

هفت عادت اجرایی فروشندگان برتر زمان مطالعه: ۴ دقیقه



چگونه می توانید به طور مداوم و در بیشتر اوقات در فروش موفق شوید؟ آیا فروشندگانی که عملکرد عالی ای دارند، در مقایسه با همکاران خود دارای خصوصیات و عادات خاصی هستند؟ در جدیدترین تحقیقاتی که انجام داده ایم، به این دسته از سوالات خواهیم پرداخت. این مطالعه تحقیقاتی توسط شرکت های Value Selling Associates و Selling Power انجام شده است و بیش از ۱۵۰ رهبر ارشد فروش در بازاریابی از نوع بین شرکتی (B2B) را در ایالات متحده به منظور شناسایی طرز فکر، ویژگی ها و رفتارهای فروشندگانی با عملکرد عالی، مورد ارزیابی و نظرسنجی قرار داده است.

یافته ها نشان داده است که هفت عادت اجرایی در فروشندگان برتر وجود دارد که در واقع، این عادت ها ترکیبی از مهارت های آموخته شده و ویژگی های ذاتی هستند و بهترین فروشندگان را از کارشناسان فروش معمولی متمایز می سازد.

ما از مدیران فروش در مورد بسیاری از ویژگی ها و همچنین عادات مختلف، سوالاتی را پرسیده ایم و از آنها خواستیم تا میزان عملکرد خوب فروشندگان برتر خود را در زمینه یک مهارت مشخص با سایر کارشناسان فروش در محدوده همان مهارت، مقایسه کرده و سپس به آن امتیاز بدهند. با

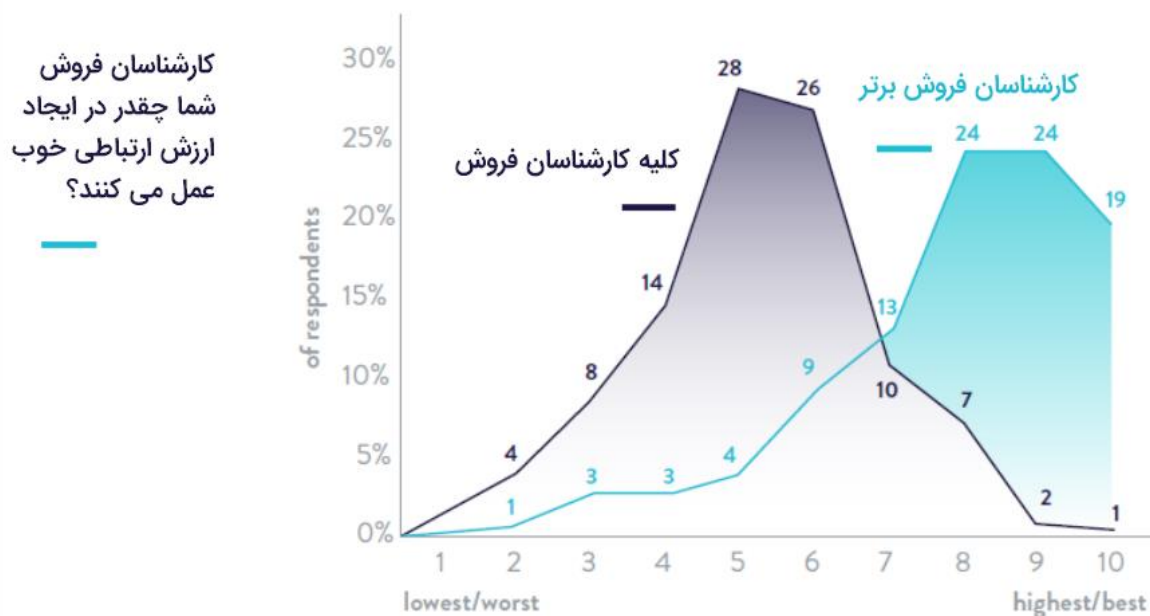
کمک پاسخ هایی که این مدیران فروش ارائه دادند، ما توانستیم هفت بخش مجزا را شناسایی کنیم که در آنها، فروشندگان برتر نسبت به سایر اعضای تیم عملکرد بهتری داشته اند. مدیرانی که در زمینه استخدام و جذب فعالیت می کنند، می توانند از اطلاعات ارائه شده در این مقاله به عنوان یک راهنما برای فرآیند مصاحبه استفاده کنند و همچنین می توان از این اطلاعات به عنوان یک ابزار در بخش برنامه مربیگری و توسعه برای کل تیم استفاده کرد تا کارشناسان معمولی هم بتوانند به خوبی ارتقا پیدا کنند.

