



# 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 می کنید، 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 می خواهید سال ۲۰۲۴ را به پوسلزترین سال کسب و کارتان تبدیل کنید، به راه های افزایش فروش جدید و شگردهای فکرشده نیاز دارید. همه ما خواهان راه های فروش بیشتر هستیم، اینطور نیست؟

هدف [اقيانوس آبي](#) از نوشتن مقاله روش های افزایش فروش و سایر آموزش های مدیریت کسب و کار کمک به کسب و کارهایی است که به دلایل متفاوت دچار مشکل در فروش بیشتر خود شده اند، می خواهند در این موقعیت از تکنیک های افزایش فروش در سال ۲۰۲۴ استفاده کرده و مشتریان خود را در اولویت قرار دهند.

گاهی هم شرایط مساعد است، اما مدیران به دلیل عدم دانش کافی و انتخاب روش های نادرست، فروش خود را از دست می دهند. 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:

۱. اگر محصول خوبی دارید، اما مشتریان مناسبی برای آن پیدا نمی کنید،
۲. اگر مطمئن نیستید که چگونه به مشتریان خود نزدیک شوید و چه پیامی به آن ها منتقل کنید،
۳. اگر محصولی را آنلاین می فروشید و راه های فروش آن را نمی دانید،
۴. اگر پخش کننده یا خرده فروش هستید و زیاد مشتری ندارید.

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

رد مانلی می گوید: “همه چیز از یک فروش خوب شروع می شود.” پس از همین حالا برای بهبود فروشتان اقدام کنید.

وقتی بفروشید، سفارش ها سرازير می شوند، دستگاه ها به کار می افتند، محصولات بارگیری می شوند، فاکتورها صادر می شوند و در نهایت حساب شرکت پر می شود. از همین درآمد است که همه اعضای شرکت، مدیر عامل و صاحب شرکت سود می برند .

## آیا می دانید که چرا فروش ندارید؟

به نظر شما دلایلی که باعث می شوند فروش نداشته باشید چیست؟ بیشتر فروشندگان در جواب به این سوال، تقصیر را به گردن رقیبی می اندازند که قیمت پایین تری دارد.

حال اگر از همان گروه فروشنده ها بپرسید که چگونه به آخرین موفقیتشان در فروش رسیده اند، دلیل آن را **ارتباط درست با مشتری**، اعتماد و وفاداری او، مهارت هایی که برای مشتری ارزش ایجاد کرده اند، می دانند.

به نظر شما چرا وقتی فروش نداریم، قیمت مقصر است؟ اما وقتی فروش موفق داریم، آن را به هر چیزی به جز قیمت نسبت می دهیم؟

جواب این است که در مبحث راهکار فروش بیشتر، **قیمت گذاری** عامل به هم خوردن معامله نیست. شما فروشتان را به خاطر عدم ایجاد ارزش کافی در معامله از دست می دهید و یا این که به مشتری کمک نمی کنید که تفاوت شما با دیگران را درک کند.

۱ - فروش ندارید چون برای مشتری ارزش ایجاد نمی کنید.

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



يکي از راه‌هاي افزايش فروش، دنبال کردن درخواست‌هاي مشتري و در نتيجه دادن ارزش واقعي به اوست. اين کار باعث مي‌شود معامله تحت اختيار مشتري نباشد و شما بتوانيد به درستي به مشتري مشاوره دهيد و نيازهاي واقعي او را درک کنيد.

پس براي افزايش فروش بايد خودتان در پي فهميدن نيازها و چالش‌هاي واقعي مشتريانتان باشيد تا بتوانيد با ارائه روش‌هاي مناسب، ارزشي براي او خلق کنيد.

## ۲- نمي فروشيد چون پيشنهادهاي خود را از رقبا متمايز نمي‌کنيد.

آيا تا به حال به اين موضوع فکر کرده ايد که چرا مشتري بايد از شما بخرد و قتي آن چه که رقبا دارند، شما هم داريد؟ از راهکارهاي فروش ايجاد تمايز است؛ مشتريان زماني شما را انتخاب مي‌کنند که تمايزي شفاف نسبت به رقبا ارائه کنيد و کسب و کار شما در **بازار رقابتي** متفاوت از بقيه باشد.

