البيع بأسلوب المتحدي

البيع بأسلوب المتحدي أسلوب في البيع وصفه ماثيو ديكسون وبرنت آدمسون في كتابهما الصادر عام ألفين وأحد عشر. وهو ينبع من بحث أجراه المجلس التنفيذي للشركات، وهو جزء من غارتنر اليوم، ودرس آلاف مندوبي المبيعات. وصنف الباحثون المندوبين في خمس شخصيات، وفي مبيعات الشركات المعقدة كانت شخصية المتحدي الأفضل أداء. ويبيع المتحدي بالبصيرة: يعلم، ويكيف، ويتولى القيادة. ويقرر طارق، وهو مندوب مبيعات في شركة برمجيات محاسبة، تجربته.

1. التعليم

يعلم المتحدي العملاء شيئاً جديداً عن أعمالهم. وتشير البصيرة غالباً إلى مشكلة أو فرصة لم ينتبه إليها العميل تماماً، وترتبط بما يستطيع المورد حله. والتعليم الجيد يستخدم الأدلة، مثل بيانات السوق أو أمثلة من شركات مشابهة. ولا يبدأ بقائمة منتجات. والهدف تغيير طريقة تفكير العميل، فيرى المورد مصدراً للأفكار.

مثال: يخبر صاحب متجر دراجات شخصاً يتنقل يومياً بأن الإطارات ينبغي أن تفحص أسبوعياً لتجنب الثقوب في طريق العمل. وباستخدام التعليم، يشرح صاحب المتجر هذه الفكرة البسيطة، فيشتري الراكب منفاخاً وخطة صيانة.

في العمل: يلتقي طارق بمدير مالي يظن أن تأخر إغلاق الشهر أمر طبيعي. وباستخدام التعليم، يعرض بيانات من شركات مشابهة تظهر إغلاقاً أسرع، فيوافق المدير على حوار أعمق.

2. التكييف

يعني التكييف تعديل الرسالة لكل شخص. وفي الصفقة الكبيرة يشارك عدة أشخاص، مثل المستخدم والمدير المالي والخبير التقني. ويهتم كل منهم بأمور مختلفة، يسميها المؤلفان محركات القيمة. ويدرس المتحدي هذه الاهتمامات أولاً ثم يتحدث عن النتائج التي تهم ذلك الشخص. وتروى الفكرة نفسها بطريقة مختلفة لكل مستمع.

مثال: يخطط وكيل سفر لعطلة عائلية. وباستخدام التكييف، يحدث الوالدين عن الأمان والسعر، ويحدث الأطفال عن المسبح والأنشطة.

في العمل: يتحدث طارق مع شخصين في الشركة نفسها. وباستخدام التكييف، يحدث المدير المالي عن انخفاض التكاليف، ويحدث المحاسب عن قلة الإدخال اليدوي.

حقوق الطبع والنشر محمية © - أكاديمية أساسيات (شركة أساسيات للخدمات الاستشارية)

3. تولي القيادة

يعني تولي القيادة توجيه الحوار بثقة. ويرتاح المتحدي إلى الحديث عن المال ولا يقدم خصماً عند أول علامة اعتراض. ويعترض بأدب عندما يبدو رأي العميل ناقصاً، وبالحقائق والاحترام دائماً. وهذا التوتر الصحي يساعد العميل على الوصول إلى قرار أفضل. والقيادة ليست عدوانية، لأن العميل يبقى في المركز.

مثال: يطلب عميل من دهان أقل سعر. وباستخدام تولي القيادة، يشرح الدهان كلفة الطلاء الأرخص على المدى الطويل، ويتفقان على سعر عادل لطلاء أفضل.

في العمل: يطلب عميل من طارق خصماً قبل أن يرى النتائج. وباستخدام تولي القيادة، يسأل بأدب عن النتيجة التي يحتاج إليها العميل، ويشرح القيمة ويحافظ على السعر، فيواصل العميل الحوار.

4. الاستخدام الحكيم

هذا الأسلوب ليس حيلة تناسب كل موقف. فهو يناسب المبيعات المعقدة، حيث يواجه العملاء مخاطر ويشارك أشخاص كثيرون. ويحتاج إلى معرفة حقيقية بقطاع العميل، لذلك يجب أن يستعد البائع جيداً. ومن دون بصيرة، يبدو تحدي العميل غروراً فقط. ويجمعه كثير من البائعين مع الإصغاء والعلاقات القوية.

مثال: يريد موظف جديد في متجر أن يتحدى اختيار زبون دائم. وبالاستخدام الحكيم، يبدأ بالأسئلة والإصغاء، ولا يشارك رأياً إلا عندما يكون واثقاً من الحقائق.

في العمل: يستعد طارق لأول اجتماع بقراءة عن قطاع العميل وأخباره الأخيرة. وبالاستخدام الحكيم، يبدأ بملاحظة مفيدة ثم يصغي، ولا يتحدى شيئاً لا يستطيع إثباته.

الخاتمة

وخلاصة القول، البيع بأسلوب المتحدي طريقة للبيع عبر البصيرة. فيعلم البائع شيئاً جديداً، ويكيف الرسالة لكل شخص، ويتولى قيادة الحوار باحترام. وقد وصفه ماثيو ديكسون وبرنت آدمسون عام ألفين وأحد عشر، وهو ينجح أكثر في المبيعات المعقدة. ويتطلب الاستعداد والحذر، ولا يكون عدوانية أبداً. وعملاء طارق اليوم يرونه مصدراً للأفكار، لا مجرد بائع.

المصادر

• ماثيو ديكسون وبرنت آدمسون (2011): كتاب The Challenger Sale: Taking Control of the Customer Conversation، دار Portfolio/Penguin – https://www.penguinrandomhouse.com/books/306468/the-challenger-sale-by-matthew-dixon-and-brent-adamson/

• آدمسون وديكسون وتومان (2012): The End of Solution Sales، مجلة Harvard Business Review، يوليو-أغسطس 2012 – https://hbr.org/2012/07/the-end-of-solution-sales

• اسم The Challenger Sale ملك لأصحابه. وصياغتنا شرح خاص بنا وليست نص المؤلفين.

حقوق الطبع والنشر محمية © - أكاديمية أساسيات (شركة أساسيات للخدمات الاستشارية)