



فروشنده های ناآگاه فکر می کنند "نه" مشتری به معنای
نخریدن است و ناامید می شوند، اما فروشنده های آگاه
و کاربلد می دانند که این "نه" یعنی "کمی زمان بیشتر
برای آگاه شدن لازم است" و می مانند.

تام هاپکینز

تام هاپکینز، شگفت انگیزترین فروشنده دنیا

تیم تحریریه اقیانوس آبی

تام هاپکینز نویسنده هجده کتاب در زمینه فروش است. از کتاب های پرفروش او می توان به "چگونه می توان بر هنر فروش مسلط شد" اشاره کرد که بیش از ۱,۷ میلیون نسخه در سراسر جهان فروخته است. این کتاب پر فروش به عنوان یک راهنمای مرجع برای افراد در تمام زمینه فروش در نظر گرفته شده است. از سال ۱۹۷۶، شرکت تام هاپکینز اینترنت نشنال به ارائه بهترین استراتژی ها و تکنیک های فروش به افراد و شرکت ها اختصاص داده شده است. امروزه بیش از ۳۵۰۰۰ شرکت و میلیون ها فروشنده حرفه ای در سراسر جهان، روزانه از مطالب آموزش حرفه ای افزایش فروش او استفاده می کنند. از کتاب های تام هاپکینز می توان

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.



به ” اگر نخریدند چه کنیم؟“، ”فروشنده پیشرو“ و ”تسلط بر هنر فروش“ اشاره کرد.

در این مطلب ۶ دلیل نخریدن مشتریان از شما را از نظر تام‌هاپکینز و سخنان کوتاه تام‌هاپکینز را می‌خوانید:

دلایل نخریدن مشتری از شما

تام‌هاپکینز معتقد است که دلیل‌های زیادی وجود دارند که مردم چرا از شما خرید نمی‌کنند، ولی بیشترین دلیل نخریدن افراد ۶ مورد زیر است:

۱

نا امنی

همیشه احساس مثبتی که توضیح شما درباره محصول می‌تواند ایجاد کند، بر احساس منفی که مشتری هنگام خرج کردن پول دارد غلبه می‌کند. برای بیشتر مردم پول برابر با امنیت است. برخی از آن‌ها در گذشته مشکلات زیادی به خاطر کمبود پول داشته‌اند، در نتیجه گرفتن پول از آن‌ها کار دشواری است. کار شما این است که به آن‌ها کمک کنید تا بفهمند فواید محصول شما خیلی بهتر از ننگه داشتن آن مقدار پول است.

۲

دو دل بودن

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

برخی مردم هیچوقت نمی‌توانند تصمیم قاطع بگیرند. کار شما این است که به آن‌ها اطمینان بدهید که هر تصمیمی بهتر از دو دلی است. به آن‌ها بفهمانید کسانی که نمی‌توانند تصمیم بگیرند، اکثر وقت خود را تلف می‌کنند.

۳

تاخیر

تعریف من از تاخیر این است: اگر در گذشته زندگی کنید و از امروز اجتناب کنید، فردای خود را از دست خواهید داد. وقتی امکانات محصول شما برای خریداران مفید باشد و توضیحات شما صحت داشته باشد، این وظیفه شماست که مشتری را متقاعد کنید همان لحظه از شما خرید کند و آن را به تاخیر نیاندازد.

بیشتر بخوانید: قوانین طلایی مذاکره

۴

پول

چه مشتریانتان پول داشته باشند چه بی‌پول باشند، شما باید به آن‌ها بفروشید. اگر محصول شما واقعا برای مشتری بی‌پول شما مفید باشد، شما باید به او راهکاری جهت افزایش درآمد و به‌دست آوردن پول جهت خرید محصول خود بدهید.

۵

هیچوقت از آن‌ها خواسته نشده

حدس بزنيد چه اتفاقي افتاده؟ بله، بعد از تحقيقاتي كه در مكان‌هاي بدون فروش انجام شده، در صد خيلي زيادي از مشتريان اين پاسخ را دادند “آن‌ها به ما توضيح دادند، ولي هيچوقت از ما خواسته نشد بخريم!”

