



راهکارهای افزایش فروش کاربردی و زودبازده

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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

زمانی که یک کسب و کار را اداره می‌کنید، افزایش فروش همیشه در خط مقدم ذهن شما قرار دارد. در شروع هر سال جدید، داشتن برخی اهداف و راهکارهای فروش برای کسب و کار شما بسیار مفید خواهد بود. فروش موفق یک نتیجه است، نه یک هدف و فروش بیشتر ([sales increase](#)) تابعی از انجام درست چندین کار است.

اگر می‌خواهید سال ۲۰۲۲ را به پولسازترین سال کسب و کارتان تبدیل کنید، به راهکارهای افزایش فروش جدید و شگردهای فکرشده نیاز دارید. همه ما خواهان راه‌های فروش بیشتر هستیم، اینطور نیست؟

هدف [مجله اقیانوس آبی](#) از نوشتن مقاله روش‌های افزایش فروش و سایر آموزش‌های مدیریت کسب و کار کمک به کسب و کارهایی است که به دلایل متفاوت دچار مشکل در فروش بیشتر خود شده‌اند، می‌خواهند در این موقعیت از تکنیک‌هایی برای افزایش فروش در سال ۲۰۲۲ استفاده کرده و مشتریان خود را در اولویت قرار دهند.

گاهی هم شرایط مساعد است، اما مدیران به دلیل عدم دانش کافی و انتخاب روش‌های نادرست، فروش خود را از دست می‌دهند. اگر شما هم جزو کسب و کارهایی هستید که مشکلات زیر را در واحد فروش خود دارید، حتما [راهکارهای فروش](#) این مقاله را تا انتها بخوانید:

1. اگر محصول خوبی دارید، اما مشتریان مناسبی برای آن پیدا نمی‌کنید،
 2. اگر مطمئن نیستید که چگونه به مشتریان خود نزدیک شوید و چه پیامی به آن‌ها منتقل کنید،
 3. اگر محصولی را آنلاین می‌فروشید و راه‌های فروش آن را نمی‌دانید،
 4. اگر پخش‌کننده یا خرده‌فروش هستید و زیاد مشتری ندارید.
- رد مانلی می‌گوید: “همه چیز از یک فروش خوب شروع می‌شود.” پس از همین حالا برای بهبود فروش‌تان اقدام کنید.



وقتي بفروشيد، سفارش ها سرازير مي شوند، دستگاه ها به كار مي افتند، محصولات بارگيري مي شوند، فاکتورها صادر مي شوند و در نهايت حساب شرکت پر مي شود. از همين درآمد است که همه اعضاي شرکت، مدير عامل و صاحب شرکت سود مي برند .

بخشی از کتاب ۱۰۱ تکنیک افزایش فروش

آيا مي دانيد که چرا فروش نداريد؟

به نظر شما دلایلي که باعث می‌شوند فروش نداشته باشید چیست؟ بیشتر فروشندگان در جواب به این سوال، تقصير را به گردن رقیبی می‌اندازند که قيمت پایین‌تری دارد.

حال اگر از همان گروه فروشنده ها پيرسيد که چگونه به آخرين موفقيتشان در فروش رسیده‌اند، دليل آن را ارتباط درست با مشتری، اعتماد و وفاداری او، مهارت هایی که برای مشتری ارزش ایجاد کرده‌اند، می دانند.

به نظر شما چرا وقتی فروش نداريم، قيمت مقصر است؟ اما وقتی فروش موفق داریم، آن را به هر چیزی به جز قيمت نسبت می‌دهيم؟

جواب این است که در مبحث راهکارهای فروش، قيمت گذاری عامل به هم خوردن معامله نیست. شما فروشتان را به خاطر عدم ایجاد ارزش کافی در معامله از دست می‌دهيد و يا این که به مشتری کمک نمی‌کنيد که تفاوت شما با ديگران را درک کند.

۱- فروش نداريد چون برای مشتری ارزش ایجاد نمی‌کنيد.



یکی از راه های فروش، دنبال کردن درخواست های مشتری و در نتیجه دادن ارزش واقعی به اوست. این کار باعث می شود معامله تحت اختیار مشتری نباشد و شما بتوانید به درستی به مشتری مشاوره دهید و نیازهای واقعی او را درک کنید.

پس برای افزایش فروش باید خودتان در پی فهمیدن نیازها و چالش های واقعی مشتریان با شید تا بتوانید با ارائه روش های مناسب، ارزشی برای او خلق کنید.

۲ - نمی فروشید چون پیشنهادهای خود را از رقبا متمایز نمی کنید.

آیا تا به حال به این موضوع فکر کرده اید که چرا مشتری باید از شما بخرد وقتی آن چه که رقبا دارند، شما هم دارید؟ از راهکارهای فروش ایجاد تمایز است؛ مشتریان زمانی شما را انتخاب می کنند که تمایزی شفاف نسبت به رقبا ارائه کنید و کسب و کار شما در بازار رقابتی متفاوت از بقیه باشد.

برخی فروشندگان فکر می کنند که از راه های فروش تطبیق دادن قیمت خود با قیمت رقیب است که برنده شدن در فروش را برای آنها آسان تر می کند. اگر شما هم جزو این دسته از افراد هستید به این سوال جواب دهید:

اگر تطبیق قیمت محصولات با قیمت کمتر رقیب باعث پیروزی شما در فروش می شود، پس چرا وقتی که رقیب قیمتش را بالاتر می برد و باز هم فروش دارد، خود را با آن تطبیق نمی دهید؟ جواب این است که مشکل قیمت نیست و چیز دیگری است.

۳ - فروشندگان کم است چون روابط حیاتی با مشتری ایجاد نمی کنید.

از راه های فروش ایجاد رابطه است. هنگامی که شما رابطه ای قوی با مشتری نداشته باشید، معامله بسیار سخت می‌شود. رابطه خوب بر مبنای دو نیروی ناملموس ساخته می‌شود: اعتماد و توجه.

به عبارت ساده مردم از کسی که می‌شناسند، دوستش دارند و به او اعتماد دارند خرید می‌کنند و فقدان این ناملموس‌ها، سریع‌ترین راه از دست دادن فروش است.