برخي فروشنده‌ها فکر مي‌کنند که از راه‌هاي فروش تطبيق دادن قيمت خود با قيمت رقيب است که برنده شدن در فروش را براي آن‌ها آسان تر مي‌کند. اگر شما هم جزو اين دسته از افراد هستيد به اين سوال جواب دهيد:

اگر تطبيق قيمت محصولاتان با قيمت کمتر رقيب باعث پيروي شما در فروش مي‌شود، پس چرا قتي که رقيب قيمتش را بالاتر مي‌برد و باز هم فروش دارد، خود را با آن تطبيق نمي‌دهيد؟  
جواب اين است که مشکل قيمت نيست و چيز ديگري است.

## ۳- فروشتان کم است چون روابط حياتي با مشتري ايجاد نمي‌کنيد.



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 سودهای 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.

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

آيا شما در كسب و كار خود از كمك ايده پردازان و متخصصان استفاده مي‌كنيد؟ سرمايه گذاري بر روي ايده‌هاي آنان مي تواند شرايط شما كاملا تغيير دهد.

## افزايش فروش با يادگيري مهارت فروش و فروشندگي

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 خردند، بلكه فوايدي كه براي‌شان دارد را مي خردند. اگر شما به جاي محصول از فوايد آن بگويد، فروش‌تان افزايش خواهد يافت .

اگر شما هم از نه شنيدن‌هاي مشتري خسته شده‌ايد 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 مي‌كند تا بهانه‌هاي مختلفی پيدا كند و پولی كه با سختی به دست آورده است را خرج نكند؛ اما فروشندگان حرفه‌اي براي افزايش فروش تمام سعي خود را مي‌كنند تا ارزش كالای خود را به مشتريانی كه پتانسيل لازم را دارند نشان دهند. برخي مواقع هم افراد چيزهايي مي‌خرند كه شايد هرگز از آن استفاده نكنند، زيرا از روي احساسشان خريد مي‌كنند. تنها دليل اين نوع خريد كردن هم فقط فروشنده است. افزايش فروش زماني اتفاق مي افتد كه فروشنده با استفاده از **تكنيك فروش عصبی** روي مشتري تأثير مي‌گذارد و او را متقاعد مي‌كند كه بخرد.

## تكنيك هاي افزايش فروش از طريق ارتباط با مشتري

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

هدف سازمان شما برای سال آینده احتمالاً مانند همیشه است: رشد و افزایش فروش. برای انجام این کار، باید بیشتر از همیشه در مورد رفتار خریدار و روندهای اخیر در فروش و به طور کلی نحوه صحیح ارتباط با مشتری مطلع باشید. با روش های زیر می توانید با ارتباط صحیح با مشتریان خود افزایش فروش داشته باشید.

## 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 به سختی 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 راه های 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.

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

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 می‌توانید 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 می‌توان 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.

## دانلود رایگان چک لیست ۱۰۱ تکنیک افزایش فروش

## راهکارهای افزایش فروش با مشتریان فعلی

یکی از مهمترین روش های افزایش فروش در سال ۲۰۲۴ تمرکز بر روی مشتریان فعلی است. می

گویید چرا؟

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



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 کسب و کارها 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.

## 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.

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

نکته مهم در بیش فروشی 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 بیش فروشی 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 معرفی کننده 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.

## ۹. افزایش فروش با بیش فروشی به مشتریان گذشته

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



هيچ وقت ارتباط خود را با مشتريان قطع نكنيد. به بهانه سنجش رضايت مشتريان با مشترياني كه قبلاً از شما خريد كرده‌اند تماس بگيريد و از آنان رضايت سنجي كنيد. پس از اينكه رضايتشان را سنجيديد، ساير محصولاتتان را به آنان معرفي كرده و به خريد محصولات جديد دعوتشان كنيد.

