



۹ نکته فروش عصبی کدامند؟

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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

برخی مواقع افراد چیزهایی می‌خرند که شاید هرگز از آن استفاده نکنند؛ اما دلیل آن چیست؟ ممکن است این موضوع برای شما هم اتفاق افتاده باشد. دلیل این که گاهی بدون نیاز به محصولی آن را می‌خرید. این امر نشان دهنده مهارت فروشنده است!

یک فروشنده حرفه‌ای با استفاده از تکنیک **فروش عصبی (NeuroSales)** روی شما تأثیر می‌گذارد و شما را وادار به خرید می‌کند. فروش عصبی تکنیک فوق العاده‌ای برای **افزایش فروش** کسب و کار شما است.

در این مقاله به معرفی و بررسی نکات مهم در فروش عصبی خواهیم پرداخت.

فروش عصبی چیست؟

به استفاده از اطلاعات علوم عصب شناسی برای شناخت نحوه کارکرد مغز **انواع مشتریان**، فروش عصبی گفته می‌شود.

در عصر دیجیتال تمام فروش‌ها در نهایت به تعامل با افراد منجر می‌شود به همین دلیل افراد بیشتر تمایل دارند تا از کسانی خرید کنند که آن‌ها را یا می‌شناسند یا به آن‌ها علاقه دارند یا حداقل به آن‌ها اعتماد دارند.

بر اساس علم عصب، فروش عصبی به معنای به کارگیری تاکتیک‌ها و استراتژی‌ها برای هدایت ذهن مشتری به سمت فرایند تصمیم‌گیری برای خرید محصول و محقق شدن **اهداف فروش** است.

بررسی مغز در فروش عصبی

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

مغز در فروش عصبی به سه قسمت تقسیم شده که هر ۳ بخش بر یکدیگر نیز تاثیر می گذارند.
این ۳ بخش شامل موارد زیر است:

– مغز جدید

مغز جدید در واقع بخشی است در فروش عصبی که وظیفه‌ی پردازش داده های منطقی و جدی را بر عهده دارد.

– مغز میانی

این بخش در فروش عصبی وظیفه‌ی پردازش احساسات و در میان گذاشتن آن ها با دیگر بخش های مغز را بر عهده دارد.

– مغز قدیم

این قسمت تصمیم نهایی را در خرید می گیرد. یعنی اطلاعات را از بخش میانی و جدید گرفته و در نهایت اقدام به تصمیم نهایی برای خرید می کند.

فروش عصبی برای چه مواردی استفاده می شود؟

نوروسلینگ یا فروش عصبی به ابزاری بسیار مفید برای درک نحوه تفکر، احساس و رفتار مصرف کنندگان در زمان تصمیم گیری برای خرید تبدیل شده است.

علاوه بر این، این روش به فروشندگان کمک می کند تا روی خودشان کار کرده و عواملی را که بر مصرف کننده تأثیر می گذارند، شناسایی کنند و در نتیجه پیوند بین فروشنده و مشتری را با درک احساسات و رفتارهای مشتری قوی تر سازند.

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

همان‌طور که می‌دانید، فروش نوعی ارتباط است و در هر ارتباطی، برای انتقال پیام به دو طرف نیاز است؛ بنابراین، هم مشتری و هم فروشنده باید در یک رابطه همسو باشند و با استفاده از نوروسلینگ، ایجاد این رابطه ارتباطی آسان‌تر می‌شود.

تکنیک‌های فروش عصبی

اگر تکنیک‌های فروش عصبی را یاد بگیرید می‌توانید در فروش تمام محصولاتتان از آن‌ها استفاده کنید. این تکنیک‌ها بسیار ساده هستند که در ادامه این مطلب از **مجله اقیانوس آبی** به آن‌ها اشاره می‌کنیم:

۱. احساسات فرد را نشانه بگیرید.

مشتریان بر اساس احساسات، نیازها و عواطف خود تصمیم می‌گیرند، نه بر اساس منطق و فکر. وقتی شما چیزی را می‌فروشید، باید سعی کنید روی احساسات **انواع مشتریان** خود تأثیر بگذارید. این نکته در مورد کالاهایی که مخاطبان آن‌ها خانم‌ها هستند بسیار مهم است.