آیا در شرایط تورم افزایش فروش امکان پذیر است؟

برای بیشتر فروشندگان با توجه به شرایط امروزی سوال مهمی مطرح می‌شود که: آیا افزایش فروش در شرایط اقتصاد کنونی امکان پذیر است؟ این سوال باید برای تمام صاحبین کسب و کارها مطرح شود، زیرا پرسیدن آن باعث به وجود آمدن ایده‌ها و در نهایت سود بیشتر برای هر کسب و کار می‌شود.

در جواب به این سوال باید گفت که قطعاً در هر شرایطی می‌توان با توجه به ایده‌ها سود های منطقی کسب نمود، اما موضوع اینجاست که آیا شما می‌توانید این ایده‌ها را بیابید و اجرا کنید؟ وقتی صحبت از ایده می‌شود باید در ذهن داشته باشید که به طور مستقیم در مورد آینده و کسب سود بیزینس تصمیم میگیرید. پس باید ایده‌ها را درست پرورش داده و اصولی اجرا کنید.

به هر میزان که شرایط سخت، پیچیده و حتی تورم‌زا باشد، باز هم تکنیک‌ها و راهکارهای فروشی که در این مقاله به آن‌ها اشاره می‌کنیم، می‌توانند برای کسب و کارها سودآور باشند. برخی از ایده‌پردازان می‌توانند حتی در شرایط جنگ نیز بدون فروختن سلاح، برای کمپانی‌های بزرگ کسب سود کنند.

آیا شما در کسب و کار خود از کمک ایده‌پردازان و متخصصان استفاده می‌کنید؟ سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌های آنان می‌تواند شرایط شما کاملاً تغییر دهد.

افزایش فروش با یادگیری مهارت فروش و فروشندگی

از مهم ترين راهكارهاي افزايش فروش يادگيري مهارت فروش و فروشندگي است. به عنوان يك فروشنده اين را به خاطر بسپاريد كه مشتريان هيچوقت به خاطر خود محصول آن را نمي خرنند، بلكه فوايدي كه برايشان دارد را مي خرنند. اگر شما به جاي محصول از فوايد آن بگوييد، فروشتان افزايش خواهد يافت .

اگر شما هم از نه شنيدن هاي مشتري خسته شده ايد حتما ويدئو زير را ببينيد:

چطور كمتر كار كنيد و بيشتر بفروشيد؟

مشتري بزرگترين چالش يك فروشنده است. براي مثال با اينكه مشتري شديداً به جنسي كه شما داريد احتياج دارد، ولي تمام سعي خود را مي كند تا بهانه هاي مختلفي پيدا كند و پولی كه با سختی به دست آورده است را خرج نكند؛ اما فروشنندگان حرفه اي براي افزايش فروش تمام سعي خود را مي كنند تا ارزش كالای خود را به مشتريانی كه پتانسيل لازم را دارند نشان دهند.

برخی مواقع هم افراد چیزهایی می خرنند كه شاید هرگز از آن استفاده نكنند، زيرا از روی احساسشان خريد می كنند. تنها دليل اين نوع خريد كردن هم فقط فروشنده است. افزايش فروش زمانی اتفاق می افتد كه فروشنده با استفاده از تكنيك **فروش عمبي** روی مشتري تأثير می گذارد و او را متقاعد می كند كه بخرد.

بيشتر بخوانيد: [روش های مذاكره](#) و متقاعد كردن مشتري

تكنيك هاي افزايش فروش از طريق ارتباط با مشتري

هدف سازمان شما براي سال آینده احتمالاً مانند هميشه است: رشد و افزايش فروش. براي انجام اين كار، بايد بيشتر از هميشه در مورد رفتار خريدار و روندهاي اخير در فروش و به طور كلي نحوه صحيح **ارتباط با مشتري** مطلع باشيد. با روش هاي زير می توانيد با ارتباط صحيح با مشتريان خود افزايش فروش داشته باشيد.



۱. برای فروش بیشتر خواسته‌های پنهان مشتریان خود را بشناسید.

مشتریان همیشه نمی‌دانند که چطور خواسته‌های خود را بیان کنند. از راهکارهای فروش موثر این است که به عنوان یک فروشنده یاد بگیرید که چگونه خواسته‌های پنهان مشتریان خود را شناسایی کرده و با درک عمیق‌تر از این که مشتری واقعاً به چه چیزی اهمیت می‌دهد به او بفروشید. پس برای **شناخت مشتریان** خود زمان بگذارید.

۲. نگرانی‌های مشتری را با شواهد برطرف کنید.

برخی مواقع مشتریان به‌سختی می‌توانند بپذیرند که تکنولوژی جدید یا کالایی که شما دارید چقدر می‌تواند برای آن‌ها مفید باشد. اکثر مشتریان در هنگام خرید شکاک می‌شوند، حتی اگر واقعاً آن کالا برای آن‌ها مفید باشد. مشتریان فکر می‌کنند شما می‌خواهید سر آن‌ها کلاه بگذارید.

از راه‌های فروش برای اینکه شک آن‌ها را برطرف کنید این است که بگویید که چقدر مشتریان قبلی شما از این محصول راضی بوده‌اند. اگر مشتری شما حس کند که افراد دیگری هم از این محصول استفاده کرده و راضی بوده‌اند، احتمال خریدشان او بیشتر می‌شود.

۳. یکی از راهکارهای افزایش فروش این است که کمتر بفروشید.

تا زمانی که قیمت در درجه اول اهمیت قرار دارد شما باید راهی پیدا کنید تا خودتان را با بودجه مشتری تطبیق داده تا فروش خود را تضمین کنید. جیم هرست می‌گوید: "فروختن یک چیز کوچک به مشتری راه را برای فروش‌های بزرگتر باز خواهد کرد".

مشتری را با یک ضمانت کوچک مطمئن کنید و یک جواب بله از او بگیرید تا آماده خرید شود. سپس یک چیز کوچک به او بفروشید. حالا مشتری آمادگی خریدهای بزرگتر را دارد. از این شیوه می توانید برای افزایش فروش در زمان رکود استفاده کنید.

۴. از راهکارهای فروش این است که عواقب نخریدن صحبت کنید.