**در ۴ روش افزايش فروش گفته شده در بالا، تنها روي مشتريان خود تمرکز مي كنيد .**

## ۱۰. حذف تخفيف نقدي به مشتريان

در آموزش راهكارهاي فروش، هميشه به مديران مي گوييم كه تخفيف نقدي بدترين نوع تخفيف است. فرض كنيد كه اگر ۵۱۱ هزار تومان تخفيف مي‌دهيد يعني ۵۱۱ هزار تومان از دست داده ايد. بهتر است به جاي تخفيف نقدي تخفيف كالايي بدهيد.

با اين كار شما كالاي بيشترى فروخته‌ايد و زيان كمترى نسبت به تخفيف نقدي متحمل مي‌شويد، چرا كه در تخفيف كالايي بخشي از قيمت كالاي دوم را سود آن کالا تشكيل داده است و شما براي آن پولی پرداخت نكرده‌ايد. همچنين مي‌توانيد خدمات رايگان و يا مشاوره رايگان را به جاي تخفيف نقدي به مشتري پيشنهاد دهيد.

از ديگر راههاي افزايش فروش، تخفيف غير نقدي است. به مشتري تخفيف نقدي ندهيد، بلكه به او به اندازه مبلغ تخفيفش اعتبار خريد بدهيد. مثلاً اگر ۱۱۰ هزار تومان تخفيف شامل او مي‌شود، اين مبلغ را از حسابش كم نكنيد و به جاي آن كارتی به مشتري بدهيد و بگوييد كه پيش شما ۱۱۰ هزار تومان اعتبار دارد.

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

## - نظر گزنت كردن درباره تخفيف نقدي

گزنت كردن **Grant Cardone** پر فروش ترين نويسنده نيويورك تايمز، متخصص راه هاي فروش، مشاور مدير عامل هاي شركت هاي بين المللي و موسس ۳ شركت مولتي ميليون دلاري در آمريكا است.

وقتي پول دادن براي مشتريان دشوار باشد، واكنش بيشتر كسب و كارها تخفيف دادن است. به عقیده گزنت كردن اين يك استراتژي دفاعي اشتباه است كه به خط فروش شما ضربه خواهد زد. به عقیده گزنت كردن در راه هاي فروش نبايد فقط از يك تاكتيك استفاده كرد. فروختن شامل تركيب كردن چند روش است. از تمام روش هاي ممكن استفاده كنيد تا با افراد ارتباط برقرار كنيد. حدود ۱۰۰ تماس خود و واكنش هاي مشتري را بررسي كنيد و ببينيد کدام تكنيك ها بيشتر روي آن ها جواب مي دهد و سپس آن ها را ادغام كنيد .

**گزنت كردن مي گويد: "من هرگز سعي نكرده ام كمترين قيمت را در مورد يك محصول ارائه دهم و هميشه سعي مي كنم ارزشي ارائه كنم تا محصول من را از ديگر محصولات متمايز كند."**

براي مثال اغلب افرادي كه در مركز شهر ساخت وساز مي كردند، سعي داشتند سوييت هاي خود را با پايين آوردن قيمت، اجاره دهند.

نگهداري از سگ در اين آپارتمان ها ممنوع بود، ولي كردن به يك شركت ساخت وساز پيشنهاده داد سوييتي بسازد و در آن فنس هايي به كار ببرد كه افراد بتوانند در آن سگ هاي خود را نگهداري كنند. با اين كار افراد حاضر بودند هزينه بيشترى پرداخت كنند تا بتوانند آن سوييت را اجاره كنند.

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

## 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 کسب و کارهای دیگری مراجعه می‌کنند.

به عنوان 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 کسب و کارها مشارکت داشته باشید. در این روش فروش کالا، بهتر است کمی ظرافت به خرج دهید و کارت هدیه‌ای شامل تخفیف خرید طراحی کنید و به کسب و کارهایی که قصد دارید با آنها مشارکت کنید بدهید تا آنها این کارت هدیه را به مشتریان خوب خود هدیه کنند.

