



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

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



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 نگذاشته‌اید، اول از سیستم سازی فروش شروع کنید، چون تا فروش خوبی نداشته باشید، رونقی هم ندارید.

- از تکرار اشتباهات بعضی از کارمندان فروشتان خسته شدید و نمی‌دانید برای حل آن چه باید بکنید؟
- یک سری راه‌ها را امتحان کرده ولی به نتیجه نرسیده‌اید!
- همیشه سرتان شلوغ است.
- از جواب دادن به مشتری‌ها که گاهی ناراضی می‌شوند و از شما یا نیروهایتان شکایت می‌کنند کلافه شده‌اید.
- گاهی آن قدر سفارش دارید که نمی‌توانید پاسخگو باشید و گاهی هم هفته‌ها می‌گذرد و هیچ فروشی ندارید.

پس با این مطلب از **گروه اکیانوس آبی** همراه باشید:

سیستم سازی فروش یعنی چه؟

سیستم سازی فروش *sales systemization* یعنی نوشتن فرآیندهای فروش، مستندسازی آن‌ها و در نهایت رسیدن به فرآیندهای کاملاً ساختاریافته و سیستمی. با **سیستم سازی فروش** میزان فروش کسب و کار روز به روز قابل پیش بینی‌تر و موفقیت آمیزتر می‌شود.

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

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به **اکیانوس آبی** سر بزنید.

- در برهه‌اي از زمان ميزان فروش زياد و در برهه اي ديگر كم و ضعيف است.
- گاهي اوقات تقاضا زياد است، ولي كالايي براي فروش در دسترس نيست.
- گاهي کالا موجود است، ولي آن كسب و كار توانايي فروختن آن را ندارد.
- گاهي تيم فروش نمي‌توانند جوابگوي مشتري باشند و گاهي بي كار هستند.

اگر سيستم سازي فروش انجام ندهيد، چه اتفاقي مي افتد؟

خيلي از مديران از اهميت **سيستم سازي** و به خصوص سيستم سازي فروش آگاه هستند، ولي براي اجراي آن مقاومت مي‌كنند و دلایل به نظر درستي هم براي مقاومتشان دارند. مثلا مي‌گويند كه محصول يا خدمت ما معمولي نيست، مشتريان با هم متفاوت هستند و نياز به يك رويكرد شخصي سازي شده و متفاوت دارند و دلایلي از اين قبيل.

در پاسخ به اين مديران بايد بگوئيم كه اين دلایل اصلا بهانه‌هاي خوبي نيستند، چون مشكلاتي كه در سازمان شما به دليل عدم **سيستم سازي فروش** به وجود مي‌آيد، بسيار مخرب هستند:

- نداشتن سيستم باعث مي شود خيلي از داده ها را نداشته باشيد، پس متوجه شاكی شدن و از دست رفتن مشتري نمي شويد.
- هيچ سند، مدرک يا داده اي از واحد فروش در اختيار شما نيست كه از اتفاقاتي كه آنجا رخ مي دهد مطلع شويد.
- ممكن است برخي از كارمندان فروش شما با مشتري با لحنی صحبت كنند كه اعتبار و قدرت برند شما را زير سوال ببرد، ولي به علت عدم مديريت فروش، شما متوجه آن نمي شويد چون اين چيزها ثبت و كنترل نمي شوند.

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

- هزینه‌های هنگفتی که برای تبلیغات و جذب مشتری پرداخت کرده‌اید، از دست رفته چون نیروی فروش شما مشتری را پیگیری نکرده است. اما چون سیستمی برای ثبت و کنترل پیگیری‌ها وجود ندارد شما متوجه این موضوع نمی‌شوید.
- بدون **سیستم سازی فروش**، بعضی از اسناد و داده‌های فروش ثبت نمی‌شوند. بنابراین بعد از این که یک نیروی فروش از مجموعه شما به هر دلیلی خارج می‌شود، همه چیز را با خودش می‌برد.
- رفتن یکی از کارمندان فروش باعث می‌شود که میزان فروش شما دستخوش تغییرات شود، چون همه مشتریانش فقط او را می‌شناسند.

سیستم سازی فروش چه کمکی به کسب و کار شما می‌کند؟

- **کنترل و تبدیل بهتر خریداران بالقوه**: احتمال از دست دادن فرصت فروش بسیار کمتر است و خروجی‌های **کیف فروش** کسب و کارتان بیشتر می‌شوند.
- **کنترل راحت تر تیم فروش**: مدیر فروش بینش خوبی از فعالیت‌های تیم فروش به دست می‌آورد.
- مدیر می‌تواند نتایج را به طور سیستماتیک‌تر نظارت کند و فروش را بهتر برنامه‌ریزی کند.
- **بهبود بازدهی نیروی فروش**: سیستم سازی فروش به نیروی بعدی که استخدام می‌شود کمک می‌کند تا خیلی سریع متوجه شود که کدام مشتری را باید پیگیری کند. نیروی جدید باید در مدت کمی از سوابق مشتریان و سایر اطلاعات فروش مطلع شود، مثلاً بفهمد که کدام دسته از مشتری‌ها مشتریان طلایی، کدام نقره‌ای و کدام یک مشتریان بدحساب شما هستند. او باید محل قراردادهای را بداند، بتواند شرایط مشتریان را به راحتی پیدا کند و نحوه مکالمه با هر کدام از مشتری‌ها را تشخیص دهد تا از همان ابتدا حداکثر بازدهی را داشته باشد.

