

بيع المشكلة والحل للعميل

مقدمة - تعريف البيع

- هو عملية اقناع الاخرين بفكرة او خدمة فهو فن الاقناع وبالتالي فن الحياة وكلنا نعمل به في حياتنا اليومية مع اكتشاف وتحديد الرغبات ثم ارضاء الرغبات
- هي عملية اكتشاف الرغبات وارضاء هذه الرغبات عن طريق الاستماع الجيد والاسئلة الخاصة بتحديد الرغبات
- العميل هو شخص يتنم اقناعه بفوائد المنتج بالنسبه له وليس بالنسبه لرجل المبيعات
- لغة الجسد وتبره الصوت والتعبيرات من اهم المؤثرات في العملية البيعية الناجحة مع التركيز على الميزة التنافسية للمنتج
- جانب اخر للمبيعات وهو اكتشاف ورضاء دوافع العميل اى الرغبة وما وراء الرغبة - الاحتياج هو الطلب الظاهري اما الدافع فهو الطلب الخفي داخل العميل عن طريق معرفه اهم ميزة لاختبارك المنتج هذا تحديدا ومعرفة اذا وفرت او قدمت لك ...
- منتج جديد ليس له احتياج او دافع وبالتالي يحتاج الاجتهاد في خلق مشكلة للعميل وبالتالي حل المشكلة في المنتج الخاص بي -خلق الاحتياج عبر خلق مشكلة

المبيعات

تقنيات بيع المشكلة والحل

- تقنية ال GBS - general benefits statement
- عناصرها : الحقيقة وهدفها توصيل المعلومة الحقيقية للعميل - تضخيم المشكلة لشعور العميل بمدى الخطورة والاحتياج للمنتج تجنباً للمشكلة - الحل وهو المنتج او الخدمة الخاص بي
- من اساسها هي اشعار العميل انك خائف عليه وعابر مصالحته وليس هدفك هو البيع , اذا شعر العميل انك تباع له فيهرب منك

التقنية الثانية وهي تقنية spin

للتعرف على احتياجات ودوافع العميل ومشاكله الحالية الخفية وهي مجموعة من فن صياغة السؤال مثل :

السؤال المغلقواجابته من كلمة واحدة والسؤال المفتوح اجابته أكثر من كلمة ذو النهاية المفتوحة وتستخدم لمعرفة احتياج العميل

سؤال عن الموقف - سؤال عن المشاكل الخفية - سؤال التصخيم - سؤال تضخيم الاحتياج النهائي

طلب تقييم من العميل عن مدى رضائه عن المنتج الحالي - المنافس من 1-10 ماهي الميزة المفقوده التي تجعل التقييم 10-10

تقنية نظرية المسطرة

حينما يكون عميلك راضيا عن المنافس عن طريق :

تعرفنا على بيع المشكلة والحل بمستوياتها الثلاثة وهي : المستوى الاول اكتشاف ورضاء الاحتياجات والمستوي الثاني هو اكتشاف وارضاء الدوافع والمستوي الثالث هو خلق الاحتياج عبر خلق المشكلة بتقنياتها الثلاثة - GBS - SPIN - المسطره

بيع المشكلة والحل

الخلاصة