سیستم سازی فروش، راهکار طلایی برای فروش بیشتر کسب و کار شما

تیم تحریریه اقیانوس آبی

آیا تا به حال در مدیریت فروش کسب و کارتان موارد زیر اتفاق افتاده است؟ اگر پاسخ شما بله باشد، ریشه تمام این مشکلات عدم سیستم سازی فروش است. اگر تا به حال برای **سیستم سازی کسب و کار** وقت نگذاشته اید، اول از سیستم سازی فروش شروع کنید، چون تا فروش خوبی نداشته باشید، رونقی هم ندارید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

- از تکرار اشتباهات بعضی از کارمندان فروشتان خسته شدید و نمی دانید برای حل آن چه باید بکنید؟
- یک سری راه ها را امتحان کرده ولی به نتیجه نرسیده اید!
- همیشه سرتان شلوغ است.
- از جواب دادن به مشتری ها که گاهی ناراضی می شوند و از شما یا نیروهایتان شکایت می کنند کلافه شده اید.
- گاهی آن قدر سفارش دارید که نمی توانید پاسخگو باشید و گاهی هم هفته ها می گذرد و هیچ فروشی ندارید.

سیستم سازی فروش یعنی چه؟

سیستم سازی فروش ***sales systemization*** یعنی نوشتن فرآیندهای فروش، مستندسازی آن ها و در نهایت رسیدن به فرآیندهای کاملا ساختاریافته و سیستمی. با **سیستم سازی فروش** میزان فروش کسب و کار روز به روز قابل پیش بینی تر و موفقیت آمیزتر می شود.

متاسفانه تمام موارد زیر ناشی از عدم اطلاع مدیران از اهمیت مدیریت فروش و سیستمی کردن آن است:

- در برهه ای از زمان میزان فروش زیاد و در برهه ای دیگر کم و ضعیف است.
- گاهی اوقات تقاضا زیاد است، ولی کالایی برای فروش در دسترس نیست.
- گاهی کالا موجود است، ولی آن کسب و کار توانایی فروختن آن را ندارد.
- گاهی تیم فروش نمی توانند جوابگوی مشتری باشند و گاهی بی کار هستند.

> بیشتر بخوانید :روش های افزایش فروش برای تمام کسب و کارها

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

اگر سیستم سازی فروش انجام ندهید، چه اتفاقی می افتد؟

خیلی از مدیران از اهمیت **سیستم سازی** و به خصوص سیستم سازی فروش آگاه هستند، ولی برای اجرای آن مقاومت می کنند و دلایل به نظر درستی هم برای مقاومتشان دارند. مثلا می گویند که محصول یا خدمت ما معمولی نیست، مشتریان با هم متفاوت هستند و نیاز به یک رویکرد شخصی سازی شده و متفاوت دارند و دلایلی از این قبیل.

در پاسخ به این مدیران باید بگوییم که این دلایل اصلا بهانه های خوبی نیستند، چون مشکلاتی که در سازمان شما به دلیل عدم **سیستم سازی فروش** به وجود می آید، بسیار مخرب هستند:

- نداشتن سیستم باعث می شود خیلی از داده ها را نداشته باشید، پس متوجه شاکی شدن و از دست رفتن مشتری نمی شوید.
- هیچ سند، مدرک یا داده ای از واحد فروش در اختیار شما نیست که از اتفاقاتی که آنجا رخ می دهد مطلع شوید.
- ممکن است برخی از کارمندان فروش شما با مشتری با لحنی صحبت کنند که اعتبار و قدرت برند شما را زیر سوال ببرد، ولی به علت عدم مدیریت فروش، شما متوجه آن نمی شوید چون این چیزها ثبت و کنترل نمی شوند.
- هزینه هنگفتی که برای تبلیغات و جذب مشتری پرداخت کرده اید، از دست رفته چون نیروی فروش شما مشتری را پیگیری نکرده است. اما چون سیستمی برای ثبت و کنترل پیگیری ها وجود ندارد شما متوجه این موضوع نمی شوید.
- بدون **سیستم سازی فروش**، بعضی از اسناد و داده های فروش ثبت نمی شوند. بنابراین بعد از این که یک نیروی فروش از مجموعه شما به هر دلیلی خارج می شود، همه چیز را با خودش می برد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

- رفتن یکی از کارمندان فروش باعث می شود که میزان فروش شما دستخوش تغییرات شود، چون همه مشتریانش فقط او را می شناسند.

