

المبيعات الشخصية

ربط المعلومات بقيم العملاء

وبحلول هذا الوقت، يجب أن تعرف قيم العملاء استناداً إلى التركيبة السكانية والتفاعلات. يجب أن يتم تأطير أي معلومات لديك مع وضع هذه القيم في الاعتبار. على سبيل المثال، سرد قصص حول كيفية توفير المنتج للمال أو إفادة الأسر بشكل أفضل من المنافسة. ستساعد الأدلة مثل تعليقات العملاء أو التجارب في إقناع العملاء بأنك تتحدث إلى قيمهم وستوفر احتياجاتهم. يجب أن تكون معبأة أية معلومات تتعلق بالقيم في العرض التقديمي.

جعل العملية سهلة

يجب أن تكون عملية الشراء بسيطة قدر الإمكان. خذ الوقت لدراسة الحواجز المحتملة أمام المبيعات واكتشاف طرق لتبسيط العملية. كل احتياجات الأعمال والعملاء هي فريدة من نوعها، لذلك نلقي نظرة متأنية على عملك ومقارنتها مع المنظمات المماثلة. تتضمن الطرق المختلفة لتبسيط عملية البيع ما يلي:

- طرق الدفع المقبولة
- التغليف
- الدفعات التلقائية للأوامر المتكررة
- دعم العملاء
- عقود

هذه ليست سوى عدد قليل من المجالات للنظر عند تبسيط عملية الشراء. تذكر أن العملاء ينجذبون إلى الشركات التي تبسط حياتهم.

تعريف

تحدث المبيعات الشخصية عند العمل مباشرة مع العميل على مستوى فردي. تقليدياً، كان البيع شخصياً يعرف في الأصل بأنه اجتماعات وجهاً لوجه في الموقع. مع التكنولوجيا الحديثة، يتم تضمين طرق أخرى للاتصال في التعريف. ويتم هذا البيع شخصياً أو من خلال وسائل الاتصال المباشر، والتي تشمل:

- مكالمات المبيعات
- وجه وقت
- اجتماعات
- إعدادات البيع بالتجزئة

مع كل طريقة من المبيعات الشخصية، يتم التركيز على التواصل مع العملاء الفرديين.