از راهکارهای فروش و ترغیب مشتری به خرید، اول باید توضیح دهید که اگر این کالا را نخرد چه چیزهایی را از دست می‌دهد. چون مردم اصولاً از عواقب منفی خوششان نمی‌آید و این احتمال خرید آن‌ها را بیشتر می‌کند.

۵. برای افزایش فروش به مشتریان خود آموزش دهید.

از راهکارهایی برای فروش بیشتر می توان به آموزش مشتریان اشاره کرد. اگر مشتری آمادگی لازم را ندارد تا از شما خرید کند، به او اطلاعات بیشتری در مورد محصول بدهید. به مشتری برای خرید فشار نیاورید، ولی به او اطلاعات کاملی در مورد محصول و فوایدی که برای او دارد بدهید.

راهکارهای افزایش فروش با مشتریان فعلی

یکی از مهمترین روش های افزایش فروش در سال ۲۰۲۲ تمرکز بر روی مشتریان فعلی است. می گویند چرا؟

چون طبق داده ها مشتریان فعلی شما ۶۰٪ الی ۸۰٪ احتمال دارد دوباره از شما خرید کنند، بنابراین تمرکز بر استراتژی حفظ مشتریان همیشه یک ایده عالی برای افزایش فروش است.

۶. افزایش فروش با مشتریان غیرفعال

همه کسب‌وکارها مشتریانی دارند که مدت‌هاست به آن‌ها سر نزده‌اند. از راه‌های فروش این است که همین الان به اسناد، فاکتورها، سیستم حسابداری، فروشندگان و حتی دفترچه تلفن خود مراجعه کنید و ببینید کدام یک از مشتریان مدت طولانی است که از شما خرید نکرده‌اند و یا ارتباطی با شما نداشته‌اند.

برای تماس با آن‌ها، برنامه روزانه تنظیم کنید و آن‌ها را به خرید مجدد دعوت کنید. سعی کنید یک پیشنهاد عالی برای آنان در نظر بگیرید تا به واسطه این پیشنهاد اگر با رقیب شما همکاری می‌کنند، برای ترک رقیب و خرید مجدد از شما ترغیب شوند.

بیشتر بخوانید: [افزایش وفاداری مشتریان](#)

۷. افزایش فروش با بیش‌فروشی به مشتریان فعلی

از جمله راهکارهای فروش [برایان تریسی](#)، فروش بیشتر به مشتریان فعلی است. اگر با مفهوم [قیف فروش](#) آشنا باشید می‌دانید که زمانی که یک مشتری از شما خرید می‌کند، نباید به فروختن یک کالا بسنده نکنید!

تحقیقات نشان داده مشتریان جدید همیشه در انتخاب اولین کالا دقت زیادی انجام می‌دهند و دیر به فروشنده اعتماد می‌کنند؛ اما زمانی که به فروشنده اعتماد کرده و تصمیم به خرید گرفتند، پیشنهادات بعدی که به آن‌ها داده می‌شود را بسیار سریع‌تر می‌پذیرند.

نکته مهم در بیش‌فروشی به مشتریان فعلی این است که تا قبل از اینکه مشتری نسبت به نهایی کردن خرید اول خود اقدام نکرده است، به او پیشنهاد جدید ندهید. اول صبر کنید تا کالایی بخرد و خرید خود را قطعی کند، سپس شما وارد مرحله بیش‌فروشی شده و پیشنهادات بعدی خود را به او بدهید.

۸. فروش موفق با گرفتن مشتری از مشتریان فعلی

از جمله راهکارهای فروش موفق، معرفی مشتری از سمت مشتریان فعلی است. از مشتریان خود بخواهید نام و شماره تلفن پنج نفر از دوستان، آشنایان و یا همکارانی که ممکن است به محصول شما نیاز داشته باشند را در یک لیست بنویسند. برای ترغیب مشتریان به پر کردن لیست، به آن‌ها بگویید اگر هرکدام از افرادی که به شما معرفی می‌کنند، از شما خرید کنند هدیه و یا تخفیفی برای معرف در نظر گرفته‌اید.

سپس از مشتری اجازه بگیرید که وقتی با افراد معرفی شده توسط خودش تماس می‌گیرید، بگویید چه کسی آن‌ها را معرفی کرده است. اگر مشتری رضایت بدهد، این روش بسیار تأثیرگذارتر خواهد بود، چرا که فرد معرفی شده بسیار راحت‌تر به معرفی‌کننده اعتماد خواهد کرد تا به شما.

از مزایای این مدل از راه‌های فروش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- کم‌هزینه اما بسیار موثر است.
- به راحتی به افرادی که به محصول شما نیاز دارند دست پیدا خواهید کرد.
- این روش نوعی از تبلیغات دهان به دهان است.

مقاله مرتبط: [مشتریان فعلی](#)، سریع‌ترین راه برای فروش بیشتر

۹. افزایش فروش با بیش‌فروشی به مشتریان گذشته

هیچ وقت ارتباط خود را با مشتریان قطع نکنید. به بهانه سنجش رضایت مشتریان با مشتریانی که قبلاً از شما خرید کرده‌اند تماس بگیرید و از آنان رضایت‌سنجی کنید. پس از اینکه رضایتشان را سنجیدید، سایر محصولاتتان را به آنان معرفی کرده و به خرید محصولات جدید دعوتشان کنید.

در ۴ روش افزایش فروش گفته شده در بالا، تنها روی مشتریان خود تمرکز می‌کنید .

۱۰. حذف تخفیف نقدی به مشتریان

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

در آموزش راهکارهای فروش، همیشه به مدیران می‌گوییم که تخفیف نقدی بدترین نوع تخفیف است. فرض کنید که اگر ۵۱۱ هزار تومان تخفیف می‌دهید یعنی ۵۱۱ هزار تومان از دست داده‌اید. بهتر است به جای تخفیف نقدی تخفیف کالایی بدهید.

با این کار شما کالای بیشتری فروخته‌اید و زیان کمتری نسبت به تخفیف نقدی متحمل می‌شوید، چرا که در تخفیف کالایی بخشی از قیمت کالای دوم را سود آن کالا تشکیل داده است و شما برای آن پولی پرداخت نکرده‌اید. همچنین می‌توانید خدمات رایگان و یا مشاوره رایگان را به جای تخفیف نقدی به مشتری پیشنهاد دهید.