سیستم سازی فروش چه کمکی به کسب و کار شما می کند؟

- **کنترل و تبدیل بهتر خریداران بالقوه** :احتمال از دست دادن فرصت فروش بسیار کمتر است و خروجی های قیف فروش کسب و کارتان بیشتر می شوند
- **کنترل راحت تر تیم فروش** :مدیر فروش بینش خوبی از فعالیت های تیم فروش به دست می آورد،
- مدیر می تواند نتایج را به طور سیستماتیک تر نظارت کند و فروش را بهتر برنامه ریزی کند،
- **بهبود بازدهی نیروی فروش** :سیستم سازی فروش به نیروی بعدی که استخدام می شود کمک می کند تا سریعا متوجه شود که کدام مشتری را باید پیگیری کند. نیروی جدید باید در مدت کمی از سوابق مشتریان و سایر اطلاعات فروش مطلع شود، مثلا بفهمد که کدام دسته از مشتری ها مشتریان طلایی، کدام نقره ای و کدام یک مشتریان بدحساب شما هستند. او باید محل قراردادها را بداند، بتواند شرایط

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

مشتریان را به راحتی پیدا کند و نحوه مکالمه با هرکدام از مشتری ها را تشخیص دهد تا از همان ابتدا حداکثر بازدهی را داشته باشد.

- **ایجاد روابط بلندمدت با مشتریان** آسانتر خواهد شد: وقتی سیستم سازی فروش انجام شود، همه کارمندان واحد فروش دقیقاً می دانند که همکارانشان در گذشته در مورد چه چیزی با مشتری صحبت کرده اند و دیگر مشتری را با سوالات تکراری خسته نمی کنند.
- **حفظ مشتریان فعلی** :بسیاری از کسب و کارها در بخش مدیریت فروش خود، بایدها و نبایدها را برای پرسنل فروش مشخص نمی کنند. یعنی آن نیرو نمی داند که هنگام تماس با مشتری باید چه فرآیندی را طی کند و چه چیزهایی را به مشتری بگوید یا نگوید. او نمی داند زمانی که مشتری مراجعه کرد باید چه مراحلی را طی کند تا مشتری را به مرحله مذاکره و بستن قرارداد برساند.

  بسیاری از سازمان ها حتی برای اعتراض مشتری هیچ ساختاری را مشخص نکرده اند و انجام این کارها به شکل سلیقه ای است. برای رفع این مشکل باید **دفترچه ارتباط با مشتری و چک لیست فروش** تهیه کنید و در اختیار واحد فروش قرار دهید.
- و در نهایت، شاید مهمترین چیز :**درک بهتر رفتار مشتری** :اگر به طور سیستماتیک فرآیند فروش را دنبال کنید، دلیل مشتریانی از خرید محصول شما صرف نظر می کنند، را راحت تر و زودتر خواهید فهمید. اگر اکثر مشتریان پس از ارائه محصول از خرید منصرف می شوند، با نیروهای فروش خود روی کیفیت ارائه کار کنید. اکثر مشتریان پس از ارسال پیشنهاد منصرف می شوند؟ به این فکر کنید که آیا فروشندگان شما ارزش محصول شما را برای مشتری توضیح داده اند یا خیر..

چگونه سیستم سازی فروش را برای کسب و کار پیاده سازی کنیم؟

1.تعیین اهداف سیستم سازی فروش

باید هدف واحد فروش از سیستم سازی فروش مشخص باشد. اکثر مواقع شما می خواهید از فرصت های فروش، معاملاتی که بسته می شود و از همه مهم تر فروش های از دست رفته مطلع شوید. با تعیین اهداف فروش، پیگیری نتایج فروش راحت تر می شود.

2.تعیین شاخص های کنترل واحد فروش

بعد از تعیین اهداف فروش، مراحل لازم برای انجام هر یک از فرآیندهای فروش را نوشته و مستند کنید. سپس شاخص هایی که برای کنترل هر مرحله از این فرایندها لازم است را مشخص کرده و آن ها را دائما کنترل کنید. در مدیریت فروش به یاد داشته باشید هر آنچه که اندازه گیری می شود، پتانسیل بهبود بخشیدن دارد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

دانلود رایگان چک لیست 101 تکنیک برای بهبود فروش

3.استفاده از تکنولوژی

خیلی مهم است که در سیستم سازی فروش از ابزارها و نرم افزارهایی استفاده کنید که فروش و پیگیری آن را برای کارمندانتان راحت تر کند. فروشندگان باید بر روی فروش تمرکز کنند و یک سیستم مدیریت فرآیند و نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) که به خوبی تثبیت شده است می تواند به آن ها در این راه کمک کند.

4.کار تیمی

سیستم سازی فروش مثل یک ورزش گروهی است. کارمندان و مدیر هر دو باید برای جلب رضایت، وفادارسازی مشتری و بهبود فروش تلاش کنند. در جلسات هفتگی با تیم فروش خود طوفان فکری داشته باشید و نظر آن ها را برای بهبود ارتباط با مشتری و حل مسائل و مشکلات واحد فروش جویا شوید. از کارمندانتان بخواهید که در صورت بروز مشکل با هم همفکری کنند و نظراتشان را با یکدیگر به اشتراک بگذارند .

