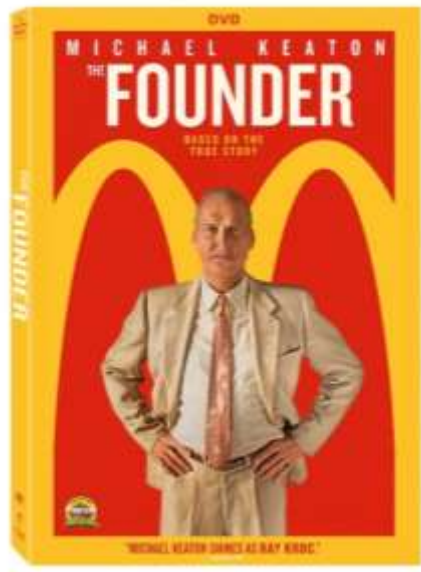


هل شاهدت أول مشهد في فيلم The Founder
حيث يظهر راي كروك وهو يحاول إقناع أصحاب المطاعم أن
يشترؤا آلة خفق اللبن لصناعة الآيس كريم





حقوق المادة العلمية لصالح استشاري التسويق والمبيعات - محمد شريف



- رائع، أليس كذلك؟!
- للوهلة الأولى قد تنبهر، لكن العجيب أن النتيجة لهذا العرض الرائع كانت دوماً:
لم يشترِ أحد.. بل كان يُطرد أحياناً
- هنا يفهم المحترفون أن RAY كان يستخدم دباغة البيع Sales Pitch بلا وعي؛
ولهذا لم ينجح!

ديباجة القلم:

"يأتيكم هذا القلم الرائع بضمان كذا. خامات التصنيع المستخدمة فيه من النوعية الأرقى التي تجمع بين أرفع جودة وأعلى سلامة صحياً وبيئياً، ولأن مصنعيه لم يتركوا شيئاً للصدفة فإنك ترى أن لونه الأصفر هذا يجعل العثور عليه سهلاً جداً، وهذه الممحة قطعة رائعة تضمن سلامة الورق ونظافة طاولة وشكل مقطعه تريح المعصم، وطلاؤه السميك اللين يجمع بين المتانة وبين الملمس المحبب والمريح، إلى جانب سلامته المختبرة في حال التلامس المديد مع البشرة أو ابتلاع جزيئات منه.. إلخ"

ويستمر 5 دقائق أو أكثر دون أن يخطر بباله التوقف لطرح سؤال أو جس نبض الزبون أو دعوته لطلب ما يحتاج





سيبدأ في طرح الأسئلة

- حول الاحتياجات للمنتج؟
- وكم شخص يستخدم المنتج؟
- وما العائد عليهم من استخدامه؟
- وما الذي يبحثون عنه؟

فرق واضح بين الطريقتين البائعون ما بين...

يتفهم دوافع الشراء لدى زبونه
المحتمل، ثم يحدد الطريق الصحيح
لعملية البيع وظروفها

لا يعرفون إلا الترغيب والإغراء بديباجة
العبارات والأفكار المعلبة

اسأل اسأل اسأل
حتى تعرف كيف تعطي زبونك ما يريد، لا ما تريد

12. اظهر للعميل أنك ذو منصب وسلطة بالشركة

12. Display your position



- اخبر الناس عن منصبك إن كان مهماً نائب المدير، مدير المبيعات.. إلخ
- وأنت شخصياً تعامل معه لأنه عميل مميز الناس تحب أن تتعامل مع أصحاب القرار