در ادامه، هفت عادت مهم در فروشندگانی با عملکرد عالی، قصد و نیتی که از انجام این کارها دارند و همچنین علت اهمیت این کارها را بررسی می کنیم:

۱. ارزش ارتباطی

ارزش ارتباطی، هنر کمیت بخشی به یک پیشنهاد ارزش سطح بالا برای هر مشتری بالقوه، بررسی دقیق قولهای عمومی و کلی و ربط دادن آن به چالش ها و اولویت های منحصر به فرد خریدار است. یک فروشنده معمولی ممکن است احساس کند که صرفا با ارائه یک پیشنهاد ارزش، کار خود را به طور کامل و شایسته انجام داده است، اما این تنها ذره ای از مشکلات فراوانی است که پیش روی فروشندگان قرار دارد. فروشندگان برتر تشخیص می دهند که باید گفتگویی در ارتباط با معیارها، اهداف و مقاصد داشته باشند که به آنها کمک می کند تا تشخیص دهند که پیشنهاد ارزش آنها در چه جایی تأثیر واقعی در کسب و کار خریدار می گذارد.

فروشندگان برتر، به طور متوسط، امتیاز ۷/۶ را از نظر ارزش ارتباطی کسب کردند که آنها را از بقیه فروشندگان با میانگین ۵/۶ متمایز کرده است.



۲. پرسشگری و شنوایی فعال

بر اساس گفته های مدیران فروش، بهترین فروشندگان آنها در طول هر مکالمه فروش، سوالات مرتبط و هدفمندی را می پرسند تا درک عمیق تری از دیدگاه مشتری به دست بیاورند. این دسته از فروشندگان برای شناسایی و تأیید نیازها و چالش های مشتری، فراتر از سوالات سطحی پیش می روند .

«**شنوایی فعال**» یکی دیگر از مهارت های مهمی است که فروشندگان برتر از آن برخوردار هستند. آنها پس از پرسیدن سوالات، با نشانه های کلامی و غیر کلامی (حالات صورت و موقعیت نشستن) ارتباط برقرار می کنند و چیزهایی را که شنیده اند را تأیید و شفاف سازی می کنند. ارزیابی این امر در محیط مجازی به طور فزاینده ای سخت تر می شود، اما همچنان یک مهارت مهم محسوب می شود.

مدیران فروش باید به کارشناسان کمک کنند تا مهارت های شنوایی فعال خود را توسعه بخشند که این امر با تشویق آنها نسبت به تمرین رفتارهایی مانند یادداشت برداری و بیان جملات مشتری در قالبی دیگر امکان پذیر است تا در واقع، بتوانند به مشتری نشان دهند که واقعاً به آنها توجه می کنند. علاوه بر این، جلوگیری از حواس پرتی در کارشناسان فروش، مانند انجام چند کار به طور همزمان که در واقع، به شنود فعال در طی یک جلسه فروش آسیب می رساند، از اهمیت زیادی برخوردار است.

در این نظرسنجی که در مورد پرسیدن سوالات و شنوایی بوده است، فروشندگان برتر به طور متوسط ۸ امتیاز را در مقایسه با امتیاز ۵/۳ سایر کارشناسان فروش کسب کردند.