۶

ترس

همه‌ي ۵ دليل اول به نحوي با ترس مرتبط هستند. وقتي انسان‌ها مي‌ترسند، احساس راحتی نمي‌کنند. وقتي احساس راحتی نکنند، گيج مي‌شوند كه چرا در حال صحبت با شما هستند و يك ذهن گيج شده هميشه جواب منفي مي‌دهد.

سخنان تام هاپكينز درباره فروش

حرفه‌اي باشيد.

اگر مي‌خواهيد مردم به شما توجه کرده و به نظرات شما درباره محصول يا خدماتتان، گوش فرا دهند، بايد در رفتار و برخورد خود همچون کارشناسي حرفه‌اي ظاهر شويد. ظاهري خوب و آراسته داشته باشيد و با اطمینان به‌پيش برويد. مشتريان به شور و شوق و اطمینان شما بيشتر از اطلاعات فني و تخصصي‌تان، توجه نشان مي‌دهند.

همه چيز را نگويد.

بسياري از فروشندگان بر اين باورند كه در هنگام معرفي کالا و خدمات، مي‌بايست هر آنچه را كه در چننه دارند به مشتريان بالقوه ارائه دهند. برخي از اين فروشندگان حتي بعد از اينكه مشتري موافقت خود را درباره خريد از ايشان اعلام مي‌نمايد، باز هم به صحبت خود ادامه مي‌دهند. چنين عملي مي‌تواند به آساني داستاني غم‌انگيز از فروش در زندگي حرفه‌اي شما باقي بگذارد!

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



يك مأموريت شخصي داشته باشيد.

شما بايد در زندگي‌تان يك مأموريت داشته باشيد، يعني يك پس‌زمينه براي تمام افكارتان! مأموريت من اين است: "هر لحظات را طوري سپري كن كه ۱۰ سال بعد به خودت افتخار كني."

شما هم بايد مأموريتي براي خود داشته باشيد، چه چيزي از خودتان مي‌خواهيد؟ چه چيزي براي شما ارزش است؟ آن را با خط درشت بنويسيد و بر روي ميز كارتان بچسبانيد تا هر وقت خواستيد كاري انجام دهيد آن را در پس‌زمينه ذهنتان داشته باشيد.

ارزش زمان را بدانيد.

زمان ارزشمند است، ما فقط ۸۶۴۰۰ ثانيه در روز داريم. اكثر مردم آن ثانيه‌ها را در راه‌هاي بي‌هوده و با بهره‌وري پايين تلف مي‌كنند. مردم موفق ز مانشان را به‌درستي مديريت مي‌كنند. پس شما هم مراقب ثانيه‌هايتان باشيد و آنها را ارزان نفروشيد.

كارهايتان را اولويت بندي كنيد.

بدون اولويت‌بندي، بهره‌وري و افزايش كارايي امكان‌پذير نيست. در انتهاي هر روز ۵ دقيقه را به تعيين اولويت‌هاي كاري روز بعد اختصاص دهيد تا انرژيتان را صرف كارهاي بي‌ارزش نكنيد.

پشتكار بالا داشته باشيد.

بسياري از افراد در مورد تصميم بزرگي صحبت مي‌كنند، ولي هيچ وقت به آن نرسند. دليل آن ترس از شكست يا بي‌خيال بودن فرد است. افراد موفق كاري

را که می‌گویند انجام می‌دهند. آن‌ها به جزئیات توجه می‌کنند تا موضوعات بی‌ارزش بزرگ نشده و تبدیل به فاجعه بزرگ نشوند.

بهترین‌ها را از گذشته بگیرید تا آینده را بسازید.

دنیا پر از تکنولوژی‌های مدرن است. انسان‌های موفق از تکنولوژی برای افزایش ارتباط مؤثر و از ادامه‌ی روش‌های سنتی مثل نوشتن نامه تشکر با دستخط خودشان برای افزایش تأثیرگذاری و نفوذ در افراد استفاده می‌کنند.

در برابر نه شنیدن مقاوم باشید.

برای بسیاری از افراد شنیدن نه غیرقابل تحمل است. تنها راه برای ادامه این است که بدانیم این تنها یک کسب و کار است.