بهتر است این کار دوطرفه باشد و شما نیز مشتریان خوب خود را به سمت شرکای انتفاعی هدایت کنید تا فروش کالای آنها نیز بیشتر شود.

### ۱۲- مشارکت با رقبا، از راهکارهای فروش بیشتر

بیشتر کالاهای شما متناسب با بخش خاصی از بازار (نیچ مارکت) است که برای خود در نظر گرفته‌اید. یعنی به بخشی از مشتریان خدمات و یا کالا نمی‌فروشید و دسته‌ای از مشتریانی که به شما مراجعه می‌کنند را رد می‌کنید. این اتفاق برای رقبای شما هم می‌افتد.

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

از روش های موثر در افزایش فروش این است که با رقیبانی که محصولات متناسب با این دسته از مشتریان را دارند همکاری کنید و مشتریانی که به شما مراجعه می‌کنند و محصول شما برایشان مناسب نیست را به رقبایتان معرفی کنید.

از رقا نیز بخواهید مشتریان متقاضی کالای خاصی که خودشان ندارند را به شما معرفی کنند. با این که سخت به نظر می‌رسد ولی این یکی از راه های فروش بسیار موثر است.

### ۱۳ - مشارکت در فروش بیشتر مشتریان خود

از راه های فروش جالب این است که اگر فروش شما به فروش مشتریانتان بستگی دارد، پس برای فروش آن‌ها قدمی بردارید. یکی از راهکارهای فروش برای مشتریان شما، برگزاری سمیناری در زمینه فروش و یا محیا کردن 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.

### راهکارهای فروش از طریق بازاریابی و تبلیغات

یک سری 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 می‌افتد.

### ۱۵. افزایش فروش با بازاریابی تلفنی

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



يکي از راهکارهاي 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. افزایش فروش با ایجاد ارتباطات جدید

در کشور ما ارتباطات نقش بسیار مهمی در پیشرفت دارد. می‌توان گفت که “بازاریابی ارتباطی” راه میان‌بری 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 کسب و کار شما مؤثر باشد.

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

کافی است همین الآن به دور و بر خود نگاهی بیاندازید 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 موثر در افزایش فروش برای کشور ما است.

## ۱۷. افزایش فروش با تبلیغات 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 کسب و کار 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 الآن 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.

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



مثلاً يك كيف فروشي به مناسبت فرا رسيدن ماه مهر مي‌تواند يك اقدام خاص طراحي كند تا مشتريان را به خريد تشويق كند و بازار هدف دانش آموزان را نشانه بگيرد. همان كيف فروشي مي‌تواند براي روز زن و روز مرد هم برنامه خاصي داشته باشد.

جالب است بدانيد يك كيف فروشي از مناسبت پياده‌روي اربعين استفاده كرده بود و محصولي تحت عنوان كوله‌پشتي مخصوص پياده‌روي اربعين ارائه مي‌داد كه فروش خوبي را هم به خاطر فرصت شناسي درستش به دست آورده بود .

## ۱۹. افزايش فروش با برگزاري سمينار

به‌جاي استفاده از روش‌هاي معمول و غير متمايز براي معرفي محصولات و افزايش فروش، از راه‌هاي فروش خاص استفاده كنيد، مثل برگزاري سمينار يا همایش. بسياري از شركت‌ها سمينارهاي صرفاً تبليغاتي برگزار مي‌كنند كه تأثير آن بسيار كم است.

براي اين كه مشتريان شما به حضور در سمينارتان علاقه مند شوند، پيشنهاد مي‌كنيم يك موضوع آموزشي داغ و جذاب براي آن انتخاب كنيد.

در بين اين برنامه آموزشي چندساعته، ۵۰ دقيقه را به معرفي محصول و كسب‌وکار خود بپردازيد. عامل انگيزشي مثل تخفيف يا هديه را يگان براي افراد حاضر در نظر بگيريد، به‌گونه‌اي كه آن‌ها در همان لحظه ترغيب به ثبت نام يا تكميل فرم سفارش شوند.