از دیگر راهکارهایی برای فروش بیشتر، تخفیف غیر نقدی است. به مشتری تخفیف نقدی ندهید، بلکه به او به اندازه مبلغ تخفیفش اعتبار خرید بدهید. مثلاً اگر ۱۱۰ هزار تومان تخفیف شامل او می‌شود، این مبلغ را از حسابش کم نکنید و به جای آن کارتی به مشتری بدهید و بگویید که پیش شما ۱۱۰ هزار تومان اعتبار دارد.

نظر گرنت کاردن درباره تخفیف نقدی

گرنت کاردن **Grant Cardone** پر فروش‌ترین نویسنده نیویورک تایمز، متخصص راه‌های فروش، مشاور مدیرعامل‌های شرکت‌های بین‌المللی و موسس ۳ شرکت مولتی‌میلیون‌دلاری در آمریکا است.

وقتی پول دادن برای مشتریان دشوار باشد، واکنش بیشتر کسب‌وکارها تخفیف دادن است. به عقیده گرنت کاردن این یک استراتژی دفاعی اشتباه است که به خط فروش شما ضربه خواهد زد.

به عقیده گرنت کاردن در راه‌های فروش نباید فقط از یک تاکتیک استفاده کرد. فروختن شامل ترکیب کردن چند روش است. از تمام روش‌های ممکن استفاده کنید تا با افراد ارتباط برقرار کنید. حدود ۱۰۰ تماس خود

و واکنش‌های مشتری را بررسی کنید و ببینید کدام تکنیک‌ها بیشتر روی آن‌ها جواب می‌دهد و سپس آن‌ها را ادغام کنید .

گرتن کردن می‌گوید: “من هرگز سعی نکرده‌ام کمترین قیمت را در مورد یک محصول ارائه دهم و همیشه سعی می‌کنم ارزشی ارائه کنم تا محصول من را از دیگر محصولات متمایز کند.”

برای مثال اغلب افرادی که در مرکز شهر ساخت‌وساز می‌کردند، سعی داشتند سوییتهای خود را با پایین آوردن قیمت، اجاره دهند.

نگهداری از سگ در این آپارتمان‌ها ممنوع بود، ولی کردن به یک شرکت ساخت‌وساز پیشنهاد داد سوییتهای بسازد و در آن فنس‌هایی به کار ببرد که افراد بتوانند در آن سگ‌های خود را نگهداری کنند. با این کار افراد حاضر بودند هزینه بیشتری پرداخت کنند تا بتوانند آن سوییتهای را اجاره کنند.

راهکارهای فروش موفق با استفاده از تکنیک مشارکت

در ادامه راهکارهای فروش موفق را با استفاده از تکنیک مشارکت توضیح داده شده است:

۱۱ - استفاده از مشارکت انتفاعی برای فروش بیشتر

راه افزایش فروش بعدی مشارکت انتفاعی با سایر کسب و کارها است. بررسی کنید مشتریان شما در زمان خرید کالای شما به چه کالای دیگری نیاز دارند و به چه کسب‌وکارهای دیگری مراجعه می‌کنند.

به‌عنوان مثال اگر فعالیت شما دکوراسیون است، به احتمال زیاد مشتریان هدف شما برای خرید کاشی، مبلی یا پرده نیز اقدام خواهند کرد، پس بهتر است با این کسب‌وکارها مشارکت داشته باشید.



در اين روش فروش کالا، بهتر است كمى ظرافت به خرج دهيد و كارت هديه‌اي شامل تخفيف خريد طراحي كنيد و به كسب‌وكارهايي كه قصد داريد با آنها مشاركت كنيد بدهيد تا آنها اين كارت هديه را به مشتريان خوب خود هديه كنند.

بهتر است اين كار دوطرفه باشد و شما نيز مشتريان خوب خود را به سمت شركاي اتفاعي هدايت كنيد تا فروش كالاي آنها نيز بيشتر شود.

۱۲ - مشاركت با رقبا، از راهكارهاي فروش بيشتر

بيشتر كالاهاي شما متناسب با بخش خاصي از بازار ([نيچ ماركت](#)) است كه براي خود در نظر گرفته‌ايد. يعني به بخشي از مشتريان خدمات و يا كالا نمي‌فروشيد و دسته‌اي از مشترياني كه به شما مراجعه مي‌كنند را رد مي‌كنيد. اين اتفاق براي رقبای شما هم مي‌افتد.

از روش‌هاي موثر در افزايش فروش اين است كه با رقيباني كه محصولات متناسب با اين دسته از مشتريان را دارند همكاري كنيد و مشترياني كه به شما مراجعه مي‌كنند و محصول شما براي آنها مناسب نيست را به رقبائتان معرفي كنيد.

از رقا نيز بخواهيد مشتريان متقاضي كالاي خاصي كه خودشان ندارند را به شما معرفي كنند. با اين كه سخت به نظر مي‌رسد ولي اين يكي از راه‌هاي فروش بسيار موثر است.

۱۳ - مشاركت در فروش بيشتر مشتريان خود

از راه‌هاي فروش جالب اين است كه اگر فروش شما به فروش مشتريانتان بستگي دارد، پس براي فروش آنها قدمي برداريد. يكي از راهكارهاي فروش براي مشتريان شما، برگزاري سميناري در زمينه فروش و يا

محتوای آموزشی برای افزایش فروش آن‌ها است. می‌توانید از طریق معرفی کانال تلگرام، صفحه اینستاگرام و یا وب سایت آن‌ها نیز به افزایش فروششان کمک کنید.

بیشتر بخوانید: بازاریابی گوشه ای یا [نیچ مارکتینگ](#) چیست؟

راهکارهای فروش از طریق بازاریابی و تبلیغات

یکسری از راهکارهای فروش از طریق بازاریابی و تبلیغات است که در ادامه به آن می‌پردازیم:

۱۴. افزایش فروش با جمع آوری بانک اطلاعاتی مشتریان

از راحت ترین راهکارهای فروش و یکی از بهترین دارایی‌های کسب و کار شما [بانک اطلاعاتی مشتریان](#) شما است. زمانی که اطلاعات تماس مشتریان بازار هدف را داشته باشید، افزایش فروش راحت تر اتفاق می افتد.