13. لا تستخدم "لا" أبداً

13. Don't say no



العقل لا يفهم لغة النفي

The mind does not understand the language of negation

استخدم التوكيدات الإيجابية



بدلاً من لا تقلق.. قل: اطمئن

بدلاً من لا تشغل بالك.. قل: استرح

بدلاً من لا يوجد تقسيط.. قل: النظام كاش



14. نحن لا نخلق الاحتياج، لكن ننافس على تلبية رغبات العملاء

14. We do not create a need but a want



مستحيل تخلق الاحتياج NEED

لكنك تستطيع صناعة الرغبة Want

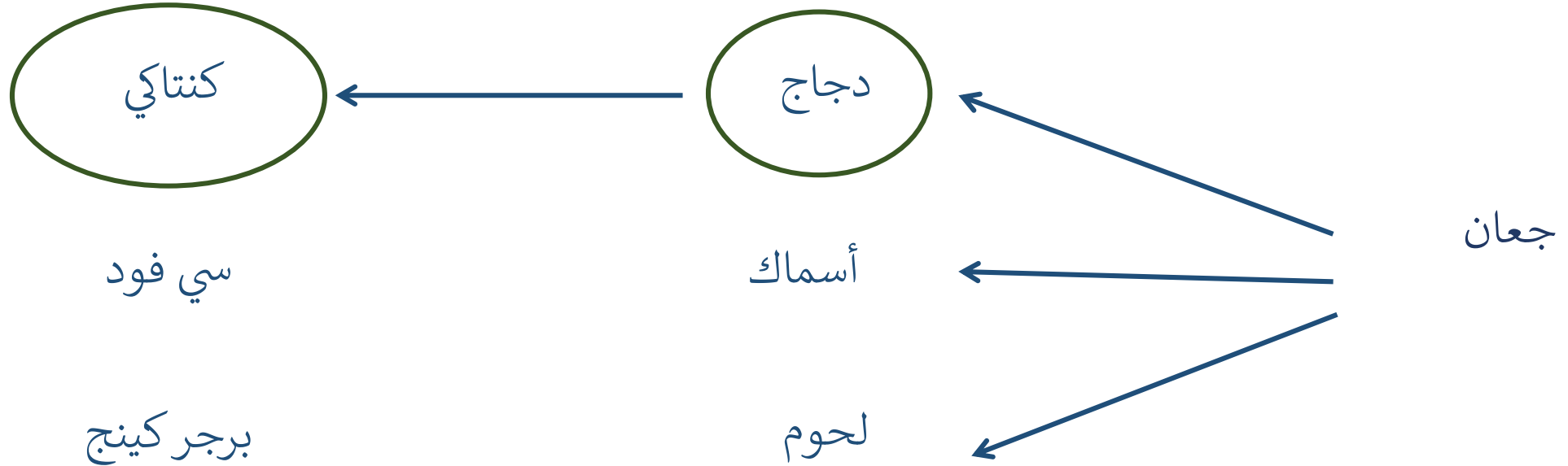
لطلب منتجك Demand

رسالة بيعية كاملة: "لما تعطش اشرب سفن اب"

هنا لم أجبره على العطش، لكن أعلمته حينما يكون لديه هذا الاحتياج؛ رغبته تطلب الأفضل وهو 7up

الاحتياج - الرغبة - الطلب

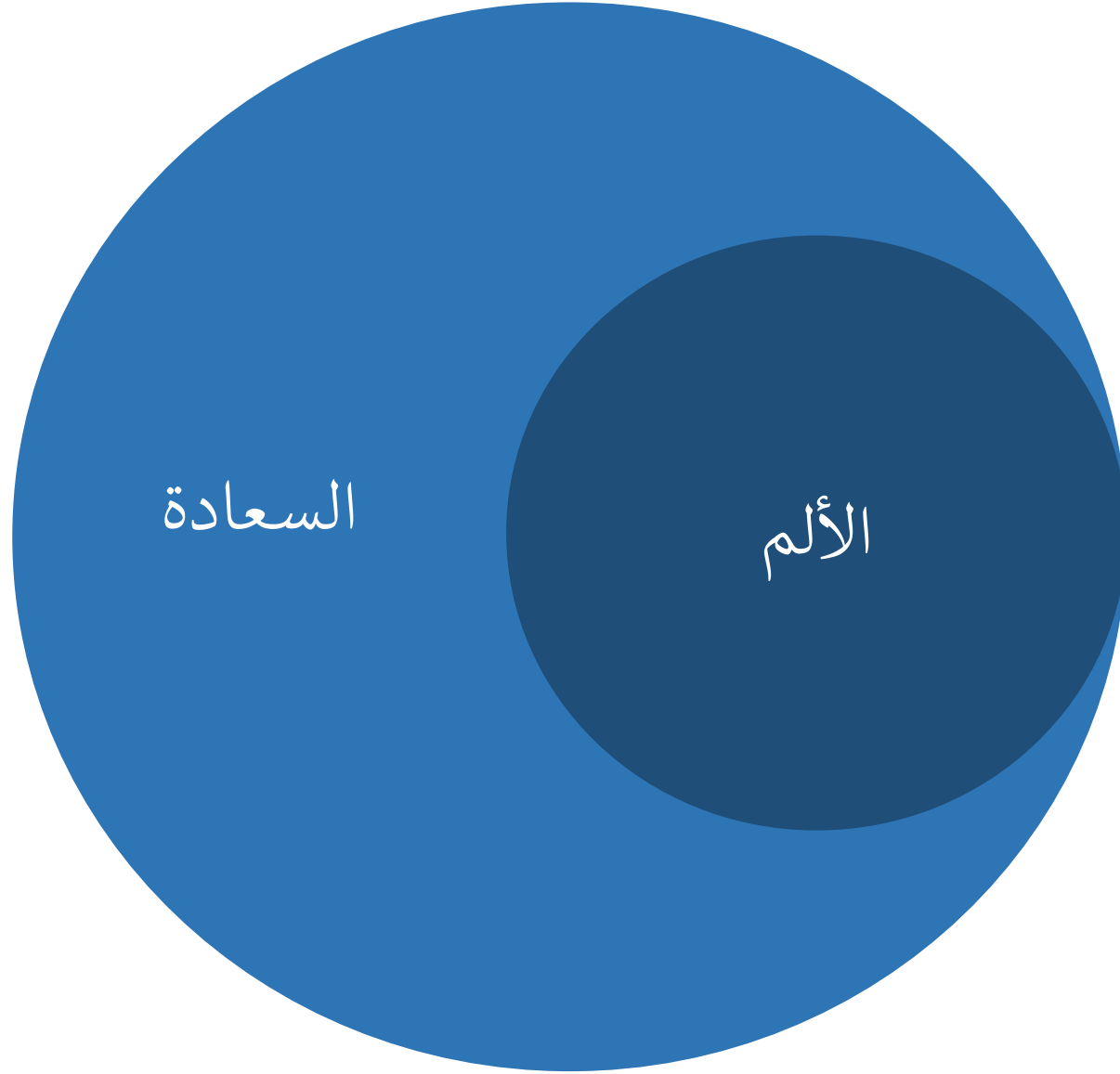
Demand - Want - Need



"جعان.. كل دجاج كنتاكي"