## ۲۰. افزايش فروش با ارائه پروموشن

در زمان ركود اكثر مشتريان تمايل به خريد دارند، اما نقدبنگي كم و نگراني ناشي از عدم توانايي در پرداخت، آن‌ها را از خريد باز مي‌دارد. در زمان ركود هيچ‌گاه ارزش كالاي گران‌قيمت و لوكس

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

خود را پايين نياوريد، چرا كه اگر بازار به رونق برگردد برگرداندن قيمت به قيمت اوليه كار دشواري خواهد بود و از طرف مشتري مورد بي ميلي قرار خواهد گرفت.

از راهكارهاي فروش اين است كه به جاي اينكه قيمت را پايين بياوريد، با پيشنهادهات خاصي مثل تخفيف، خريد پكيجي، كارت هديه و ... مشتريان را به خريد ترغيب كنيد.

## راهكارهاي افزايش فروش از طريق بازاریابی اینترنتی

راهكارهايي از طريق بازاریابی اینترنتی برای افزايش فروش وجود دارد كه در زير آورده شده است:

### ۲۱. افزايش فروش با بازاریابی محتوایی

يكي از راهكارهاي فروش برای فروشگاه هاي اینترنتی، **بازاریابی اینترنتی** و محتوایی است. بازاریابی محتوایی، نوعی از بازاریابی است كه در آن شما به مخاطبين محتوای رایگان می‌دهيد و باعث جلب اعتماد آن‌ها می‌شوید كه كاری بسیار كم‌هزینه است.

شما می‌توانید به وسيله بازاریابی محتوایی تبليغات خود را به گوش هزاران مخاطب برسانيد و نتیجه مطلوبي از آن بگيريد. امروزه برندها با استفاده از محتوا می‌توانند بيشتري از قبل با مخاطبين خود در ارتباط باشند و محصولات خود را با روش ساده‌تری یعنی از طريق شبکه هاي اجتماعي به آن‌ها معرفی کنند.

از راهكارهاي فروش در شبکه هاي اجتماعي اين است كه به جاي تبليغ، يك محتوای جذاب توليد كنيد و در آن به تعدادی از سؤالات رایج مشتريان در مورد کالا یا خدمت خاص خودتان پاسخ

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

دهيد. با اين كار مشتري به شما اعتماد كرده، شما را در كارتان متخصص مي‌بيند و ناخودآگاه خود شما و كالاي شما را كالايي مي‌پندارد كه تمام نكات ذكر شده در محتوا را رعايت مي‌كنيد. از راه‌هاي فروش بيشتر اين است كه در گوشه‌اي از اين برگه محتوايي، لوگو و اطلاعات تماس خود را قرار دهيد و به مشترياني كه از فروشگاه شما بازديد مي‌كنند، افرادي كه به محصول شما نياز دارند و يا بين مشتريان هدف با استفاده از رسانه‌هاي اجتماعي و يا وبسايته پخش كنيد. در ويديو زير به ۷ مزيت بازاریابی محتوایی برای افزایش فروش کسب و کار شما اشاره می شود:

## ۲۲. افزایش فروش با حضور قوی در رسانه‌های اجتماعي

به نظر شما چقدر بايد هزينه پرداخت كنيد تا يك نفر با كسب و كارتان آشنا شود؟ ايران يكي از كشورهائي است كه مردم آن به شدت اهل رسانه‌هاي اجتماعي هستند. شما نيز از اين فرصت عالي به عنوان يكي از راهكارهاي فروش موفق و كم هزينه استفاده كنيد.

بازاريابي از طريق **رسانه‌هاي اجتماعي** تكنيك‌هاي خاص خود را دارد و توصيه مي‌كنيم در حال حاضر در رسانه‌هاي تلگرام و اينستاگرام حضور فعال داشته باشيد.

از راه‌هاي فروش در تلگرام اين است كه محتوای تولید شده خود را قرار دهيد و از مشتريان خود دعوت كنيد تا به كانال شما مراجعه كنند و آن مطلب را ببينند. در كانال‌هاي مختلف نيز آدرس كانال تلگرام خود را نشر كنيد و لينك آن را در كانال‌هاي همكاران و شركاي انتفاعي قرار دهيد.