۱۵. افزایش فروش با بازاریابی تلفنی

یکی از راهکارهای فروش موفق، بازاریابی تلفنی است. برای افزایش فروش در بازاریابی تلفنی سعی کنید *نفروشید* و فقط از طریق تلفن مشتریان را به فروشگاه یا محل کسب و کارتان دعوت کنید. بازاریابی تلفنی یکی از روش‌های کم‌هزینه است، به شرط آنکه درست و حرفه‌ای انجام گیرد.

برای تماس‌های خود هدف تعیین کنید، حداقل تعدادی برای تماس‌های روزانه در نظر بگیرید و آن‌ها را تجزیه و تحلیل کنید.

از راه‌های فروش در [فروش تلفنی](#) پیگیری است که نقش بسیار مؤثری دارد. در حقیقت نه شنیدن از مشتری یک امر طبیعی است و این هنر بازاریاب است که با مذاکره حرفه‌ای و پیگیری، تماس‌های خود را به یک ملاقات حضوری تبدیل کند. متخصصان بازاریابی، ۵ تا ۷ بار پیگیری برای یک بازاریاب تلفنی را توصیه می‌شود.

۱۶. افزايش فروش با ايجاد ارتباطات جديد

در کشور ما ارتباطات نقش بسیار مهمی در پیشرفت دارد. می‌توان گفت که “بازاریابی ارتباطی” راه میان بری برای رسیدن به هدف افزایش فروش است.

اگر تمام وقت خود را به کار مشغول هستید و نمی‌توانید به دوستان و آشنایان کاری خود سری بزنید یا تماس بگیرید، سخت در اشتباهید. گاهی مواقع بهتر است محل کار خود را ترک کنید و با دوست خود به یک جلسه دوستانه، کافی‌شاپ، میهمانی و یا تفریح بروید. البته دوستانی که ارتباط با آنها برای کسب‌وکار شما مؤثر باشد.

کافی است همین الان به دور و بر خود نگاهی بیندازید و آشنایان و دوستان خود را مرور کنید. برای این کار می‌توانید به گوشی تلفن همراه خود مراجعه کنید یا از خانواده و دوستان خود نیز بخواهید همین کار را انجام دهند.

بهانه‌ای برای ارتباط با این دسته از افراد بیابید، با آنها تماس بگیرید و پس از چند مرحله ارتباط غیر کاری، از آنها بخواهید با شما کار کنند یا به شما مشتری معرفی کنند. بازاریابی ارتباطی یکی از راهکارهای فروش راحت و بسیار مؤثر در افزایش فروش برای کشور ما است.

۱۷. افزايش فروش با تبليغات حرفه ای

هیچ وقت به خاطر رکود فروش، بودجه تبلیغاتی خود را کم یا قطع نکنید. از راهکارهای فروش موفق تبلیغ است که یک امر حیاتی برای کسب‌وکار است؛ اما یک کمپین تبلیغاتی و تبلیغ نویسی حرفه ای برای فروش و خروج از رکود، باید عامل انگیزشی داشته باشد و برای مخاطب جذاب باشد. مثل تبلیغ‌های مبتنی بر “تعویض کالای کهنه با نو”، “فقط با پرداخت روزانه... تومان”، “یکی بخر، ۵ تا ببر” و ...

۱۸. افزایش فروش با استفاده از رویدادها

اعیاد، روزهای خاص مثل روز کودک، روز پزشک و مناسبت‌های مختلف بهانه‌های خوبی برای ارتباط مجدد با مشتری هستند. همین الان تقویم را بردارید و مناسبت‌ها را چک کنید. برای ۳ ماه آینده ۳ مناسبت را پیدا کنید و ببینید در کدام یک از مناسبت‌ها می‌توانید به مشتریان پیشنهاد خوب بدهید. استفاده درست از رویدادها از راهکارهای فروش زودبازده است.

مثلاً یک کیف فروشی به مناسبت فرا رسیدن ماه مهر می‌تواند یک اقدام خاص طراحی کند تا مشتریان را به خرید تشویق کند و بازار هدف دانش آموزان را نشانه بگیرد. همان کیف فروشی می‌تواند برای روز زن و روز مرد هم برنامه خاصی داشته باشد.

جالب است بدانید یک کیف فروشی از مناسبت پیاده‌روی اربعین استفاده کرده بود و محصولی تحت عنوان کوله‌پشتی مخصوص پیاده‌روی اربعین ارائه می‌داد که فروش خوبی را هم به خاطر فرصت شناسی درستش به دست آورده بود.

۱۹. افزایش فروش با برگزاری سمینار

به‌جای استفاده از روش‌های معمول و غیر متمایز برای معرفی محصولات و افزایش فروش، از راه‌های فروش خاص استفاده کنید، مثل برگزاری سمینار یا همایش. بسیاری از شرکت‌ها سمینارهای صرفاً تبلیغاتی برگزار می‌کنند که تأثیر آن بسیار کم است.

برای این که مشتریان شما به حضور در سمینار تان علاقه‌مند شوند، پیشنهاد می‌کنیم یک موضوع آموزشی داغ و جذاب برای آن انتخاب کنید.

در بین این برنامه آموزشی چندساعته، ۵۰ دقیقه را به معرفی محصول و کسب‌وکار خود بپردازید. عامل انگیزشی مثل تخفیف یا هدیه رایگان برای افراد حاضر در نظر بگیرید، به‌گونه‌ای که آن‌ها در همان لحظه ترغیب به ثبت نام یا تکمیل فرم سفارش شوند.

بیشتر بخوانید: [جشنواره فروش](#) و قرعه‌کشی، راه فروش بیشتر

۲۰. افزایش فروش با ارائه پروموشن

در زمان رکود اکثر مشتریان تمایل به خرید دارند، اما نقدینگی کم و نگرانی ناشی از عدم توانایی در پرداخت، آن‌ها را از خرید باز می‌دارد. در زمان رکود هیچ‌گاه ارزش کالای گران‌قیمت و لوکس خود را پایین نیاورید، چرا که اگر بازار به رونق برگردد برگرداندن قیمت به قیمت اولیه کار دشواری خواهد بود و از طرف مشتری مورد بی‌میلی قرار خواهد گرفت.