15. الزبائن تشتري بحثاً عن المتعة وهروباً من الألم

15. The customers buy for pleasure



حقوق المادة العلمية لصالح استشاري التسويق والمبيعات - محمد شريف

قرار الشراء قرار مؤلم للعميل لأنه يدفع مال

فيجب أن ينسى هذا الألم بشعوره بسعادته
لأنه اشترى المنتج

المحاضرة الثالثة



- بيع المنافع وليس المميزات
- بيع للعقل اللا واعي
- اجعله يشعر بالفخر
- خيارات أكثر أم أقل؟
- أثر فضول العميل



- اخلق قصة
- البيع خطوبة لا تنتهي
- كلماتك ليس لها قيمة
- الضربة القاضية للعميل المتردد
- تعوّد على الرفض



16. الزبون لا يهتم بمميزات المنتج، بل بالمنفعة التي تعود عليه

16. Sell benefits, not features



- تسوق في النهار ومنزعج من الزحمة؟
- هل تذكر آخر مرة وجدت سيارتك بها خدش بالجانب!
- السواقين أسلوبهم سيئ ويتخرون الزبائن
- الجراش الذي وضعت به سيارتك ليس نظيفاً كفاية، وتتأخر في إخراج سيارتك من الازدحام
- ما رأيك في خدمة توصيل تغنيك عن كل هذا؟

هنا تم بيع الفوائد!!

تمرين Exercise



بيع لي هذا الشراب القطن المصري باقتراب فصل الشتاء!!
Sell me this Egyptian cotton socks as winter is near



الإجابات ستكون ما بين Answer Will be

الثاني

أنا أعلم أن قدمك تكون باردة جداً
في الشتاء، وهذا الشراب من القطن
المصري المعروف أنه لا يضاهيه
قطن في التدفئة

