

۱. جذب مشتریان

مشتریان بیشتر و بهتری را بیابید و زمان بیشتری را به آنها اختصاص دهید.

۲. ایجاد رابطه دوستانه و اعتماد

برای شناخت مشتری احتمالی و همدلی با او وقت بگذارید تا شما را دوست داشته باشد، به شما اعتماد کند و مایل باشد نیازها و مشکلاتش را با شما در میان بگذارد.

۳. تعیین نیازها

سوالاتی منظم و هدفمند بپرسید تا مشکلات، خواسته ها و نیازهای واقعی مشتری احتمالی در رابطه با آنچه می فروشید را مشخص کنید.

۴. معرفی محصول

از کل به جزء بروید و به مشتریان احتمالی مناسب نشان دهید که محصول یا خدمتتان در این زمان و با در نظر گرفتن همه جنبه ها بهترین گزینه برای او است.

۵. پاسخ اعتراضات

به نظرات مخالف و معمول اکثر مشتریان درباره قیمت و قابلیت های محصول خود پاسخ های منطقی و قطعی بدهید.

۶. نهایی کردن فروش و درخواست انجام خرید

منظور از نهایی کردن، رساندن گفتگوی فروش به یک نتیجه رضایت بخش، انجام فروش و امضای سفارش یا قرارداد است.

۷. فروش مجدد و درخواست معرفی مشتریان جدید منظور تامین خدمات عالی پس از فروش برای مشتریان است به نحوی که مشتری آن قدر خوشحال باشد که باز هم از شما خرید کند و محصولات یا خدماتتان را به دوستانش پیشنهاد دهد.

امتیاز کل خود را جمع کرده و آن را به هفت تقسیم کنید تا ضریب اثربخشی فروش امروز به دست آید. اگر میانگین امتیاز کمتر از ۵ است، نتایج فروش پایین تر از حد رضایت بخش است و احتمالاً حوزه ای که پایین ترین امتیاز را در آن دارید، بیش از هر عامل دیگری مانع فروش موفق شما بوده است.