از راهکارهای فروش این است که به جای اینکه قیمت را پایین بیاورید، با پیشنهادات خاصی مثل تخفیف، خرید پکیجی، کارت هدیه و ... مشتریان را به خرید ترغیب کنید.

راهکارهای افزایش فروش از طریق بازاریابی اینترنتی

راهکارهایی از طریق بازاریابی اینترنتی برای افزایش فروش وجود دارد که در زیر آورده شده است:

۲۱. افزایش فروش با بازاریابی محتوایی

یکی از راهکارهای فروش برای فروش‌گاه‌های اینترنتی، [بازاریابی اینترنتی](#) و محتوایی است. بازاریابی محتوایی، نوعی از بازاریابی است که در آن شما به مخاطبین محتوای رایگان می‌دهید و باعث جلب اعتماد آن‌ها می‌شوید که کاری بسیار کم‌هزینه است.



شما می‌توانید به وسیله بازاریابی محتوایی تبلیغات خود را به گوش هزاران مخاطب برسانید و نتیجه مطلوبی از آن بگیرید. امروزه برندها با استفاده از محتوا می‌توانند بیشتر از قبل با مخاطبین خود در ارتباط باشند و محصولات خود را با روش ساده‌تری یعنی از طریق شبکه های اجتماعی به آنها معرفی کنند.

از راهکارهای فروش در شبکه های اجتماعی این است که به جای تبلیغ، یک محتوای جذاب تولید کنید و در آن به تعدادی از سؤالات رایج مشتریان در مورد کالا یا خدمت خاص خودتان پاسخ دهید. با این کار مشتری به شما اعتماد کرده، شما را در کارتان متخصص می‌بیند و ناخودآگاه خود شما و کالای شما را کالایی می‌پندارد که تمام نکات ذکر شده در محتوا را رعایت می‌کنید.

از راههای فروش بیشتر این است که در گوشه‌های از این برگه محتوایی، لوگو و اطلاعات تماس خود را قرار دهید و به مشتریانی که از فروشگاه شما بازدید می‌کنند، افرادی که به محصول شما نیاز دارند و یا بین مشتریان هدف با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و یا وبسایت پخش کنید.

در ویدئو زیر به ۷ مزیت بازاریابی محتوایی برای افزایش فروش کسب و کار شما اشاره می‌شود:

۲۲. افزایش فروش با حضور قوی در رسانه‌های اجتماعی

به نظر شما چقدر باید هزینه پرداخت کنید تا یک نفر با کسب و کارتان آشنا شود؟ ایران یکی از کشورهای است که مردم آن به شدت اهل رسانه‌های اجتماعی هستند. شما نیز از این فرصت عالی به عنوان یکی از راهکارهای فروش موفق و کم هزینه استفاده کنید.

بازاریابی از طریق [رسانه‌های اجتماعی](#) تکنیک‌های خاص خود را دارد و توصیه می‌کنیم در حال حاضر در رسانه‌های تلگرام و اینستاگرام حضور فعال داشته باشید.



از راه های فروش در تلگرام این است که محتوای تولید شده خود را قرار دهید و از مشتریان خود دعوت کنید تا به کانال شما مراجعه کنند و آن مطلب را ببینند. در کانال‌های مختلف نیز آدرس کانال تلگرام خود را نشر کنید و لینک آن را در کانال‌های همکاران و شرکای انتفاعی قرار دهید.

همچنین از رسانه‌های دیگر مثل پیامک برای دعوت مشتریان به کانالتان استفاده کنید. بهتر است کانال شما صرفاً تبلیغاتی نباشد. مثلاً محتوا ارائه دهید و پس از چند محتوا تبلیغی از کالای خود بگذارید و یک پیشنهاد عالی به مشتری بدهید که رد نشدنی باشد.

در اینستاگرام نیز چند محتوا و چند تصویر از محصولات خود قرار دهید و پس از آن شروع به فالو کردن پیج‌های مرتبط و فالوورهای آن‌ها کنید تا به این طریق دیده شوید و افرادی با شما آشنا شوند که به شما و محصولاتتان نیاز دارند.

۲۳. تبلیغ در سایت‌های رایگان

از راهکارهای فروش بدون هزینه، تبلیغ در سایت‌های رایگان است. اطلاعات کسب‌وکار خود را در وب‌سایت‌های تبلیغاتی رایگان مثل [دیوار](#)، [شیپور](#)، [نیازروز](#)، [آگهی‌آی آر](#)، [ایستگاه](#) و سایت بانک اصناف قرار دهید.

دقت کنید اطلاعات کامل تماس را در اختیار مخاطب قرار دهید. در معرفی خود حتماً مزیت‌های خود نسبت به سایر رقبا را نیز اعلام کرده و عاملی انگیزشی مثل تخفیف برای ترغیب افراد در نظر بگیرید.

۲۴. افزایش فروش از طریق کارمندان

به عنوان يکي از راهکارهايي براي فروش بيشتري، پيشنهاده مي‌کنيم از واحد مديريت منابع انساني خود بخواهيد که کارمندان را آموزش دهد و آن‌ها را تشويق کند تا در ساعات غير کاری نيز نسبت به جذب مشتري براي شما اقدام کنند. آن‌ها را در فرآيند فروش دخيل کنيد و به آن‌ها پورسانت فروش بدهيد تا انگيزه داشته باشند .

فراوموش نکنيد که از راه های فروش در بلند مدت و موفقیت کسب و کار شما در بلند مدت تنها با نیروی انسانی خوب و با انگیزه امکان پذیر است.

فروش بيشتري با روش های درآمدی متفاوت

برخی فکر می کنند برای افزایش فروش فقط باید کاری کنند که کالا یا خدماتشان بيشتري خريده شود. اما اين تنها يکي از راهکارهاي فروش موفق است. فقط به فروختن کالا فکر نکنيد و روش‌هاي کسب درآمدی ديگري نيز به کسب‌وکار خود اضافه کنيد، روش‌هايي مثل اجاره دادن، فروختن عضويت، فروش خدمات، فروش نصب و اجاره، فروش پشتيبانی و...