همچنين از رسانه‌هاي ديگر مثل پيامك براي دعوت مشتريان به كانالتان استفاده كنيد. بهتر است كانال شما صرفاً تبليغاتي نباشد. مثلاً محتوا ارائه دهيد و پس از چند محتوا تبليغي از كالاي خود بگذاريد و يك پيشنهاد عالي به مشتري بدهيد كه رد نشدني باشد.

در اينستاگرام نيز چند محتوا و چند تصوير از محصولات خود قرار دهيد و پس از آن شروع به فالو كردن پيچ‌هاي مرتبط و فالوورهاي آن‌ها كنيد تا به اين طريق ديده شويد و افرادي با شما آشنا شوند كه به شما و محصولاتتان نياز دارند.

### ۲۳. تبليغ در سايت‌هاي رايجان

از راهكارهاي فروش بدون هزينه، تبليغ در سايت‌هاي رايجان است. اطلاعات كسب‌وكار خود را در وب‌سايت‌هاي تبليغاتي رايجان مثل: **ديوار، شيبور، نيازروز، آگهي‌آي‌آر، ايستگاه** و سايت بانك اصناف قرار دهيد.

دقت كنيد اطلاعات كامل تماس را در اختيار مخاطب قرار دهيد. در معرفي خود حتماً مزيت‌هاي خود نسبت به ساير رقبا را نيز اعلام کرده و عاملي انگيزشي مثل تخفيف براي ترغيب افراد در نظر بگيريد.

### ۲۴. افزايش فروش از طريق كارمندان

به عنوان يكي از راهكارهايي براي فروش بيشتر، پيشنهاد مي‌كنيم از واحد **مديريت منابع انساني** خود بخواهيد كه كارمندانان را آموزش دهد و آن‌ها را تشويق كند تا در ساعات غير كاري نيز نسبت به جذب مشتري براي شما اقدام كنند. آن‌ها را در فرآيند فروش دخيل كنيد و به آن‌ها پورسانت فروش بدهيد تا انگيزه داشته باشند.

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

فراموش نکنید که از راه های فروش در بلند مدت و موفقیت کسب و کار شما در بلند مدت تنها با نیروی انسانی خوب و باانگیزه امکان پذیر است.

## فروش بیشتر با روش های درآمدی متفاوت

برخی فکر می کنند برای افزایش فروش فقط باید کاری کنند که کالا یا خدماتشان بیشتر خریده شود. اما این تنها یکی از راهکارهای فروش موفق است. فقط به فروختن کالا فکر نکنید و روش های کسب درآمدی دیگری نیز به کسب و کار خود اضافه کنید، روش هایی مثل اجاره دادن، فروختن عضویت، فروش خدمات، فروش نصب و اجاره، فروش پشتیبانی و...

به این فکر کنید که چه چیزهایی را می توانید اجاره دهید، در چه کارهایی می توانید حق عضویت بفروشید، چه خدماتی را می توانید به مشتریان ارائه کنید و در ازای آن پول دریافت کنید.

### ۲۵. مشخص کردن اولویت های فروش، از راهکارهای فروش موفق

در طی مشاوره ها و آموزش هایی که به مدیران ارائه می دهیم، متوجه شدیم که خیلی ها اولویت های خود را در فروش درست رعایت نمی کنند. اکثر آن ها فکر می کنند که برای فروش بیشتر باید پول خرج کنند، تبلیغ کنند و مشتری جدید پیدا کنند. اما نگاه ما کاملا متفاوت است: روش های کم هزینه تر 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 کرده اید؟ چه خدماتی به مشتریان خوش حساب خود می دهید؟

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

اکثر کسب و کارهایی که برای مشاوره افزایش فروش و راه های فروش به [گروه آقیانوس](#) [آبی](#) مراجعه می کنند، سیستمی برای این کار ندارند و مشتریان خود را فراموش می کنند.

