

أفضل عشرة أسرار للمبيعات

حل المشاكل

الأهداف الذكية هي اختصار للمعايير الهامة لتحديد هدف ناجح. **Specific** – يجب أن يكون الهدف محددا وبسيطا وواضحا. **Measureable** – يجب أن يكون الهدف قادرا على القياس، وليس غامضا أو مفتوحا. **قابل للتحقق** – يجب أن يكون الهدف قابلا للتحقيق، تحديا، ولكن ليس مستحيلا. **Results** مركزة – يجب أن يركز الهدف على النتيجة النهائية، وليس على عدد المبيعات، ومقدار الدولارات التي تتفق، إلخ. **Timely** – يجب أن يكون الهدف وقت نهاية قصيرة إلى حد ما، للسماح لأقصى قدر من الأداء.

- S – الذكية
- M – قابلة للقياس
- A – قابل للتحقيق
- R – النتائج المركزة
- T – في الوقت المناسب

المبيعات و حل المشاكل. إذا كنت تريد أن تكون قيمة من قبل العملاء، لديك لحل مشاكلهم. العملاء الذين يحتاجون إلى حلول للقضايا ذات الأولوية العالية، على استعداد لدفع ثمن هذه الحلول. ولكن أولا، يجب تحديد مشكلة العميل. ما الذي يفقدونه أو يحتاجون إليه؟ ثم يجب تحليل هذه المشكلة. ما الذي يسبب المشكلة؟ ما الذي يمكن أن يحل المشكلة؟ ثم تحتاج إلى صياغة عدة خيارات لعلاج الوضع للعميل. ما هي المنتجات/الخدمات التي ستحل هذه المشكلة؟ وأخيرا، مساعدة العملاء في اختيار على أن يناسب احتياجاتهم.

توقع الاحتياجات

حتى تعرف، كنت قد أكملت البحث، وكنت أفهم قيم العميل الخاص بك. أنت تفهم تحدياتهم. ماذا يمكنك أن تفعل لجعل الخدمة الخاصة بك فوق المتوسط؟ توقع المستقبل. الآن، لا أحد منا لديه كرة بلورية، ولكن يمكننا التنبؤ بالتحديات التي قد تكون في مستقبل العميل، ومساعدة العميل على التغلب على هذه التحديات.

كيف تفعل هذا؟ كنت تأخذ قليلا من الوقت الإضافي لإجراء مكالمات المبيعات "فقط في الوقت المناسب". على سبيل المثال، إذا كان لدى العميل حدث كبير قادم، وسيحتاج إلى إمدادات ورقية إضافية، فاتصل بذلك العميل قبل أن يتصل بك. اتصل بعملائك الموسمين، قبل بدء الموسم. هذا لا يتفوق فقط على المنافسة للعميل، ولكنه سيظهر أيضا للعميل أنك تهتم به وبالعالمه.