الأول

الشراب من القطن المصري المتميز
المعروف بجودته ومتانته وجودة
صناعته عالمياً

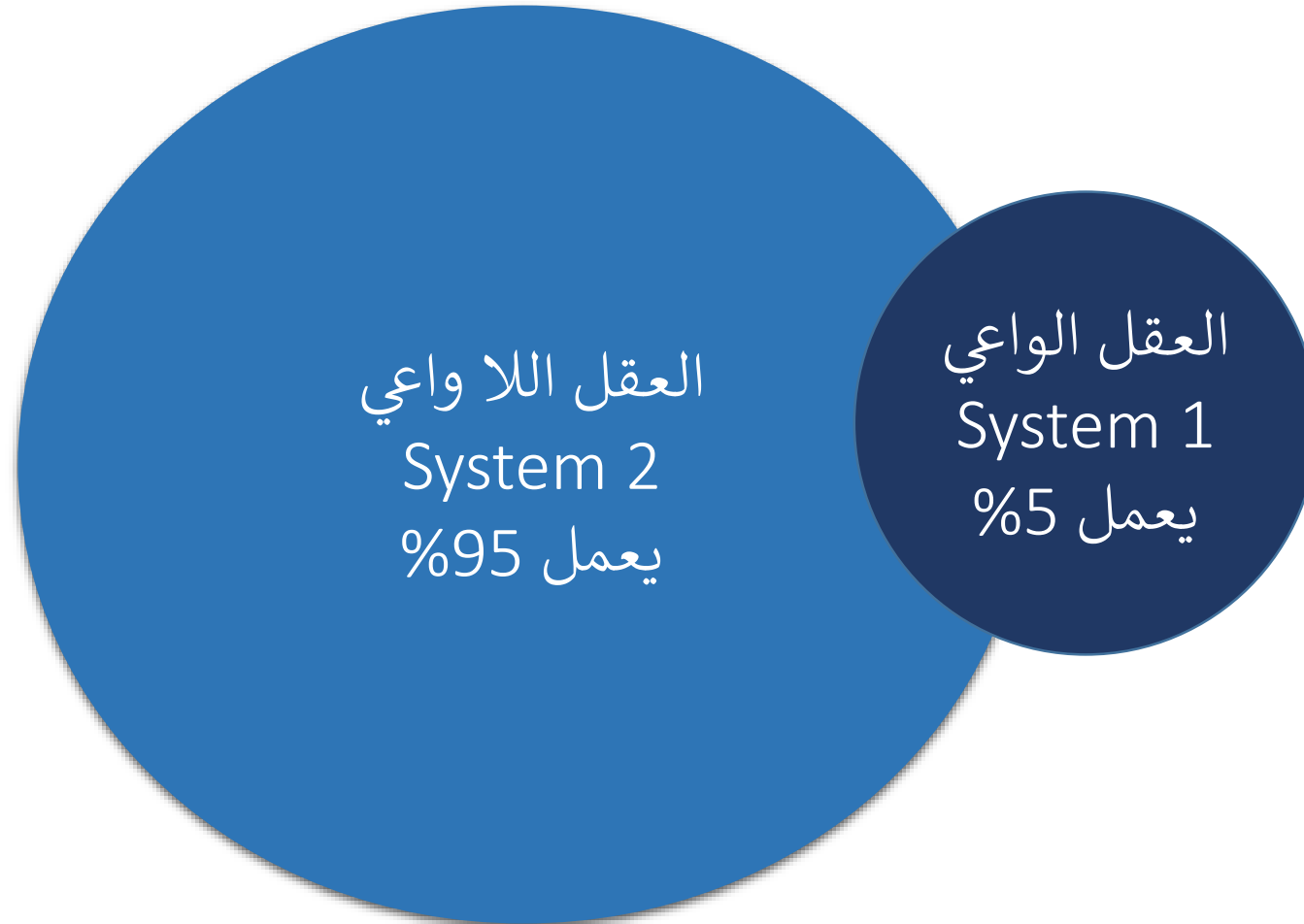


17. استخدم علم نفس البيع

17. Psychology of buying and selling



اجعل العقل اللا واعي مشتعلأ دائماً
اوقف العقل الواعي عن العمل





اجعل System 2 مشتعلًا

- العقل اللا واعي رائع في الشراء
- يميل للتبسيط والانطباعات الأولى والموافقة
- سريع بعمل علاقات ولا ينتقد أي شيء
- يشتعل ويحب من أول نظرة، ويكره بسرعة



متى أعرف أنه يعمل؟

عندما يسألك العميل أيهما أفضل؟

أخبرني برأيك أنت!

العقل اللا واعي مشترك مع الإنسان والحيوان

ماذا تفهم من هذا؟!

18. العميل يريد أن يشعر بالفخامة والفخر بما يملك

18. Make him feel proud



العقل دوماً يميل لاقتناء كل ما هو ذي قيمة، وذلك رغبة في
تقدير الذات والشعور بالرضا عن النفس بالانتماء للفئة التي
تقتني كل ما هو ذي قيمة عالية



هذا يفسر لماذا Apple مرتفعه الثمن
لأنها رسخت مبدأ الفخر والفخامة في تفاحتها
وأي شخص يحمل منتج من منتجاتها يشعر بهذا



19. أكثر من الاختيارات ولا تتبع استراتيجية (Take it or leave it)



كلما زادت الخيارات تحسن القرار

More options, better decision

تجربة شخصية.. اختبر السوق بمنتج واحد



اسمع زبونك خيارات عديدة

لا تعطي العميل دوماً أقل من 3، ولا أكثر من 7 خيارات



20. اجعل الزبون هو من يطلب، ولست أنت من يعرض فقط

20. Make the customer asks, not you. You only offer

الناس أصبحت تقاوم البيع نفسياً، إذاً ما الحل؟

قم بإدارة فضول العميل

Spark customer curiosity

اجعل الزبون يكلمك فضولاً، ولست أنت من تسوق له
بصناعة رابط ذهني يتذكرك به

تمرين Exercise



تم تعيينك مدير المبيعات بشركه دعاية وإعلان، ونريد نصاً ترويجياً لتحريك الفضول للمشتريين

You are promoted to be Sales Manager and you need a marketing text
to spark buyers curiosity



الإجابة المقترحة

Suggested Answers

- هل تحب أن تكون صفحتك أعلى صفحة في الفئة الخاصة بك؟!
- هل تريد أن تحصل على متابعين بنصف السعر الذي يدفعه المنافسون؟!
- هل تريد أن تصل لأكبر عدد ممكن من العملاء بأقل سعر؟!
- هل تحب أن تكون صفحتك مصدراً للمشتريين الفعليين بعيداً عن المتفرجين؟!
- هل تريد أن تحصل على هذا كله من دون عمل بوست واحد إضافي أو فيديو أو مونتاج!!
- كلمنا الآن لتعرف الطريق على رقم..