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

- **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 مراحل 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؟

در ادامه **مجله اکیانوس آبی**، روش‌های پیاده سازی سیستم سازی فروش برای کسب وکارها آورده شده است:

۱. تعیین اهداف سیستم سازی فروش

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

بايد هدف واحد فروش از سيستم سازي فروش مشخص باشد. اكثر مواقع شما مي خواهيد از فرصت هاي فروش، معاملاتي كه بسته مي شود و از همه مهم تر فروش هاي از دست رفته مطلع شويد. با تعيين اهداف فروش، پيگيري نتايج فروش راحت تر مي شود.

۲. تعيين شاخص هاي كنترل واحد فروش

بعد از تعيين اهداف فروش، مراحل لازم براي انجام هر يك از فرآيندهاي فروش را نوشته و مستند كنيد. سپس شاخص هايي كه براي كنترل هر مرحله از اين فرآيندها لازم است را مشخص کرده و آن ها را دائما كنترل كنيد. در مديريت فروش به ياد داشته باشيد هر آنچه كه اندازه گيري مي شود، پتانسيل بهبود بخشيده دارد.

۳. استفاده از تكنولوژي

خيلي مهم است كه در سيستم سازي فروش از ابزارها و نرم افزارهاي استفاده كنيد كه فروش و پيگيري آن را براي كارمندان راحت تر كند. فروشندگان بايد بر روي فروش تمرکز كنند و يك **سيستم مديريت فرآيند** و نرم افزار مديريت ارتباط با مشتري (CRM) كه به خوبي تثبيت شده است مي تواند به آن ها در اين راه كمك كند.

۴. كار تيمي

سيستم سازي فروش مثل يك ورزش گروهی است. كارمندان و مدير هر دو بايد براي جلب رضایت، **وفادارسازي مشتري** و بهبود فروش تلاش كنند.

در جلسات هفتگی با تیم فروش خود طوفان فکری داشته باشید و نظر آن‌ها را برای بهبود ارتباط با مشتری و حل مسائل و مشکلات واحد فروش جویا شوید. از کارمندانان بخواهید که در صورت بروز مشکل با هم همفکری کنند و نظراتشان را با یکدیگر به اشتراک بگذارند.

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 می‌توان گفت که مدیریت فروش به سیستم سازی فروش می‌انجامد.

سه جنبه اصلی در مدیریت فرآیند فروش وجود دارد:

۱. **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.

۲. **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.

۳. **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 کاری‌ها

اهمیت مدیریت فروش

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



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 سیستمی‌تری داشته باشد.

مدیریت فروش برای هر سازمانی مهم است زیرا:

۱. موجب درآمدزایی شرکت می‌شود.
۲. باعث حاشیه‌ی سود بیشتر برای سازمان می‌شود.
۳. دستیابی به مخاطبان هدف و تبدیل آن‌ها به مشتری
۴. سیستم سازی فروش خوب و مدیریت فروش می‌تواند به برندسازی شرکت کمک کند.
۵. مشاوران فروش و خدمات پس از فروش باعث رونق حضور کسب و کار در بازار می‌شوند.

نتیجه گیری

گاهی مواقع فکر می‌کنید که می‌دانید **سیستم سازی کسب و کار چیست** و در سازمان شما در حال اجرا است، اما وقتی به فاز اجرایی می‌رسید، می‌بینید به آن اندازه که فکر می‌کردید سیستمی نیستید، به خصوص در سیستم سازی فروش.

جذب و حفظ مشتری از حیاتی‌ترین بخش‌های 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 می‌دهید و نارضایتی آن‌ها زیاد می‌شود. **پس از همین حالا دست به کار شده و برای سیستمی کردن کسب و کارتان آستین**

بالا بزنید

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



سوالات متداول

۱. سيستم سازي فروش چيست؟

سيستم سازي فروش يعني نوشتن فرآيندهاي فروش، مستندسازي آن ها و در نهايت رسيدن به فرآيندهاي ساختاريافته و سيستمي. سيستم سازي فروش ميزان فروش کسب و کار را قابل پيش بيني و موفقيت آميز مي کند

۲. مزايای سيستم سازي فروش چيست؟

تبديل خريداران بالقوه
کنترل راحت تر تيم فروش
بهبود بازدهي نيروي فروش
ايجاد روابط بلندمدت با مشتريان
حفظ مشتريان فعلي
درک بهتر رفتار مشتري

۳. مشکلات عدم سيستم سازي فروش چيست؟

در برهه اي از زمان ميزان فروش زياد و در برهه اي ديگر کم و ضعيف است.
گاهی اوقات تقاضا زياد است، ولی کالايي براي فروش در دسترس نيست.
گاهی کالا موجود است، ولی آن کسب و کار توانايي فروختن آن را ندارد.
گاهی تيم فروش نمی توانند جوابگوي مشتري باشند و گاهی بي کار هستند.

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