۲. در فروش عصبی روی ارزش کالای خود تمرکز کنید.

ارزش کالای شما بستگی به چیزی دارد که می‌فروشید. شما باید ارزش کالای خود را به نحوی بیان کنید که مشتری بداند در قبال هزینه‌ای که پرداخت می‌کند کالایی دریافت می‌کند که برای او منفعت زیادی دارد و قیمت بی‌جا پرداخت نکرده است.

۳. برای مشتری مثال بزنید.

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

انسان‌ها موجوداتی اجتماعی هستند و علاقه زیادی به تأیید شدن دارند. در نتیجه هنگام فروش عصبی، استفاده از این موارد را فراموش نکنید: اعلام تعداد افرادی که این کالا را خریده‌اند، نشان دادن نظر مشتریان و میزان رضایت آن‌ها و...

۴. در فروش عصبی مشتری را مجبور به کاری نکنید.

شما می‌توانید افراد را ترغیب به خرید کنید، می‌توانید احساس نیاز آن‌ها را برانگیزید تا از شما خرید کنند، اما هرگز نباید آن‌ها را مجبور کنید تا خرید کنند. با این کار آن‌ها نه تنها از شما خرید نمی‌کنند، بلکه هرگز به فروشگاه شما باز نخواهند گشت. متأسفانه اشتباه اکثر فروشندگان در فروش همین مورد است.

اگر **مدل رفتاری افراد** را بشناسید، می‌توانید رفتار خود را با آن چه برای مشتری قابل قبول است هماهنگ کنید و تشخیص دهید که با هر مشتری چطور رفتار کنید تا بخرد.

۵. روی علاقه افراد به خرید کردن تمرکز کنید.

افراد به خرید کردن علاقه دارند، اگر سعی کنید با استفاده از این علاقه تجربه خرید را برای آن‌ها زیباتر کنید، قطعاً فروش خواهید داشت.

آزمایشات مختلفی در فروشگاه‌ها انجام شده و نتایج نشان می‌دهند که پخش یک موسیقی خاص و حتی رایحه‌های بر تصمیمات خرید مشتریان تاثیر می‌گذارد. مثلاً در یک لباس‌فروشی استفاده از بوی وانیل باعث دو برابر شدن فروش ماهانه آن‌ها شده است.

۶. از علاقه انسان‌ها به آرامش و راحتی استفاده کنید.

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

عشق، سلامتی، راحتی، آرامش و شکوه چیزهایی هستند که اکثر مردم به دنبال آن هستند. پس سعی کنید هنگام فروش عصبی یکی از این موارد را به مشتری خود یادآوری کنید. مثلاً بگویید با خرید این کالا همه عاشق شما می‌شوند یا با خرید این کالا شما می‌توانید کارهای خود را خیلی راحت‌تر انجام بدهید.

۷. استفاده از صدا، بو یا رنگ در فروش عصبی

برخی افراد هرگز از اینترنت خرید نمی‌کنند، چون آن‌ها نمی‌توانند کالای مورد نظر خود را لمس کنند. در بقیه موارد هم هرچه دسترسی مشتری بیشتر باشد، احتمال خرید نیز افزایش می‌یابد. برای مشتریان خود این امکانات را فراهم کنید تا روی احساسشان بیشتر تاثیر بگذارید.

۸. گزینه های بسیار باعث عدم خرید مشتری می شوند.

قبل از بررسی این نکته به این سوال جواب دهید که آیا تا کنون به این موضوع فکر کرده اید که مخاطبین و مشتریان شما دقیقاً به چه چیزی احتیاج دارند؟ و کسب و کار شما چه چیزی را به آن‌ها تحویل می‌دهد.

