



معرفی دو ابزار بسیار کاربردی برای سیستمی کردن واحد فروش تیم تحریریه اقیانوس آبی

همانطور که می دانید اولین مرحله در [سیستم سازی فروش](#) این است که فرایندهای واحد فروش نوشته شود. اما در اینجا ممکن است دو مشکل اساسی وجود داشته باشد. استفاده از چند ابزار سیستم سازی فروش می تواند به حل این مشکلات کمک کند. این دو مشکل اساسی عبارتند از:

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

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.

نتیجه: این مشکل باعث می شود که نیروهای فروشتان هر کدام به سلیقه خودشان کارها را انجام داده و اکثر مراحل را اشتباه طی کنند.

2. شما می دانید چه فرآیندهایی در واحد فروشتان انجام می شود ولی این فرآیندها خیلی ساده و مبتدی هستند، مثلاً فقط چند بازاریاب دارند که بدون هیچ اصول و روش خاصی به مشتری فقط زنگ می زنند و هر یک سبک خاص خود را دارند.

نتیجه: در این حالت هزینه مکالمه ها زیاد، بهره وری واحد فروش بسیار پایین است و تعداد زیادی از مشتری ها از دست می روند.

در فرآیند فروش اکثر سازمان ها، ابتدا کارشناس فروش با مشتری اولین تماس را می گیرد. این مرحله انجام می شود، ولی اصول آن رعایت نمی شود مثلاً کارشناس فروش چیزهایی مثل نحوه احوال پرسی، لحن صدا، زمان تماس و ... را هر طور که بخواهد انجام می دهد و این باعث نارضایتی **انواع مشتریان** و از دست رفتن آن ها می شود.

1. دفترچه ارتباط با مشتری

وظیفه شما به عنوان مدیر این است که مکالمه فروشنده ها با مشتریان را استانداردسازی کنید. راه حل شما **دفترچه ارتباط با مشتری** است. در این دفترچه نحوه پاسخ به بهانه های مشتری، نحوه بستن مذاکره، برخورد با اعتراضات مشتری و ... جمع آوری شده و در اختیار کارشناسان فروش قرار می گیرد.

همين دفترچه در مورد فروش حضوري نيز وجود دارد. از طريق فرم زير مي توانيد اين دفترچه را دانلود كنيد و مطابق با كسب و كار خود آن را تغيير دهيد.

