



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 "گمی زمان بیشتر
برای آگاه شدن لازم است" و می مانند.

تام هایپکینز

تام هایپکینز، شگفت انگیزترین فروشنده دنیا تیم تحریریه اقیانوس آبی

تام هایپکینز کیست؟

تام هایپکینز 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 1.7 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

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

شده است. از سال 1976، **شرکت تام هاپکينز اينترنشنال** به ارائه بهترين استراتژي ها و تکنیک های فروش به افراد و شرکت ها اختصاص داده شده است.

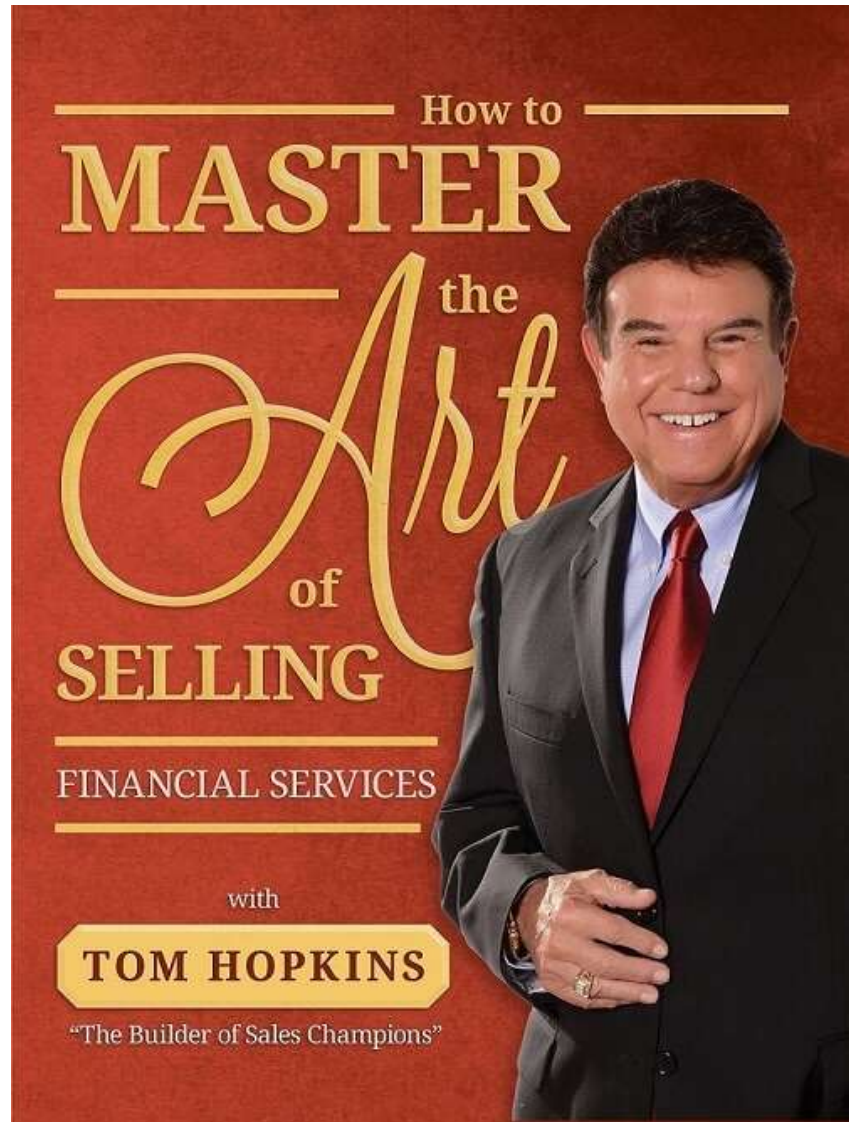
در اين مطلب می خوانيد:

1. چرا مشتری از من نمی خرد؟ (از نگاه تام هاپکينز)

2. بيشتر بفروشم؟ (تکنیک های فروش تام هاپکينز)

کتاب های تام هاپکينز

امروزه بيش از 35000 شرکت و ميليون ها فروشنده حرفه ای در سراسر جهان، روزانه از مطالب آموزش حرفه ای **افزايش فروش** او استفاده می کنند. از کتاب های تام هاپکينز می توان به " اگر نخريند چه کنيم؟"، "فروشنده پيشرو" و "تسلط بر هنر فروش" اشاره کرد.



دلایل نخریدن مشتری از نگاه تام هاپکینز

تام هاپکینز معتقد است که دلیل‌های زیادی وجود دارند که مردم از شما خرید نمی‌کنند، ولی بیشترین دلیل نخریدن افراد 6 مورد زیر است:

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



1. احساس نا امنی مشتری

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 نگر داشتن آن مقدار پول است.

2. دو دل بودن مشتری برای خرید

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. در این مورد شناخت مدل رفتاری افراد می‌تواند به شما کمک کند تا به مشتری در تصمیم‌گیری به شیوه‌ای حرفه‌ای و مودبانه کمک کنید.