21. اصنع قصة عن كل منتج

21. Create a story



اخلق قصة نجاح بها فوائد وتجارب سابقة حدثت بالفعل
القصص من أقوى الطرق لإقناع العملاء لأنهم يتفاعلون معها شعورياً



تذكر:

الجميع يحب سماع القصص

We All Love Stories

22. البيع عملية خطوبة لا أريد أن تنتهي بالزواج أبداً

Create a story

دوماً مرحلة الخطوبة يظهر فيها أفضل ما فينا، ونتعمد إخفاء عيوبنا أو أخطاءنا حتى نظهر
بأفضل صورة ممكنة، والكل يتمنى أن تستمر وأن تنتهي
كذلك البيع، أريدك أن تعامله بهذا المنظور



23. الكلمات ليس لها قيمة

23. Your words have NO value

أي اتصال ما هو إلا 3 عناصر

The 3 Elements of Communication



أهم عنصر هو لغة الجسد بلا منافس Body Language



الصورتين أمامك
الآن وصلتك الرسالة
بدون أي كلمة أو صوت





24. في حالة تردد العميل يجب أن تستخدم الضربة القاضية

24. The knockout of the reluctant customer

الضربة القاضية The Knockout



اعطِ العميل:

- فترة تجريبية
- هدية شخصية
- شيء مجاني



25. تعود على الرفض

25. You must get used to rejection

يجب أن تتعود على الرفض

You Must get used to rejection



- الرفض جزء أساسي من البيع
- كل صفقه تحققها أمامها 3 على الأقل لم تحقق
- كلما زادت "لا" فأنت قريب من "نعم"

جدول ال لأ

نعم	لا	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	لا	لا
نعم	لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا
نعم	نعم	لا	نعم	لا	لا	لا	لا	لا	لا
نعم	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	لا	لا	لا

المحاضرة الرابعة



- المبيعات لعبة أرقام
- تعلم أنماط الشخصيات (الأنظمة التمثيلية)
- الإقناع المفحم - براعة الفم
- البائع المحترف يعرف المبادئ ال7 للمفاوض المحترف



26. المبيعات لعبة أرقام

26. Sales is a numbers' game

المبيعات لعبة أرقام Sales is a numbers' Game



- التارجت
- عدد الاتصالات
- عدد الصفقات
- عدد ال "لا"
- عدد المقابلات
- عدد العملاء المحتملين
- قيمة الصفقة



27. تعلم أنماط الشخصيات، وعامل كل شخص بما يفضل

27. Learn character styles

لا بد أن تتعلم:

- الأنظمة التمثيلية
- مربع الشخصيات
- طرق التفكير R & L
- بوصلة الشخصيات
- شخصية العملاء والتعامل معهم



النظام التمثيلي

Representation system

- النظام البصري Visual system
- النظام السمعي Auditory system
- النظام الحسي Kinesthetic system

الشخص ذو النظام البصري Visual system



حقوق المادة العلمية لصالح استشاري التسويق والمبيعات - محمد شريف

الشخص ذو النظام البصري Visual system



- يتحدث بسرعة وبصوت عالي
- تنفسه قصير وسريع
- يتميز بالحركة الدائمة والنشاط والحيوية
- يعطي اهتماماً كبيراً للصور وللمناظر أكثر من الأصوات أو الأحاسيس خلال التجارب والمواقف التي يمر بها
- يقرر سريعاً وعلى ما يراه شخصياً أو على أساس تخيله للحياة
- يكون صور سريعة؛ لذلك هو يناسب التخطيط الاستراتيجي أو الشامل

الشخص ذو النظام البصري Visual system



- يشتري ما تراه عينه جميلاً
- يشتري ما يراه فريداً وغير مكرر
- يشتري ما يشعره بالفخر والاعتزاز
- يشتري ما يرى نفسه فيه جميلاً

الشخص ذو النظام البصري Visual system



- يع للبصري بالتخيل وبالتجربة الحية وبالكلمات الرنانة التي تشعره بالفخر
- مثلاً زوجة ذات نظام بصري: يكون اهتمامها بالملابس وبألوانها وبمشاهدة مناظر جديدة أكثر من اهتمامها بأقوال صديقاتها.

الشخص ذو النظام السمعي Auditory system



الشخص ذو النظام السمعي

Auditory system



- يستخدم طبقات صوت متنوعة أثناء التحدث
- يتنفس بطريقة هادئة
- متزن ويتميز بقدرته الشديدة على الإنصات للآخرين بدون مقاطعتهم
- يعطي اهتماماً للأصوات أكثر من الصور والأحاسيس خلال تجاربه وما يمر من أحداث
- يأخذ قراراته على أساس ما يسمعه وعلى تحليله للموقف، ولا يقرر بسرعة
- يناسب التخطيط المنطقي المتسلسل أو ما يعرف بتخطيط العمليات

الشخص ذو النظام السمعي Auditory system



- يشتري ما يسمع عنه أنه جيد
- يشتري ما له قطع غيار ووكلاء
- يشتري ما يراه معمرأً وقويأً
- يشتري ما يراه منطقياً في حاجة له
- يشتري كل ما له تاريخ وماركة

الشخص ذو النظام السمعي

Auditory system

- بع للسمعي بالأرقام وبالنتائج وبآراء العملاء السابقين وبالضمان
- مثلاً زوجة ذات نظام سمعي: يكون سمعها مرهفاً تسمع أخبار الناس وأرائهم وتهتم بها وتميل إلى نقلها فهي مشغولة برأي من حولها في المنتج أكثر من انشغالها بجمال الفساتين والمناظر