۳. همدلی و درک متقابل در عمل

فروشندگان برتر می دانند که چگونه بین همدلی و خوددوستی، توازن برقرار کنند. آنها با درک نیازهای خریدار، نیاز آشکاری را نسبت به مصرف محصول یا خدمات خود در آنها ایجاد می کنند و البته این کار را بدون غرور انجام می دهند. نقطه مقابل یک فروشنده برتر و همدل، کارشناس فروشی است که صرف نظر از موقعیت مشتری بالقوه، صرفاً بر روی مجاب کردن مشتری و ارائه محصول یا راه حل خود تمرکز می کند. این نکته مهم را بخاطر بسپارید که مدیران باید همان رفتارهای همدلانه ای را الگوی خود قرار دهند که تیم های خود را نسبت به انجام آنها تشویق می کنند.

فروشندگان برتر در زمینه تمرین همدلی، به طور متوسط امتیاز ۷/۵ را در برابر امتیاز ۵/۸ سایر کارشناسان کسب کردند.

چقدر کارشناسان
فروش در نشان دادن
رفتار همدلانه خوب
عمل می کنند؟



۴. استفاده از یک متدولوژی فروش

مدیران فروش معتقدند که انتخاب یک متدولوژی ثابت از متدولوژی های مورد استفاده در فروش در سرتاسر سازمان، برای ایجاد تیمی متشکل از فروشندگان برتر بسیار مهم محسوب می شود. یک متدولوژی ثابت از متدولوژی های فروش؛ مجموعه مهارت ها، مجموعه ابزارها و طرز فکر مشترکی را در مورد فرآیند فروش ایجاد می کند. فروشندگان برتر، فعالیت های خود را با متدولوژی فروش هماهنگ می کنند و می دانند که برای کشف اینکه آیا فرصتی مناسب هست یا خیر، به چه چیزهایی نیاز دارند. آنها وقت خود را برای دنبال کردن فرصت هایی که در آنها شانس برای برنده شدن ندارند، تلف نمی کنند.

امروزه، متخصصان فروش بیشتر کارهای خود را از راه دور انجام می دهند. از آنجا که مدیریت و معارفه و معاشرت سازمانی در محیط مجازی می تواند چالش برانگیزتر از دنیای واقعی باشد، پیروی از متدولوژی فروش سازمان یافته از اهمیت بیشتری برخوردار است. به طور مکرر و مداوم اوضاع را بررسی کرده و آن را با فناوری، داده ها و تجزیه و تحلیل ترکیب کنید تا مطمئن شوید که کارشناسان فروش همچنان موفق خواهند شد.

کارشناسان فروش برتر به احتمال زیاد از متدولوژی فروش مشخص، با میانگین امتیاز ۷/۵ در برابر سایر کارشناسان با میانگین امتیاز ۵/۴ استفاده می کنند.

۵. ایجاد یک کاریز فروش عالی

فروشندگان برتر در جذب مشتریان بالقوه، بسیار دقیق هستند و می دانند که چقدر طول می کشد تا به افرادی مناسب با پیامی درست و در زمان مناسب، دست پیدا کنند تا بتوانند کاریز

فروش منسجمی را ایجاد کنند. این کارشناسان فروش با عملکرد عالی خود دارای طرز تفکری هستند که توسط مهارت های کلیدی جذب مشتری پشتیبانی می شود. این مهارت ها عبارتند از: مدیریت زمان، شناسایی اهداف و مقاصد، غلبه بر موانع و مشکلات و برقراری تماس های تلفنی. این دسته از کارشناسان فروش برای اینکه جذب مشتری بالقوه را در اولویت قرار دهند، از یک فرآیند منظم پیروی می کنند.

فروشنندگان برتر به طور متوسط امتیاز ۷/۳ را در مقایسه با امتیاز ۴/۵ بقیه کارشناسان فروش این گروه کسب کردند.



