

۳ تکنیک در فروش

در این پادکست آموزشی ۳ تکنیک در فروش آموزش داده می‌شود که اگر این تکنیک‌ها را به درستی استفاده کنید در نهایت منجر به افزایش فروش خواهند شد .



تکنیک اول: شلوغ جلوه دادن کسب و کار

در هر کسب و کاری که هستید باید بتوانید کسب و کار خود را به این صورت جلوه دهید که مشتریان زیادی از شما خرید می‌کنند برای مثال اگر وبسایت دارید در صفحات فرود خود نظرات کاربران را بنویسید، تعداد خریدهای محصول را در داخل صفحات بنویسید و بسیاری از این موارد که اگر بتوانید در داخل لندپیج‌هایتان طوری بنویسید که این حس به کاربر القا شود که کاربران و مشتریان زیادی در تعامل و ارتباط با شما هستند و از شما خرید می‌کنند به صورت ناخودآگاه و از طریق بازاریابی عصبی که وجود دارد افراد بیشتر به خرید از شما و کسب و کار

و سایت شما تشویق می‌شوند. بنابراین تکنیک اولیه این است که کسب و کار، سایت و یا بیزینس خودتان را شلوغ جلوه دهید که این مورد می‌تواند چند درصد در افزایش فروش و اعتماد کسب و کار شما تاثیر گذار باشد که در اصلاح به آن اعتبار از طریق اجتماع می‌گویند یعنی شما افرادی را به کاربر معرفی می‌کنید که به فرض افراد و یا یک جمعی از محصولات و خدمات ما استفاده کرده‌اند و قبلا از ما خرید کرده‌اند پس شما هم می‌توانید با خیال راحت این کار را انجام دهید.

تکنیک دوم: نظر خواهی از مشتریان قبلی



تکنیک دوم که در زمینه‌ی فروش و افزایش فروش وجود دارد این است که شما از افرادی که از محصولات و خدمات شما استفاده کرده‌اند بخواهید نظراتشان را به شما بگویند و این نظرات را به صورت فایل‌های ویدئویی و یا به صورت متن و در قالب تصاویر مختلف در داخل لندپیج‌ها و صفحات مختلف سایت و صفحاتی که محصولاتتان را معرفی کرده‌اید، قرار دهید. بنابراین شما می‌توانید از مشتریان راضی و یا مشتریانی که از خدمات شما استفاده کرده‌اند بخواهید یک سری اطلاعات و نظر در مورد کسب و کار و بیزینس شما بگویند و شما این نظرات را در داخل شبکه‌های اجتماعی و صفحات فرود سایت خود قرار دهید تا کاربرانی که به تازگی تصمیم گرفته‌اند از محصولات و خدمات شما استفاده نمایند با خیال راحت این کار را انجام دهند که این مورد تاثیر فوق‌العاده‌ای در اعتماد سازی کاربران جدید دارد.

تکنیک سوم: محدود جلوه دادن محصولات

سومین تکنیک در زمینه‌ی فروش این است که شما محصولات خود را به صورت محدود جلوه دهید. این جمله به چه معناست؟ هر چیزی که کم باشد و مردم متوجه شوند که به زودی تمام می‌شود به شدت به سمت خرید آن محصول کشیده می‌شوند و تمایل دارند سریع‌تر خرید نمایند. برای مثال ممکن است یک مشتری تصمیم بگیرد که یک ماه دیگر یکی از محصولات شما را خرید نماید ولی اگر شما بگویید که این محصول محدود است و به تعداد محدود ارائه می‌شود مسلماً تصمیم کاربر تغییر کرده و خیلی سریع‌تر اقدام به خرید می‌کنند. بنابراین اگر برای محصولاتتان تخفیف در نظر می‌گیرد این تخفیفات به صورت بازه‌ای باشند و حتماً به کاربران خود بگویید که در بازه‌ی زمانی X تخفیف قابل ارائه می‌باشد. چون اگر تخفیفات شما بیش از حد و همیشگی باشد باز هم به نوعی ارزش محصولات شما از دست خواهد رفت و دیگر نمی‌توانید بگویید فرصت محدود است. بنابراین برای محدوده‌ی زمانی که برای ارائه‌ی یک محصول و تخفیفات آن دارید حتماً زمان لغو هم در نظر بگیرید و پس از گذشت بازه‌ی مورد نظر تخفیفی نداشته باشد تا زمان تخفیف بعدی و یا بازه‌ی زمانی بعدی فرا برسد. که این مورد این ذهنیت را در کاربر ایجاد می‌کند که تخفیفات واقعی هستند و به هر دلیلی تخفیف داده نمی‌شود بنابراین مشتری منتظر می‌ماند تا در دفعات بعدی که تخفیف می‌دهید حتماً خرید نمایند.

سخن پایانی:

بنابراین از تکنیک‌های فروش اگر به درستی استفاده شود می‌تواند تاثیر مثبتی بر فروش و افزایش فروش شما داشته باشد. سپاسگزارم از همراهی شما تا آموزش‌های بعدی با ما همراه باشید.