به اين فکر کنيد که چه چيزهايي را می‌توانيد اجاره دهيد، در چه کارهايي می‌توانيد حق عضويت بفروشيد، چه خدماتی را می‌توانيد به مشتريان ارائه کنيد و در ازای آن پول دريافت کنيد.

مقاله مرتبط: روش های انگيزه دادن به کارمندان چيست؟

۲۵. مشخص کردن اولويت های فروش، از راهکارهاي فروش موفق

در طی مشاوره ها و آموزش هايی که به مديران ارائه می دهيم، متوجه شدیم که خیلی ها اولويت های خود را در فروش در ست رعايت نمی کنند. اکثر آن ها فکر می کنند که برای فروش بيشتري بايد پول خرج کنند، تبليغ

کنند و مشتری جدید پیدا کنند. اما نگاه ما کاملاً متفاوت است: روش‌های کم‌هزینه‌تر اثرگذاری بیشتری در فروش دارند.

به عنوان مثال **اولویت فروش** شما اول باید حفظ مشتریان فعلی باشد. جذب مشتری جدید ۵ تا ۱۰ برابر حفظ مشتری فعلی برای شما هزینه خواهد داشت. از خودتان بپرسید که چقدر برای حفظ مشتریان فعلی خود برنامه ریزی کرده‌اید؟ چه خدماتی به مشتریان خوش حساب خود می‌دهید؟

اکثر کسب و کارهایی که برای مشاوره افزایش فروش و راه‌های فروش به **گروه اکیانوس آبی** مراجعه می‌کنند، سیستمی برای این کار ندارند و مشتریان خود را فراموش می‌کنند.

۲۶. عدم استفاده از روش دمبلی در فروش

تحقیقات نشان داده است که هزینه جذب یک مشتری جدید ۵ تا ۱۰ برابر هزینه حفظ مشتریان فعلی است. متأسفانه در ایران به حفظ مشتریان کنونی اهمیت زیادی داده نمی‌شود و به جذب رضایت مشتری تازه وارد اهمیت بیشتری داده می‌شود که به آن روش دمبلی گفته می‌شود.

در روش دمبلی مشتریان راضی و قدیمی خدمات کمتری دریافت کرده و قیمت بالاتری پرداخت می‌کنند و مشتریان جدید و اهل چانه‌زنی خدمات و تخفیف بیشتری دریافت می‌کنند. این کار زیان بزرگی برای کسب و کارها است و باعث می‌شود مشتریان خوب خود را از دست بدهند.

اولویت‌های فروش شما باید این موارد باشند:

- حفظ و وفاداری مشتریان فعلی
- بیش‌فروشی به مشتریان فعلی
- تمرکز روی محصولات سودآور



- معرفي مشتري از مشتريان فعلي
- بازگرداندن مشتريان گذشته و غير فعال

۲۷. بيش فروشي

بيش فروشي از راهكارهاي فروش موفق است كه در آن مشتري ترغيب مي شود خريد بيشتري انجام دهد و شما علاوه بر محصول اصلي، محصولات جاني هم به او خواهيد فروخت. با پيشنهاد بسته كامل تري از محصول اصلي، شما مشتري را ترغيب به خريد كالاي دوم مي كنيد كه در نهايت براي شما سود بيشتري خواهد داشت. مثلاً به افرادي كه ساندويچ خريده اند، پيشنهاد پكيچ كامل ساندويچ، سالاد، نوشابه و سيب زميني داده مي شود كه نوعي بيش فروشي است. يكي از بهترين راه هاي بيش فروشي اين است كه به مشتري بگوييد با اين كار چقدر از پولش ذخيره خواهد شد و اگر اين خريد را انجام ندهد چقدر ضرر خواهد كرد.

۲۸. فروش مكمل

يكي ديگر از راه هاي فروش، فروش مكمل است كه شما علاوه بر محصول اصلي، به مشتري محصولات مكمل محصول اصلي را نيز مي فروشيد. مثلاً پس از خريد موباييل به شخص مورد نظر محافظ صفحه، كاور گوشي و ... را پيشنهاد مي دهيد تا سود بيشتري به دست بياوريد.

۲۹. كم فروشي

اكثر بازيابان و فروشندهگان با تكنيك بيش فروشي و فروش مكمل آشنايي دارند، اما راهكار فروش ديگري نيز به نام كم فروشي وجود دارد كه مي تواند روي افزايش فروش شما مؤثر باشد.

کم‌فروشی یعنی زمانی که مشتری از شما کالایی را درخواست کرد، به او یک برند خوب و گران را پیشنهاد می‌دهید و یک برند ارزان‌تر را به او معرفی می‌کنید. با این روش مشتری اگر قادر به خرید گزینه اول نبود، به جای ترک مغازه شما گزینه دوم را خواهد خرید.

۳۰. افزایش فروش با سیستم سازی فروش

آیا می‌دانید که بیشتر بی‌نظمی‌ها در فروش شما، از عدم [سیستم سازی کسب و کارتان](#) نشئت می‌گیرد؟ علاوه بر شگردهای فروش که به آن‌ها اشاره کردیم، اگر سعی کنید در راستای [سیستم سازی فروش](#) سازمان خود قدم بردارید، دیگر لازم نیست شما تمام کارها را انجام دهید. سیستم شما این کار را برای شما انجام خواهد داد!

چطور در سال ۲۰۲۴ فروش خود را افزایش دهیم؟

در ادامه داغ‌ترین استراتژی‌های فروش برای سال ۲۰۲۴ را همراه با نکات قابل اجرا گردآوری کرده ایم. این نکات را برای فروش بیشتر و رسیدن به اهداف فروش خود حتما دنبال کنید!

شخصی سازی بازاریابی

شخصی‌سازی یکی از داغ‌ترین استراتژی‌های فروش در سال ۲۰۲۴ خواهد بود. بازاریابی شخصی به شما این امکان را می‌دهد که محتوای سفارشی‌سازی شده برای بهبود تجربیات خریدار و ایجاد روابط مثبت با مشتریان بالقوه خود تولید کنید.