۶. آمادگی برای مربیگری و پیشرفت

فروشنندگان برتر می خواهند به یادگیری خود ادامه دهند و از شنیدن نظرات دیگران استقبال هم می کنند. مدیران فروش در زمینه استخدام، باید به دنبال نشانه هایی از ذهنیت یادگیری باشند: آیا کارشناسان فروش خارج از محل کار هم بر روی توسعه شخصی خود سرمایه گذاری می کنند؟ آیا آنها معتقدند همیشه چیزهای بیشتری برای یادگیری وجود دارد؟ آیا آنها مشتاق و قادر به ارزیابی موثر نقاط قوت و زمینه های پیشرفت خود هستند؟

از دیدگاه یک مربی برای تیم فعلی شما، بر این عقیده هستیم که همه در مقطعی به مربیگری نیاز دارند و مدیران باید الگوهایی برای رفتارهای درست باشند. هنگامی که کارشناسان فروش در آستانه ی تلاش و مبارزه قرار می گیرند، مربیان باید به درستی رفتار کنند و به آنها کمک کنند تا ببینند که چه کاری را باید به طور متفاوت انجام دهند. مدیران باید دستاوردها را هم جشن بگیرند؛ حتی

موفقیت هایی که کوچک هستند تا بتوانند بر روی شاخص های اصلی موفقیت در سرتاسر چرخه فروش تاکید کنند.

در خصوص این ویژگی کلیدی، فروشندگان برتر، متوسط امتیاز ۷/۵ را در برابر امتیاز ۵/۹ سایر کارشناسان کسب کردند.

۷. از پس سختی ها و مشکلات بر آمدن

اعتراضات مشتری، بخش مهمی از فروش محسوب می شوند و کسانی که می توانند در این راه استقامت به خرج بدهند، به موفق ترین کارشناسان فروش تبدیل می شوند. وقتی فروشندگان برتر با مشکلات روبرو می شوند، انعطاف پذیری از خود نشان می دهند و به دنبال کسب تجربه هستند. آنها اعتراضات و نارضایتی ها را به خود نمی گیرند و حافظه کوتاه مدتی در مورد شکست دارند (یا به عبارتی دیگر، شکست های خود را کم کم فراموش کرده و به دنبال موفقیت هستند). از طرفی دیگر، کارشناسان معمولی اعتراضات و مخالفت ها را معمولا به دل می گیرند و رنجیده خاطر می شوند و در نتیجه، با آن می جنگند.

از نظر توسعه و پیشرفت، هنگامی که یک کارشناس ناامید می شود، یک مربی می تواند به او کمک کند تا از شرایط بد خود خارج شوند و از آن شرایط برای عملکرد خود در آینده درس بگیرد. یک مربی خوب به کارشناسان فروش کمک می کند تا ضعف ها و عیب های خود را مشخص کرده و نحوه رفع آنها را هم پیدا کنند. با این حال، انعطاف پذیری، خصوصیتی است که می توان با پرسیدن سوالات موقعیت-محور، آن را به راحتی کشف کرد.

در زمینه مقابله با مشکلات، فروشندگان برتر متوسط امتیاز ۷/۸ را در مقایسه با امتیاز ۵/۲ سایر کارشناسان بدست آوردند.

اگرچه این طرز تفکرها، ویژگی ها و رفتارها، کارشناسان فروش برتر را از بقیه تیم متمایز می کند، اما بسیاری از کارشناسان فروش معمولی این پتانسیل را دارند که با مربیگری درست و توسعه بیشتر به منظور یادگیری و پذیرش این هفت عادت، به بهترین فروشندگان تبدیل شوند. کارشناسان فروش باید برای ارزیابی عملکرد شخصی خود، ایجاد یک برنامه دقیق و انجام کارهای مورد نیاز برای ارتقاء به رتبه فروشندگان برتر، صادق و بی ریا باشند.