الشخص ذو النظام الحسي Kinesthetic system



الشخص ذو النظام الحسي Kinesthetic system



- يتميز بالهدوء ويتحدث بصوت منخفض
- يتنفس ببطء وبعمق
- يعطي اهتماماً للشعور وللأحاسيس أكثر من الصور والأصوات
- يأخذ قراراته بناءً على أحاسيسه
- من الممكن أن يؤثر الآخرون على أحاسيسه، وبالتالي على قراراته
- قادر على التنوع بين الأنظمة الثلاثة وفق إحساسه بالموقف، إذا أحبك يمكنك أن تأخذ عينيه
- يناسب التخطيط الاجتماعي والوظائف التي ترتبط بالعلاقات الإنسانية

الشخص ذو النظام الحسي Kinesthetic system



- يشتري ما يحبه
- يشتري ما يعجب من حوله
- يشتري ما يريحه
- يشتري من الشخص الذي يسعده
- يشتري من المكان المريح الهادئ

الشخص ذو النظام الحسي Kinesthetic system

- يع للحسي بالحب وبالمشاعر وبعرض الأكثر راحة وبساطة
- مثلاً زوجة ذات نظام حسي: لا تحب الكلام الكثير من البائع، بل تميل إلى التفكير والتأمل، ولا تحب الاتصال الصاخب بالناس، بل المكان الهادئ المريح والمنتج البسيط الجميل



يمكنك تحديد الشخصية بسهولة من خلال كلماتها

A word can identify the character

- كل شخصية لها كلمات وجمل وصفية تعطي توضيحاً لنمطها - حتى أنت يمكنك ملاحظة نفسك
- باستماعك إلى أي شخص يتحدث ستكتشف أنه يستخدم ويكرر كلمات وجمل معينة تعبر عن النمط
لتمكن من البيع له بسهولة

الشخص ذو النظام البصري Visual system

يستخدم كلمات تعبر عن نظامه التمثيلي، مثل:

(تخيل - رأيت - انظر - تسليط الأضواء - صورة مشوشة - يدقق النظر - النظر إلى المستقبل - متلون المزاج)

الشخص ذو النظام السمعي Auditory system

يستخدم كلمات مثل:

(سمعت - انصت - تكلم - ينصت باهتمام - قوة الكلمة - نغمات عذبة - صوت واضح انتبه لما أقول -
كلام الناس - كثير الكلام)

الشخص ذو النظام الحسي Kinesthetic system

يستخدم كلمات مثل:

(أحسست - شعرت - يغلي من الغضب - ألم في الظهر - يخفق قلبه - أشعر بأنه يجرح كرامته - أعصابه باردة -
خشن - ناعم)



28. البائع المحترف يعرف طرق الإقناع المفهم وبراعة الفهم

28. Art of persuasion and Skillfulness



سيدنا محمد وقصة الراعي الذي ولد له ابن ليس من نفس لونه



ربي يأتي بالشمس من مشرقها

فأت أنت بها من المغرب!!!

بعض الأمور ركز عليها للإقناع

Persuasion Tips



- الاهتمام بالمظهر الخارجي طريقة جيدة للإقناع
- التركيز على فائدة المنتج جزء هام في إقناع المستهلك
- اصنع فيديو تعريفى قصير ومؤثر لمنتجاتك
- صور مبدعة وكلمات مؤثرة قصيرة تحفز للشراء
- استخدام كلمات سهلة ومفهومة
- الاستعداد التام للرد على كل التفاصيل
- فيديو | 20 طريقة للإقناع



الاهتمام بالمظهر الخارجي طريقة جيدة للإقناع

External appearance is a good way of persuasion

الاهتمام بالمظهر الخارجي للمنتج/الخدمة له وقع كبير بنفس العميل

- قد تكون صورة مبدعة بها مؤثرات تجذب العملاء
- أو كلمات مؤثرة قصيرة تحفز للاستفسار عن شراء المنتج
- أو فيديو تعريفى قصير ومؤثر عبر الموقع الإلكتروني
- أو إعلان مؤثر في طريقة العرض عبر التلفاز



توضيح فائدة المنتج طريقة ناجحة للإقناع

Demonstrating product utility is a successful way to persuade

- ذكر فائدة المنتج جزء هام في إقناع المستهلك
- من الممكن أن يكون المنتج واحد، إلا أن منفعته تختلف من عميل إلى آخر



توضيح فائدة المنتج طريقة ناجحة للإقناع

Demonstrating product utility is a successful way to persuade

مثال: السيارة

- هناك من يهتم بالشكل الخارجي، وهناك من يهتم بالجودة، وهناك من يحتاج القوة، وهناك من يحتاجها تعمل لفترات طويلة، وهكذا.
- لذلك ليكون الإقناع ناجحاً يجب أن تعرف احتياجات السوق جيداً حسب العوامل الجغرافية، والفئات العمرية، وغيرها من العوامل.

استخدام كلمات سهلة Use easy words

- لكي تكون مقنعاً كن مباشراً في تسويق المنتج من حيث اختيار الكلمات الأكثر سهولة التي يفهمها المشتري والعميل، فلا تختار كلمات صعبة غير مفهومة. كلما كانت الكلمات مؤثرة ومباشرة في تسويق المنتج، أقنعت العميل بالشراء.
- التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، تقديم فيديو تعريفى، موشن جرافيك، إعلان تلفزيوني، احرص على الكلام السهل البسيط المؤثر.