## 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.

اولویت های فروش شما باید این موارد باشند:

- حفظ و وفاداری مشتریان فعلی
- بیش فروشی به مشتریان فعلی
- تمرکز روی محصولات سودآور
- معرفی مشتری از مشتریان فعلی
- بازگرداندن مشتریان گذشته و غیرفعال

## ۲۷. بیش فروشی

بیش فروشی از راهکارهای فروش موفق است که در آن مشتری ترغیب می‌شود خرید بیشتری انجام دهد و شما علاوه بر محصول اصلی، محصولات جانبی هم به او خواهید فروخت. با

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

پیشنهاد بسته کامل‌تری از محصول اصلی، شما مشتری را ترغیب به خرید کالای دوم می‌کنید که در نهایت برای شما سود بیشتری خواهد داشت.

مثلاً به افرادی که ساندویچ خریده‌اند، پیشنهاد پکیج کامل ساندویچ، سالاد، نوشابه و سیب‌زمینی داده می‌شود که نوعی بیش‌فروشی است. یکی از بهترین راه‌های بیش‌فروشی این است که به مشتری بگویید با این کار چقدر از پولش ذخیره خواهد شد و اگر این خرید را انجام ندهد چقدر ضرر خواهد کرد.

## ۲۸. فروش مکمل

یکی دیگر از راه‌های فروش، فروش مکمل است که شما علاوه بر محصول اصلی، به مشتری محصولات مکمل محصول اصلی را نیز می‌فروشید. مثلاً پس از خرید موبایل به شخص مورد نظر محافظ صفحه، کاور گوشی و ... را پیشنهاد می‌دهید تا سود بیشتری به دست بیاورید.

## ۲۹. کم‌فروشی

اکثر بازاریابان و فروشندگان با تکنیک بیش‌فروشی و فروش مکمل آشنایی دارند، اما راهکار فروش بیشتری دیگری نیز به نام کم‌فروشی وجود دارد که می‌تواند روی افزایش 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

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

آیا می‌دانید که بیشتر بی‌نظمی‌ها در فروش شما، از عدم **سیستم سازی کسب و کار** ناشئت 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 شخصی سازی کنید. آمار نشان می‌دهد که:

- ۹۱ درصد از مصرف‌کنندگان بیشتر از برندهایی خرید می‌کنند که توصیه‌ها و پیشنهادات مربوط با سلیقه هر یک از خریداران را ارائه می‌دهند.
- ۸۰ درصد خریداران بیشتر از برندهایی که تجربیات شخصی ارائه می‌دهند خرید می‌کنند.

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



۳. ۷۲ درصد از مصرف‌کنندگان فقط با پيام‌هاي شخصي شده ترغيب به خريد مي شود. ( مثل پيام

هايي که نام مخاطب در آن ها ذکر شده است.)

## – سرعت بالای بارگذاري صفحات وب سايت

سرعت بارگذاري سريع جزء ضروري يك صفحه فرود با تبديل بالا و فروش بيشتري است، به ويژه براي کساني که با موبایل وارد وب سايت شما مي شوند. سرعت بارگذاري صفحه مي تواند مستقيماً بر تبديل هاي فروش تأثير بگذارد و به همين دليل است که يکي از راهکارهاي فروش براي سال ۲۰۲۳ است.

صفحاتي از وب سايت شما که دير لود مي شوند، مي توانند بر روند خريد تأثير منفي گذاشته و منجر به رها شدن سبد خريد شوند. شايد بپرسيد چرا زمان بارگذاري وب سايت انقدر مهم است؟  
زيرا:

۱. ۴۰ درصد از مصرف کنندگان سايتي را که بيش از ۳ ثانيه طول مي کشد تا باز شود را رها مي کنند!

۲. ۴۷ درصد از مردم دوست دارند صفحات وب در ۲ ثانيه يا کمتر بارگذاري شوند.

۳. يك سايت تجارت الکترونیک که روزانه ۱۰۰۰۰۰ دلار درآمد دارد، به دليل تأخير ۱ ثانيه در بارگذاري صفحه، مي تواند ۲٫۵ ميليون دلار در سال از دست بدهد.