زمانی که یک مشتری تمایل به خرید داشته باشد اما کسب و کار شما به او پیشنهاد های ضعیفی را ارائه کند باعث می‌شود تا مشتری از خرید خود منصرف شود. بنابراین می‌توان گفت که پیشنهاد های ضعیف، محصولات بی کیفیت و عدم شناخت دقیق یک مخاطب باعث می‌شود فروش شما کاهش یابد. حال شما باید به مخاطبین و مشتریان خود نگاهی بیاندازید و با تقاضای او را با محصول خود مقایسه کنید.

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

در اینجا متوجه خواهید شد که آیا محصول شما دقیقاً همان چیزی است که مخاطب نیاز دارد یا نه. بنابراین کسب و کار شما بهتر است گزینه های کم تر اما با کیفیتی را ارائه دهد تا آن که بخواهد گزینه های زیاد اما بر خلاق نیاز مشتری ارائه دهد.

۹. القای حس فوریت

این نکته را ممکن است بسیار مشاهده کرده باشید که یکی از بهترین نکات در **بازاریابی عصبی** است. کمبود و ایجاد حس فوریت باعث می شود تا افراد جذب محصول شوند برای مثال سایت هایی را شاید مشاهده کرده باشید که در محصولشان آورده اند تنها ۵ محصول دیگر باقی است.

زمانی که مشتری مشاهده کند تعداد زیادی از آن محصول دیگر موجود نیست و اکثر موجودی به سرعت فروش رفته باعث ایجاد حس فوریت در او شده و دست به خرید می زند.

سخن پایانی

فروش عصبی، فراتر از یک تکنیک ساده فروش است. این یک رویکرد جامع است که با درک عمیق از روانشناسی مشتری، به شما امکان می دهد ارتباط مؤثرتری برقرار کرده و در نهایت فروش خود را افزایش دهید. با استفاده از تکنیک های فروش عصبی، می توانید بر احساسات مشتریان تأثیر بگذارید، ارزش محصولات خود را به بهترین شکل منتقل کنید و در نهایت، مشتریان وفاداری را جذب کنید.

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



به یاد داشته باشید که فروش عصبی تنها یک ابزار است. موفقیت در فروش نیازمند ترکیبی از دانش، مهارت و تجربه است. با استفاده هوشمندانه از این ابزار و همراه با تلاش مداوم، می‌توانید به نتایج شگفت‌انگیزی در کسب و کار خود دست پیدا کنید.

ما در گروه [اقيانوس آبي](#)، با سال‌ها تجربه در زمینه مشاوره انواع کسب و کارها، با ضبط دوره تکنیک‌های افزایش فروش سعی کرده‌ایم تا شما را در رسیدن به اهداف خود کمک کنیم. شما می‌توانید از طریق وب‌سایت خرید دوره را انجام دهید. همچنین، برای کسب اطلاعات بیشتر نیز می‌توانید با شماره ۰۹۱۳۰۷۳۱۳۶۴ تماس بگیرید.

سوالات متداول

۱. آیا فروش عصبی برای همه محصولات قابل استفاده است؟

بله، اصول فروش عصبی برای همه محصولات و خدمات قابل استفاده است. با این حال، نحوه استفاده از این تکنیک‌ها ممکن است بسته به محصول و مخاطب هدف متفاوت باشد.

۲. چگونه می‌توانم یک کمپین فروش عصبی را طراحی کنم؟

برای طراحی یک کمپین فروش عصبی، ابتدا باید مخاطب هدف خود را به خوبی بشناسید و سپس با استفاده از تکنیک‌هایی مانند داستان‌سرایی، ایجاد حس تعلق و استفاده از محرک‌های حسی، پیام خود را به آن‌ها منتقل کنید.

۳. چه ابزارهایی برای اندازه‌گیری اثربخشی فروش عصبی وجود دارد؟

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

ابزارهایی مانند نظرسنجی، تحلیل رفتار مشتری، تست A/B و نورومارکتینگ می‌توانند برای اندازه‌گیری اثربخشی فروش عصبی استفاده شوند.

۴. فروش عصبی چیست؟

به استفاده از اطلاعات و علوم عصب شناسی برای شناخت نحوه کارکرد مغز انواع مشتریان، فروش عصبی گفته می‌شود.