الاستعداد التام للرد على كل التفاصيل

Full preparation to answer all the details

- الإلمام بجميع تفاصيل الخدمة والمنتج حافز كبير لزيادة درجة الإقناع، وجزء هام في فن التسويق والمبيعات.
- حب المنتج والإلمام بالتفاصيل ينعكس على درجة إقناع البائع، يقتنع العميل بضرورة الاستفادة بكل هذه التفاصيل التي تفيده في حياته اليومية.
- ومن ناحية أخرى الاستعداد للإجابة عن جميع الاستفسارات والأسئلة حول المنتج أو الخدمة.



29. البائع المحترف يعرف المبادئ الـ 7 للمفاوض المحترف

29. Professional seller knows the 7 principles
of a professional negotiator



المبدأ الأول:

اكسب الآخرين قدر الإمكان

The first principle:

Win others as much as possible



المبدأ الثاني:

لا تقلل من قدر أحد مهما كان

The second principle:

Never underestimate anyone, no matter what



المبدأ الثالث:

اقتنع برأيك أولاً!

The third principle:

Be convinced of your opinion first!



المبدأ الرابع:

فاوض من منطلق القوة

The fourth principle:

Negotiate from a position of strength



المبدأ الخامس:

لا تكن حالماً، كن واقعياً

The fifth principle:

Don't be a dreamer...be realistic



المبدأ السادس:

حاول دائماً أن تهئ الطرف المقابل للتفاوض

The sixth principle:

Always try to prepare the opposite party for negotiation



المبدأ السابع:

أنت تربح.. أنا أربح.. الكل يربح

The Seventh principle:

It is a Win Win situation

فن التفاوض الفعال

The art of effective negotiation



المبدأ الأول: اكسب الآخرين قدر الإمكان

المبدأ الثاني: لا تقلل من قدر أحد مهما كان

المبدأ الثالث: اقتنع برأيك أولاً!

المبدأ الرابع: فاض من منطلق القوة

المبدأ الخامس: لا تكن حالماً، وكن واقعياً

المبدأ السادس: حاول دائماً أن تهئ الطرف المقابل للتفاوض

المبدأ السابع: أنت تربح.. أنا أربح.. الكل يربح



المحاضرة الخامسة
استراتيجيات جوردان بلفورت
Jordan Belfort Strategies



- كن جائعاً!
- الفعل دائماً أقوى من الكلام
- التصور هو كل شيء
- البحث عن العملاء هو روح المبيعات

استراتيجيات جوردان بيلفورت Jordan Belfort Strategies



البائع يمتلك مبادئ وأفكار تجعله شخصاً لا يعرف الهزيمة
حتى أن الفشل لا يوقفه!
بل يعود ليقف على قدميه مجدداً لبدأ العمل ويكمل مشواره.

أفضل دروس النجاح من جوردان بيلفورت

Best success Lessons from Belfort

30. كن جائعاً Be hungry

إن لم تكن ذئباً أكلتك الذئاب!

- يتم أخذ الفرص من قبل الأكثر جوعاً. كن جائعاً! كن ذئباً!

- العالم يعمل بطريقة استثمار الفرص - لا تماطل!

- كن على استعداد واهجم حين تتيح لك الفرصة وتمسك بها حتى تصبح لك!



أفضل دروس النجاح من جوردان بيلفورت

Best success Lessons from Belfort

31. الفعل دائماً أقوى من الكلام

Action is always stronger than speech



- الكلام رخيص؛ لذا بدلاً من الحديث عن الشيء، كن ذلك الشيء! أظهره للأشخاص من حولك من خلال أفعالك في الحياة واجعله يحدث ويعرف عنك.
- إذا كنت تريد أن تكون غنياً؛ فعليك برمجة حياتك وعاداتك لتكون غنياً.

أفضل دروس النجاح من جوردان بيلفورت Best success Lessons from Belfort

32. التصور هو كل شيء

Perception is everything

• كن أنيقاً دائماً.

يتعلق الأمر دائماً بالعرض والتقديم، ويعكس ذلك أخلاقياتك في العمل وسمعتك
اظهر للعالم كيف تراه وكيف تريد تغييره - كن معبراً في ما تفعل!