۴. هر ثانيه تاخير در پاسخگويي صفحه مي تواند منجر به کاهش ۷ درصدی در تبديل شود.

## جمع بندي

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

در اين مقاله از **مجله اقيانوس آبي**، به خوبي جواب سوال “**چگونه فروش خوبي داشته باشيم؟**” را دريافت كرديد. در مشاوره هاي مديريتي اقيانوس آبي با مديران زيادي كه به دنبال راهكارهاي فروش هستند ملاقات مي كنيم و طبق تجربه مي دانيم كه اكثر مديران از مشكلات فروششان آگاه هستند، اما در چگونگي پياده سازي يك سيستم براري اجرائي راه هاي فروش و بازاریابی حرفه‌ای به مشکل بر می‌خورند، كه دلایل آن عدم مديريت درست زمان، نداشتن دانش و تخصص در زمينه فروش و ندانستن نحوه و ترتيب اجرا است يعني نمي دانند براي افزايش فروش بايد از كجا شروع كنند.

افزايش فروش براي رشد برند شما بسيار مهم است. اما حقيقت اين است كه هر سال كه مي گذرد، رسيدن به اهداف فروش سخت تر مي شود. در سال ۲۰۲۱ كووید ۱۹ به ما آموخت كه هيچ چيز قطعي نيست و اگر مي خواهيم كسب و كارمان رونق بگيرد يا بقاي خود را حفظ كند، بايد يك قدم جلوتر از راهكارهاي فروش فعلي باشيم.

ما نمي توانيم آينده را ببينيم، بنا بر اين، اکنون كه COVID چشم انداز فروش را براي آينده تغيير داده است، چگونه تعيين كنيم كه در اين موقعيت از چه تكنيك هايي براي افزايش فروش در سال جديد استفاده كنيم و در عين حال مشتريان خود را در اولويت قرار دهيم؟

اميداريم در اين مطلب توانسته باشيم تا حدي شما را با راهكارهايي براي فروش بيشتري آشنا كنيم و به افزايش فروش كسب و كارتان كمك كنيم. براي دريافت كامل راهكار هاي افزايش فروش، **كتاب ۱۰۱ تكنيك افزايش فروش** را حتما بخوانيد.

## سوالات متداول در حوزه فروش

۱. فروش چيست؟

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

فروش مجموعه فعاليت هايي است که فروشنده انجام مي دهد تا به خريدار در انتخاب کالاي مورد نظر خود کمک کند. فروش را مي توان نقطه پاياني بازاریابی نیز دانست.

## ۲. مراحل فروش چيست؟

فروش شامل سه مرحله است:

۱ - **فعاليت هاي قبل از فروش**: در اين مرحله شما به مهارت هاي ارائه در فروش، نحوه

برخورد با مشکلات و دغدغه هاي مشتري و مهارت **مذاکره 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 آشنائي داشته باشيد.

۳ - **فرايند هاي پس از فروش**: در اين مرحله از فروش بايد براي کسب رضائت مشتري پس

از خريد تلاش کنيد. پس بايد مهارت **ارتباط با مشتري** را بياموزيد.

## ۳. چرا نمي فروشيم؟

برخي مشتريان به خاطر قيمت بالا از شما خريد نمي کنند، چون فقط گزينه هاي ارزان تر را

مي خريد و تنها معيار آن ها براي سنجيدن ارزش، قيمت است. اما اين دسته از مشتريان

فقط درصد بسيار کمي از خريداران را تشکيل مي دهند. اکثر خريداران مي دانند

که **ارزان ترين و بهترين** هيچ گاه باهم همراه نمي شوند.

از راهکارهاي فروش اين است که به آن ها کمک کنيد تفاوت شما را با ساير رقبا درک

کنند. شما فروشتان را به خاطر عدم ايجاد ارزش کافي در معامله از دست مي دهيد و يا

اين که به مشتري کمک نمي کنيد که تفاوت شما با ديگران را درک کند.

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