



معرفی دو ابزار بسیار کاربردی برای سیستمی کردن واحد فروش

تیم تحریریه اقیانوس آبی

مرحله اول برای سیستم سازی فروش این است که فرایندهای واحد فروش خود را بنویسید. در این مرحله دو مشکل اساسی ممکن است وجود داشته باشد:

1. شما نمی دانید چه باید بنویسید! که این یعنی وضع موجود واحد فروش، برای شما به عنوان مدیر نیز مشخص نیست و نمی دانید چه اتفاقی می افتد. یا اینکه در مکتوب سازی فرآیندهای فروش مشکل دارید.

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

نتيجه: اين مشكل باعث مي شود كه نيروهاي فروشتان هر کدام به سليقه خودشان كارها را انجام داده و اكثر مراحل را اشتباه طي كنند.

2. شما مي دانيد چه فرآيندهايي در واحد فروشتان انجام مي شود ولي اين فرآيندها خيلي ساده و مبتدي هستند، مثلا فقط چند بازياب دارند كه بدون هيچ اصول و روش خاصي به مشتري فقط زنگ مي زنند و هر يك سبك خاص خود را دارند.

نتيجه: در اين حالت هزينه مكالمه ها زياد، بهره وري واحد فروش بسيار پايين است و تعداد زيادي از مشتري ها از دست مي روند.

شروع سيستمي كردن واحد فروش

در فرآيند فروش اكثر سازمان ها، ابتدا كارشناس فروش با مشتري اولين تماس را مي گيرد. اين مرحله انجام مي شود، ولي اصول آن رعايت نمي شود مثلا كارشناس فروش چيزهايي مثل نحوه احوال پرسی، لحن صدا، زمان تماس و ... را هر طور كه بخواهد انجام مي دهد و اين باعث نارضايتي انواع مشتريان و از دست رفتن آن ها مي شود.

۱. دفترچه ارتباط با مشتري

وظيفه شما به عنوان مدير اين است كه مكالمه فروشنده ها با مشتريان را استانداردسازي كنيد. راه حل شما دفترچه ارتباط با مشتري است. در اين دفترچه نحوه پاسخ به بهانه هاي مشتري، نحوه بستن مذاكره، برخورد با

اعتراضات مشتري و ... جمع آوري شده و در اختيار کارشناسان فروش قرار مي گيرد. همين دفترچه در مورد فروش حضوري نيز وجود دارد. از طريق فرم زير مي توانيد اين دفترچه را دانلود کنيد و مطابق با کسب و کار خود آن را تغيير دهيد.

بخش های مختلف دفترچه ارتباط با مشتري

- بيان ماهيت و اهداف، ماموريت و چشم انداز کسب و کار
- بيان برتري و تمايز نسبت به رقبا به شکل شفاف (براي تحت تاثير قرار دادن مشتري)
- مخاطبان کسب و کار
- سابقه کسب و کار
- مشتريان برتر
- خدماتي که ارائه مي شوند.
- نظر مشتريان درباره کسب و کار شما (براي اينکه فروشنده بتواند از طريق برهان اجتماعي اعتماد مشتري را جذب کند).
- مراحل و شاخص هايي که يك فروشنده بايد رعايت کند تا فروش اتفاق بيفتد. (از نحوه سلام کردن تا اتمام فروش)
- آوردن مثال هايي از جواب ها و عکس العمل هاي اشتباه (براي اينکه نيروي فروش بداند چه کاري را نبايد انجام دهد).
- روش هاي بستن مذاکره
- جمع آوري اعتراضات و بهانه هاي مشتري و پاسخ دقيق به هر کدام + نحوه رفتار با مشتري معترض

دفترچه ارتباط با مشتري واقعا ارزشمند است و در سيستم سازي كسب و كار و بهره وري پرسنل فروش شما بسيار موثر است. به ياد داشته باشيد كه اگر فروشنده هاي شما ياد نگيرند كه چطور با مشتري صحبت كنند و با او اشتباه رفتار كنند، علاوه بر از دست دادن مشتري و ضربه مالي، ضربه بزرگي نيز به اعتبار برند شما وارد مي شود. اين دفترچه را دانلود كنيد و مطابق با كسب و كار خود آن را تغيير دهيد.

۲. چك ليست فروش و بازرابي تلفني

گاهي مديران استانداردهايي را به نيروهاي فروش خود آموزش مي دهند، ولي آن ها برخي مراحل را فراموش مي كنند. توجه كنيد كه شما نبايد انتظار داشته باشيد كه فروشنده هاي شما سريعاً در چهارچوب سيستم شما قرار بگيرند و مراحل را دقيق انجام دهند. براي جلوگیری از اين مشكل مي توانيد از يك چك ليست استفاده كنيد و به صورت فايل اكسل در اختيار واحد فروش قرار دهيد و يا آن را روي كاغذ چاپ كرده تا هميشه جلوي روي كارشناس فروش قرار داشته باشد.

نتيجه گيري

با همين دو ابزار ساده يعني دفترچه ارتباط با مشتري و چك ليست فروش تلفني، بسياري از دوباره كارها، رفتارهاي اشتباه، توضيحات اضافه و سوالات نيروهاي فروش از شما كم تر مي شود و مشكلاتي مثل بهره وري پايين، اتلاف زمان و نارضائتي مشتري تا حد زيادي حل مي شوند. اين دو ابزار به سادگي عملكرد واحد فروش شما را بسيار حرفه اي تر و سيستمي تر مي كند و باعث افزايش فروش كسب و كارتان مي شود.

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