دانلود دفترچه ارتباط با مشتري

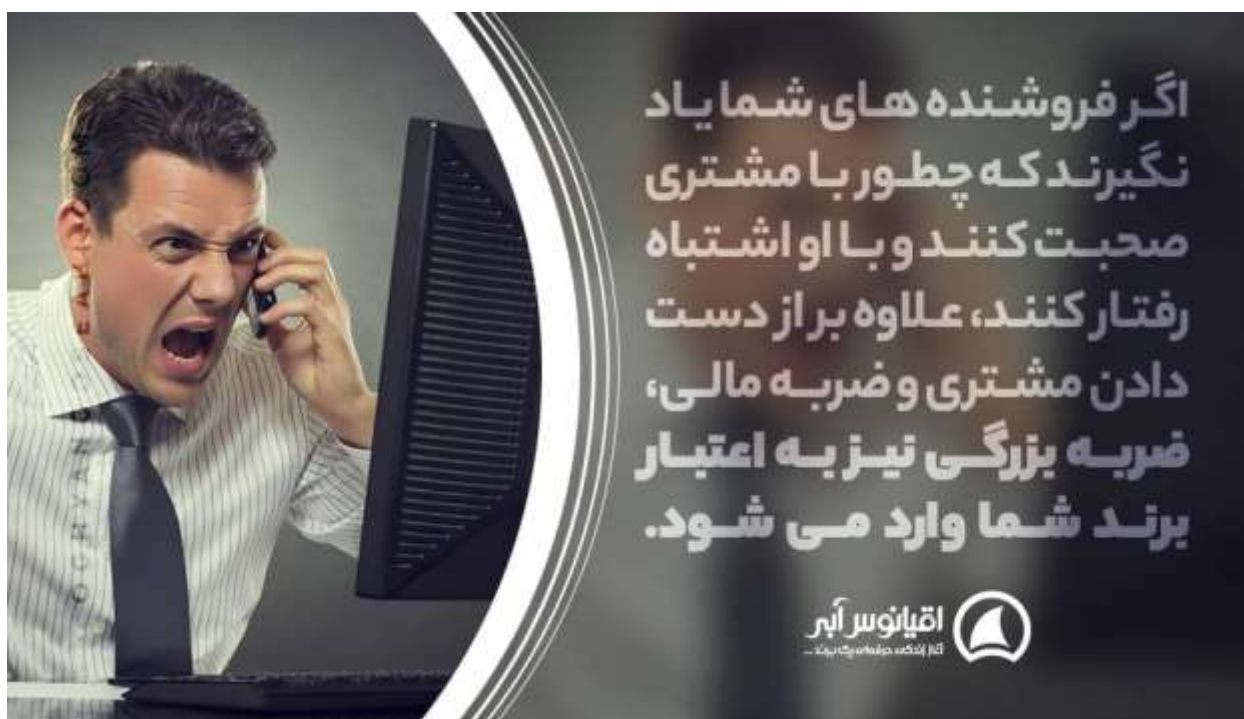
بخش هاي مختلف دفترچه ارتباط با مشتري

1. بيان ماهيت و اهداف، ماموريت و چشم انداز كسب و كار
2. بيان برتري و تمايز نسبت به رقبا به شكل شفاف (براي تحت تاثير قرار دادن مشتري)
3. مخاطبان كسب و كار
4. سابقه كسب و كار
5. مشتريان برتر
6. خدماتي كه ارائه مي شوند.
7. نظر مشتريان درباره كسب و كار شما (براي اينكه فروشنده بتواند از طريق برهان اجتماعي اعتماد مشتري را جذب كند).
8. مراحل و شاخص هايي كه يك فروشنده بايد رعايت كند تا فروش اتفاق بيفتد. (از نحوه سلام كردن تا اتمام فروش)
9. آوردن مثال هايي از جواب ها و عكس العمل هاي اشتباه (براي اينكه نيروي فروش بداند چه كاري را نبايد انجام دهد).
10. روش هاي بستن مذاكره
11. جمع آوري اعتراضات و بهانه هاي مشتري و پاسخ دقيق به هر کدام + نحوه رفتار با مشتري معترض

بيشتر بخوانيد: روش هاي [بازاريابي تلفني](#)

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

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.



2. چک لیست فروش و بازاریابی تلفنی

گاهی مدیران استانداردهایی را به نیروهای فروش خود آموزش می دهند، ولی آن ها برخی مراحل را فراموش می کنند. توجه کنید که شما نباید انتظار داشته باشید که فروشنده های شما سریعاً در چهارچوب سیستم شما و در راستای **استراتژی فروش** قرار بگیرند و مراحل را دقیق انجام دهند. برای جلوگیری از این مشکل می توانید از یک چک لیست استفاده کنید و به صورت فایل اکسل در اختیار

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.

واحد فروش قرار دهید و یا آن را روی کاغذ چاپ کرده تا همیشه جلوی روی کارشناس فروش قرار داشته باشد. نمونه چک لیست فروش تلفنی را می توانید از طریق فرم زیر دانلود کنید.

بیشتر بخوانید: [آشنایی با سایر ابزارهای کسب و کار](#)

چرا باید از یک چک لیست فروش به عنوان ابزار سیستم سازی فروش استفاده کنیم؟

یک نیروز فروش در کسب و کارها باید در شرایط مختلف کنترل داشت باشد. این نیرو می تواند به وسیله ی این کنترل، بسیاری از شرایط پیچیده و سخت را درک کرده و به راحتی آن ها را حل کند. برای آن که یک نیروی فروش بتواند بر شرایط کنترل داشته باشد نیاز به یک چک لیست دارد. وجود چک لیست به یک نیروی فروش کمک می کند تا دقیق تر و با جزئیات بیشتر هدف ها را دنبال کرده، محدودیت های خود را بیشتر شناخته و همچنین تسلط بیشتری را بر روی مذاکره داشته باشند.

دانلود چک لیست فروش تلفنی

نتیجه گیری

با همین دو ابزار ساده یعنی دفترچه ارتباط با مشتری و چک لیست فروش تلفنی، بسیاری از دوباره کارها، رفتارهای اشتباه، توضیحات اضافه و سوالات نیروهای فروش از شما کم تر می شود و مشکلاتی مثل بهره وری پایین، اتلاف زمان و نارضایتی مشتری تا حد زیادی حل می شوند. این دو ابزار به سادگی عملکرد واحد فروش شما را بسیار حرفه ای تر و سیستمی تر می کند و باعث [افزایش فروش](#) کسب و کارتان می شود.

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