اگر می خواهید سیستم فروش کسب و کارتان را سر و سامان بدهید، ما می توانیم به شما کمک کنیم. کافی است فرم زیر را پر کنید تا برای تنظیم وقت مشاوره سیستم سازی فروش با شما تماس بگیریم.

(قسمت سیستم سازی را انتخاب کنید):

نام و نام خانوادگی

شماره موبایل

حوزه مورد نظر خود جهت درخواست مشاوره را انتخاب کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

مدیریت فروش چیست؟

مدیریت فروش فرآیند توسعه نیروی فروش، هماهنگ سازی عملیات فروش و پیاده سازی **راه های فروش** است که کسب و کار را قادر می‌سازد تا به طور پیوسته به اهداف فروش خود دست بیابد. در واقع می توان گفت که مدیریت فروش به سیستم سازی فروش می انجامد.

سه جنبه اصلی در مدیریت فرآیند فروش وجود دارد:

1. **عملیات فروش :**تیم فروش سنگ بنای سازمان و رابط مستقیم بین محصول و مشتری است. پس در ساخت تیم فروش و انتخاب نیروهای فروش خود دقت کنید.
2. **استراتژی فروش** :هنگامی که واحد فروش را ساختید و اهداف‌تان را مشخص کردید، باید فرآیندهای فروش را تعریف کنید تا بدانید فروش را چگونه انجام دهید. مثلا داشتن خط فروش یا قیف فروش، کار را برای‌تان آسان‌تر می‌سازد.
3. **تحلیل فروش** :گزارش‌دهی با استفاده از معیارهای فروش، مدیر فروش را قادر می‌سازد تا تاثیر تلاش نیروها را بر موفقیت فروش درک کرده و درباره این که چه کارهایی می‌تواند برای افزایش فروش بکند تصمیم بگیرد، مثل استخدام فروشندگان بیشتر یا توزیع دوباره کاری ها

اهمیت مدیریت فروش

اهمیت مدیریت فروش روز به روز در حال افزایش است و امروزه سیستم سازی فروش می‌تواند یک مزیت رقابتی برای شرکت شما باشد. مشتری برای تمامی شرکت‌ها یکسان است، اما عملکرد و رویکرد شرکت‌ها متفاوت است. مشتریان با سازمانی ارتباط برقرار می‌کنند که فروشندگان حرفه‌ای‌تری و سیستمی تری داشته باشد.

مدیریت فروش برای هر سازمانی مهم است زیرا:

1. موجب درآمدزایی شرکت می‌شود.
2. باعث حاشیه‌ی سود بیشتر برای سازمان می شود.
3. دستیابی به مخاطبان هدف و تبدیل آن ها به مشتری
4. سیستم سازی فروش خوب و مدیریت فروش می‌تواند به برندسازی شرکت کمک کند.
5. مشاوران فروش و خدمات پس از فروش باعث رونق حضور کسب و کار در بازار می‌شوند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

نتیجه گیری

گاهی مواقع فکر می کنید که می دانید **سیستم سازی کسب و کار چیست** و در سازمان شما در حال اجرا است، اما وقتی به فاز اجرایی می رسید، می بینید به آن اندازه که فکر می کردید سیستمی نیستید، به خصوص در سیستم سازی فروش.

جذب و حفظ مشتری از حیاتی ترین بخش های سازمان است، زیرا بقای یک کسب و کار به فروش آن بستگی دارد. پس اگر سیستم سازی فروش را پیاده سازی نکرده باشید، سازمان شما به تدریج به یک سازمان میرا تبدیل شده، خیلی از مشتریانتان را از دست می دهید و نارضایتی آن ها زیاد می شود .**پس از همین حالا دست به کار شده و برای سیستمی کردن کسب و کارتان آستین بالا بزنید**

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به اقیانوس آبی سر بزنید.

سوالات متداول

.1سیستم سازی فروش چیست؟

سیستم سازی فروش یعنی نوشتن فرآیندهای فروش، مستندسازی آن ها و در نهایت رسیدن به فرآیندهای ساختاریافته و سیستمی.سیستم سازی فروش میزان فروش کسب و کار را قابل پیش بینی و موفقیت آمیز می کند

.2مزایای سیستم سازی فروش چیست؟

تبدیل خریداران بالقوه

کنترل راحت تر تیم فروش

بهبود بازدهی نیروی فروش

ایجاد روابط بلندمدت با مشتریان

حفظ مشتریان فعلی

درک بهتر رفتار مشتری

3.مشکلات عدم سیستم سازی فروش چیست؟

در برهه ای از زمان میزان فروش زیاد و در برهه ای دیگر کم و ضعیف است.

گاهی اوقات تقاضا زیاد است، ولی کالایی برای فروش در دسترس نیست.

گاهی کالا موجود است، ولی آن کسب و کار توانایی فروختن آن را ندارد.

گاهی تیم فروش نمی توانند جوابگوی مشتری باشند و گاهی بی کار هستند.