شما می‌توانید با شناسایی آرمان‌ها، علایق، اهداف، عادات رسانه‌های اجتماعی و الگوهای خرید مخاطبان خود، محتوای بازاریابی‌تان مثل ایمیل‌ها، پیام‌ها و پیشنهادات خود را برای آن‌ها شخصی‌سازی کنید. آمار نشان می‌دهد که:

1. ۹۱ درصد از مصرف‌کنندگان بیشتر از برندهایی خرید می‌کنند که توصیه‌ها و پیشنهادات مربوط با سلیقه هر یک از خریداران را ارائه می‌دهند.
2. ۸۰ درصد خریداران بیشتر از برندهایی که تجربیات شخصی ارائه می‌دهند خرید می‌کنند.
3. ۷۲ درصد از مصرف‌کنندگان فقط با پیام‌های شخصی‌شده ترغیب به خرید می‌شود. (مثل پیام‌هایی که نام مخاطب در آن‌ها ذکر شده است).

سرعت بالای بارگذاری صفحات وب سایت

سرعت بارگذاری سریع جزء ضروری یک صفحه فرود با تبدیل بالا و فروش بیشتر است، به ویژه برای کسانی که با موبایل وارد وب سایت شما می‌شوند. سرعت بارگذاری صفحه می‌تواند مستقیماً بر تبدیل‌های فروش تأثیر بگذارد و به همین دلیل است که یکی از راهکارهای فروش برای سال ۲۰۲۳ است.

صفحاتی از وب سایت شما که دیر لود می‌شوند، می‌توانند بر روند خرید تأثیر منفی گذاشته و منجر به رها شدن سبد خرید شوند. شاید بپرسید چرا زمان بارگذاری وب سایت انقدر مهم است؟ زیرا:

1. ۴۰ درصد از مصرف‌کنندگان سایتی را که بیش از ۳ ثانیه طول می‌کشد تا باز شود را رها می‌کنند!
2. ۴۷ درصد از مردم دوست دارند صفحات وب در ۲ ثانیه یا کمتر بارگذاری شوند.
3. یک سایت تجارت الکترونیک که روزانه ۱۰۰۰۰۰ دلار درآمد دارد، به دلیل تأخیر ۱ ثانیه در بارگذاری صفحه، می‌تواند ۲٫۵ میلیون دلار در سال از دست بدهد.
4. هر ثانیه تأخیر در پاسخگویی صفحه می‌تواند منجر به کاهش ۷ درصدی در تبدیل شود.

جمع بندی

ما در مشاوره های مدیریتی [اقيانوس آبي](#) با مدیران زیادی که به دنبال راهکارهای فروش هستند ملاقات می کنیم و طبق تجربه می دانیم که اکثر مدیران از مشکلات فروششان آگاه هستند، اما در چگونگی پیاده سازی یک سیستم براری اجرای راه های فروش و بازاریابی حرفه ای به مشکل بر می خورند، که دلایل آن عدم مدیریت درست زمان، نداشتن دانش و تخصص در زمینه فروش و ندانستن نحوه و ترتیب اجرا است یعنی نمی دانند برای افزایش فروش باید از کجا شروع کنند.

افزایش فروش برای رشد برند شما بسیار مهم است. اما حقیقت این است که هر سال که می گذرد، رسیدن به اهداف فروش سخت تر می شود. در سال ۲۰۲۱ کووید ۱۹ به ما آموخت که هیچ چیز قطعی نیست و اگر می‌خواهیم کسب وکارمان رونق بگیرد یا بقای خود را حفظ کند، باید یک قدم جلوتر از راهکارهای فروش فعلی باشیم.

ما نمی توانیم آینده را ببینیم، بنابراین، اکنون که COVID چشم انداز فروش را برای آینده تغییر داده است، چگونه تعیین کنیم که در این موقعیت از چه تکنیک هایی برای افزایش فروش در سال جدید استفاده کنیم و در عین حال مشتریان خود را در اولویت قرار دهیم؟

امیداریم در این مطلب توانسته باشیم تا حدی شما را با راهکارهایی برای فروش بیشتر آشنا کنیم و به افزایش فروش کسب و کارتان کمک کنیم. برای دریافت کامل راهکار های افزایش فروش، [کتاب ۱۰۱ تکنیک افزایش فروش](#) را حتما بخوانید.

سوالات متداول در حوزه فروش

۱. فروش چیست؟

فروش مجموعه فعاليت هايي است كه فروشنده انجام مي دهد تا به خريدار در انتخاب كالاي مورد نظر خود كمك كند. فروش را مي توان نقطه پاياني بازاریابی نیز دانست.

۲. مراحل فروش چیست؟

فروش شامل سه مرحله است:

۱ - فعاليت هاي قبل از فروش

در اين مرحله شما به مهارت هاي ارائه در فروش، نحوه برخورد با مشكلات و دغدغه هاي مشتري و مهارت مذاكره با مشتري نياز داريد.

۲ - عمليات فروختن

در اين مرحله بايد با نحوه عقد قرارداد با مشتري، تعيين قيمت محصول و قوانين تخفيف دادن در زمان فروش آشنايي داشته باشيد.

۳ - فرايند هاي پس از فروش

در اين مرحله از فروش بايد براي كسب رضايست مشتري پس از خريد تلاش كنيد. پس بايد مهارت ارتباط با مشتري را بياموزيد.

۳. چرا نمي فروشم؟

برخي مشتريان به خاطر قيمت بالا از شما خريد نمي كنند، چون فقط گزينه هاي ارزان تر را مي خردند و تنها معيار آن ها براي سنجيدن ارزش، قيمت است. اما اين دسته از مشتريان فقط درصد بسيار كمی از خريداران را تشكيل مي دهند. اكثر خريداران مي دانند كه ارزان ترين و بهترين هيچ گاه باهم همراه نمي شوند. از راهكارهاي فروش اين است كه به آن ها كمك كنيد تفاوت شما را با ساير رقبا درك كنند. شما فروشتان را

به خاطر عدم ايجاد ارزش كافي در معامله از دست مي‌دهيد و يا اين كه به مشتري كمك نمي‌كنيد كه تفاوت شما با ديگران را درك كند.