أفضل دروس النجاح من جوردان بيلفورت Best success Lessons from Belfort

33. البحث عن العملاء هو روح المبيعات

Search for customers is the spirit of sales



- حاول إنهاء عملك بعملية رابحة!
- حاول أن تنهي الاتفاق بمكالمة هاتفية مع كل مرة تم رفضك فيها
- هدفك الأول عند أي عميل جديد هو كسب ثقته، وراحتك



تؤكد له أن قراره صحيح الزبون يريد الشراء، لكنه يحتاج لدفعة

The Customer wants to buy, but needs a push of Assurance



المحاضرة السادسة

ال 10 "لا" التي يجب عدم قولها

The 10 negations

- عشرة "لا" يجب أن تنتبه لهم جيداً
- مدربون أنصحك بمتابعتهم
- أفلام أنصحك بمشاهدتها
- نصيحة أخيرة

العشرة (لا) 10 Negations



1. لا تقل شراء المنتج، بل قل امتلاك المنتج
2. لا تقل سعر أو ثمن أو تكلفة، بل قل استثمار
3. لا تقل دفعات / مبالغ شهرية، بل قل استثمار شهري
4. لا تقل عقد، بل قل اتفاق
5. لا تضيع العميل الدائم فهو أقوى بكثير من العميل الجديد

العشرة (لا) 10 Negations



6. لا تفاوض على السعر، ركز على القيمة
7. لا يوجد شيء اسمه منتج غالي!
8. لا تجبر الزبون على الشراء، بل اجعله يشعر بالاستياء إذا لم يشتري منك
9. لا تتكلم كثيراً، بل افعل كثيراً
10. لا تضع يوماً إلا ومارست فيه البيع، إما اوفلاين وإما اونلاين؛ حتى لا تنسى ما تعلمته



مدربون أنصحك بمتابعتهم Recommended Trainers

ZEG ZEGLAR •

Vusi Thembekwayo •

MIKE BROX •

TONY BOZAN •

MOHAMED EL-BAZ •

EHAB MUSALLAM •



أفلام أنصحك بمشاهدتها Recommended movies

Wolf of wall street •

Wall Street •

Wall Street (Money Never Sleeps) •

Thank You For Smoking •

The Founder •

نصيحة أخيرة A final Tip

- البائع المحترف هو من يجعل المشتري رابحاً أكثر منه
- البائع المحترف هو من يصنع مزيداً من البيع
- البائع المحترف هو من يشتري من الزبون لا يبيع له
- البائع المحترف هو من لا يغلق الباب أبداً، بل يتركه موارباً
- البائع المحترف هو من يتحكم في تعبيرات وجهه جيداً
- البائع المحترف هو من يبيع ليساعد الناس وليس ليستغلهم



- ملخص ما تم شرحه في المحاضرة
- مستعد للقادم.. اختر ما يهمك

ملخص ما تم شرحه في الكورس

Course Summary

- تاريخ المبيعات
- هل البيع فطرة أم مكتسب
- ماذا يمكنك بيعه؟
- معنى بائع
- ما هي الصورة النمطية للبائع؟
- الفرق بين البائع العادي والمحترف
- سمات البائع المحترف
- 7 طرق تصنع انطباعاً أولاً ممتازاً
- لماذا يشتري الناس؟
- هرم الاحتياجات (ماسلو)



استراتيجيات أمهر البائعين عالمياً

The strategies of the most skilled international sellers

- مغامرة بع لي هذا القلم
- بع لمن يريد فقط
- بع بالهاتف
- أنت تساعد الناس لا تبيع لهم
- أشعري أنك خير
- قوة المعلومة
- البيع الإنساني
- سهل الرفض
- رد على الاعتراض قبل أن يُقال
- اسأل عميلك (الأسئلة الاستخباراتية)
- ديباجة البيع



استراتيجيات أمهر البائعين عالمياً

The strategies of the most skilled international sellers

- اظهر كذو منصب
- لا تقل "لا" أبداً
- لا نخلق احتياج، بل رغبة
- العميل يبحث عن المتعة
- بع المنافع وليس المميزات
- بع للعقل اللا واعي
- اجعله يشعر بالفخر
- خيارات أكثر أم أقل؟
- أثر فضول العميل
- اخلق قصة
- البيع خطوبة لا تنتهي
- كلماتك ليس لها قيمة



استراتيجيات أمهر البائعين عالمياً

The strategies of the most skilled international sellers

- الضربة القاضية للعميل المتردد
- تعوّد على الرفض
- المبيعات لعبة أرقام
- تعلم أنماط الشخصيات (الأنظمة التمثيلية)
- الإقناع المفحم – براعه الفم
- المبادئ ال7 للمفاوض المحترف
- كن جائعاً!
- الفعل دائماً أقوى من الكلام
- التصور هو كل شيء
- البحث عن العملاء هو روح المبيعات
- عشرة "لا" انتبه لهم جيداً
- مدربون / أفلام أنصحك بمتابعتهم

القادم أفضل، فكن مستعداً

The best is yet to come get ready

- كيف تضاعف ربحك بصناعة مزيد من البيع
- زيادة العملاء الذين تتعامل معهم
- الحرص على بناء علاقات جديدة
- كيف تباع أكبر قدر ممكن لنفس العميل
- أفضل 7 طرق لصناعة انطباع أول لا يمكن محوه
- ما العلامات لقول: الآن حان وقت أن تنهي الصفقة؟
- أفضل 7 طرق لإتمام الصفقات
- الكلمات والجمال التي يجب أن تسمعها للعميل
- جمل إياك أن تستخدمها مهما حدث
- سمات البائع المحترف وكيف تحصل عليها



شكراً لكم