**بهترین‌ها را از گذشته
بگیرید تا آینده را بسازید.**

انسان‌های موفق از تکنولوژی برای افزایش ارتباط مؤثر و از ادامه‌ی روش‌های سنتی مثل نوشتن نامه تشکر با دستخط خودشان برای افزایش تأثیرگذاری، نفوذ در افراد و افزایش وفاداری مشتریان خود استفاده می‌کنند.

تام هاکپینز

اقيانوس آبي
آغاز زندگي، حرفه‌ها، يك برند ...

3. به تاخیر انداختن خرید

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.

4. مشکلات مالی مشتری

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

بیشتر بخوانید: قوانین طلایی مذاکره با مشتری و ترغیب او به خرید

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

5. هيچوقت از آن‌ها خواسته نشده

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

6. ترس مشتري از خريد

همه‌ي 5 دليل اول به نحوي با ترس مرتبط هستند. وقتي انسان‌ها مي‌ترسند، احساس راحتی نمي‌كنند. وقتي احساس راحتی نكنند، گيج مي‌شوند كه چرا در حال صحبت با شما هستند و يك ذهن گيج شده هميشه جواب منفي مي‌دهد.



**دلایل نخریدن مشتری
از نگاه تام هاپکینز**

- ۱- حس نا امنی مشتری
- ۲- دو دل بودن مشتری برای خرید
- ۳- به تاخیر انداختن خرید
- ۴- به تاخیر انداختن خرید
- ۵- هیچوقت از آن‌ها خواسته نشده
- ۶- ترس مشتری از خرید

اقيانوس آبي
نگاه زندگي، حرفه‌اي، يك برند ...

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

سخنان تام هاپکینز درباره فروش

- در فروش حرفه ای رفتار کنید.
اگر می‌خواهید مردم به شما توجه کرده و به نظرات شما درباره محصول یا خدماتتان، گوش فرا دهند، باید در رفتار و برخورد خود همچون کارشناسی حرفه‌ای ظاهر شوید. ظاهری خوب و آراسته داشته باشید و با اطمینان به‌پیش بروید. مشتریان به شور و شوق و اطمینان شما بیشتر از اطلاعات فنی و تخصصی‌تان، توجه نشان می‌دهند.
- همه چیز را به مشتری نگوئید.
بسیاری از فروشندگان بر این باورند که در هنگام معرفی کالا و خدمات، می‌بایست هر آنچه را که در چنته دارند به مشتریان بالقوه ارائه دهند. برخی از این فروشندگان حتی بعد از اینکه مشتری موافقت خود را درباره خرید از ایشان اعلام می‌نماید، باز هم به صحبت خود ادامه می‌دهند. چنین عملی می‌تواند به آسانی داستانی غم‌انگیز از فروش در زندگی حرفه‌ای شما باقی بگذارد!





- **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.

- **در فروشتان، ارزش زمان را بدانيد.**

ارزش زمان را بدانيد، ما فقط ۸۶۴۰۰ ثانيه در روز داريم. اكثر مردم آن ثانيه‌ها را در راه‌هاي بيهوده و با بهره‌وري پايين تلف مي‌كنند. مديران موفق مديريت زمان را بلدند. پس شما هم مراقب ثانيه‌هايتان باشيد و آن‌ها را ارزان نفروشيد.

بيشتر بخوانيد: [راهكارهاي فروش موفق در شرايط كنوني ايران](#)

- **كارهايتان را اولويت بندي كنيد.**

بدون اولويت‌بندي كارهايتان، 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.

- **در فروش پشتكار بالا داشته باشيد.**

بسياري از افراد در مورد تصميم بزرگي صحبت مي‌كنند، ولي هيچ وقت به آن نمي‌رسند. دليل آن ترس از شكست يا بي‌خيال بودن فرد است. افراد موفق كاري را كه مي‌گويند انجام مي‌دهند. آن‌ها به جزئيات توجه مي‌كنند تا موضوعات بي‌ارزش بزرگ نشده و تبديل به فاجعه بزرگ نشوند.

- **بهترين‌ها را از گذشته بگيريد تا آينده را بسازيد.**

دنيا پر از تكنولوژي‌هاي مدرن است. انسان‌هاي موفق از تكنولوژي براي افزايش ارتباط مؤثر و از

ادامه‌ی روش‌های سنتی مثل نوشتن نامه تشکر با دستخط خودشان برای افزایش تأثیرگذاری، نفوذ در افراد و افزایش وفاداری مشتریان خود استفاده می‌کنند.

- **در برابر نه گفتن مشتری 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. مشتریان به شما نه نمی‌گویند، به پیشنهاد شما نه می‌گویند. پس خودتان را برای نه شنیدن های زیاد قوی و آماده کنید.