این قلم را به من بفروش

امروز می‌خوام بهتون یاد بدم که چطور هر چیزی را به هرکسی توی هر زمانی بفروشید. وقتی بحث فروش است، تکنیک‌ها و روش‌های زیادی وجود دارد. امروز می‌خوام سه تا راز خیلی قدرتمند را به شما بگم تا بتوانید هرچیزی را به هر کسی بفروشید.

اولین راز این است : چطوری یک کالا ، یک خدماتی را توی این بازار پر رقابت بفروشید ؟ این را متوجه بشوید که مردم بر اساس منطق خرید نمی‌کنند. آدما بر پایه احساس‌شان خرید می کنند و آن را با منطق توجیه می‌کنند. می‌خوام راجع به چیزی که قصد خرید‌ش را دارید فکر کنید. هر چیزی ، خانه ، ماشین ، لباس. فقط می‌خوام تو ذهنتون تصورش کنید. حالا می‌خوام از خودتون این سوال را بپرسید : که چرا می خواهید این کالا را بخرید؟ چرا می‌خواهید این کالای خاص را داشته باشید؟ حالا چه یک لباس جدید باشد ، چه ماشین یا تور مسافرتی. می‌خوام یکم عمیق تر بهش توجه کنید. اگه به لایه‌های عمیق ترش رسوخ کنید متوجه می‌شید که دارین احساسات می‌خرین. شاید دارین اون کالا را از روی طمع می‌خرید، می‌خواهید پول دربیارین یا پس انداز کنین. یا بر اساس حس بخشندگی خرید می‌کنین، چون حس می‌کنین با خرید این کالا به انسان‌های دیگه کمک می‌کنین. دیدین شرکت‌هایی که در ازای کالایی که شما ازشون می‌خرین یه پولی به خیریه کمک می‌کنند؟ ممکن است حتی از روی شرمساری خرید کنین، این حس که اگه این را نخرم احمق به نظر می‌رسم. یا از روی حس ترس که اگه این را نخرم از دستش می‌دهم. ممکن است به خاطر فرار باشد از زندگی پر مشغله ای که دارد دیوانه‌تان می کند. به هر دلیلی که شما دارین چیزی را می‌خرید ، اون دلیل اغلب بر پایه احساس است. خوب ، حالا راجع به فروختن چیزی به کسی فکر کنید. آیا شما فقط دارین راجع به مزایا و منافع خرید آن به مشتری‌تون می‌گویید ؟ یا اینکه دارین آن دکمه‌های احساسی را توی مشتری‌تون فعال می‌کنید؟

یادمه یه بار توی فروشگاه Harry Rosen بودم که برند شناخته شده ای برای پوشاک مردانه توی ونکوور است. داشتم از کنار قسمت Tom Ford رد می‌شدم. فروشنده اومد سمت من و گفت : می‌توانم کمک‌تون کنم؟ من گفتم : نه، فقط دارم می‌گردم. اون گفت : یه لطفی در حق من بکن و این کت و شلوار را بپوش. توی آن زمان من یه کت و شلوار تام فورد نداشتم. کت و شلوار خیلی دارم ولی تام فورد نداشتم. گفتم باشه و پوشیدمش. پرسید که چه حسی دارین؟ گفتم : خیلی خوب . گفت خوب حالا این تاکسیدو را امتحان کنید. گفتم باشه . گفت : خیلی خوب شده توی تنتون . بعد پرسید : شما از طرفدارای جمیز باند هستین؟ گفتم : کی نیست! گفت ، این ستی که الان پوشیدین ، همون ست و همون دیزاینی که جمیز باند توی فیلم کازینو رویال پوشید. آن صحنه ای که دارد قمار می‌کند یادتون می‌آید؟ خیلی جذابه مگه نه ؟ و قبل از اینکه بدونم کت شلوار لعنتی را خریدم و یه خروار هم بالاش پول دادم . اگه راجع بهش فکر کنید ... من چی دارم می‌خرم؟ احساسات ، حس خوبی بهم می دهد که تاکسیدو جمیز باند را دارم. از نظر منطقی ، این کت جمیز باند نیست، منم جمیز باند نیستم . ولی از نظر احساسی ، این حس خوب را بهم می‌دهد. و خوب فروشنده کنار این ست پیراهن و کلی اکسسوری هم بهم فروخت.

این چیزی است که می‌خوام بگم. آدما از روی احساس خرید می‌کنند. روی کالا و مزایا و منافع‌ش تمرکز نکنین. به جاش ، به آن دکمه‌های مهم احساسی فکر کنید که می‌توانید در مشتری‌تون فعال‌ش کنید.

راز دوم: آدما دردسر برا خودشون نمی‌خرن، مردم دنبال خریدن راه حل اند.

معنی‌ش این است که مردم اغلب دارن چیزی را می‌خرن چون یه مشکلی دارن که می‌خوان حلش کنند. آنها دنبال راهی برای خلاصی ازآن مشکل اند. آدما دریل نمی‌خرن چون می‌خوان یه سوراخ توی دیوار درست کنند . خوب پس آن چیز چیه؟ مشکلی که شما دارید به مشتری‌تون کمک می‌کنید که حلش کند. من همیشه میگم میزان پولی که در می‌ارید در ارتباط مستقیم است با میزان قدرت درک شما از اون مشکل موجود در بازار. مشکلاتی که مردم الآن دارند چیه و شما چه جوری می توانید کمک کنید که قسمتی از این مشکلات را رفع کنند.

راز سوم : مردم کالا و خدمات را نمی‌خرند ، آن‌ها داستان‌ها را می‌خرند. چون وقتی انتخاب‌های زیادی توی بازار ، توی فضای مجازی وجود دارد، شما چه جوری کالاتون را بفروشین؟ چطور با این بازار بزرگ رقابت کنید؟ چه طوری یه حس به یک کالا ، مثل یک خودکار بدهید ؟ چه فرقی بین یه خودکار 2 دلاری است با یه خودکار 800 دلاری مونت بلانش، جان اف کندی ، نسخه محدود ، انحصاری است؟ این همون خودکار است ، همون کار را انجام می دهد . داستان ! وقتی که به یک خودکار داستان اضافه می‌کنید ، یک دفعه وقتی داستان جان اف کندی ، رئیس جمهور را به یک برند ربط می‌دهید ، صد برابر ارزش پیدا می‌کند.یه خودکار خاص ، فقط به خاطر یه اسم ، یه داستان و گرنه جفتشون می‌نویسند . فرقش توی این است. پس راجع به این فکر کنید که داستانش چی است؟ ممکن است حتی داستان واقعی خودتون باشد. اینکه چطوری اینکار را شروع کردین ؟ چرا دارین این کار را انجام می‌دهید. یا حتی داستان مشتری هاتون.

به یاد بسپارید. واقعیت ها خودشون گفته می‌شوند ولی این داستان است که کالا را می‌فروشد .