You Can

شما می توانید

www.youc.ir

تکنیک های مدیریت زمان

برای فروشندگان

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

فرمول سه مرحله ای فروش

فرمول ساده ای برای عملکرد برتر در زمینه فروش وجود دارد. این فرمول شامل سه مرحله است: جذب مشتری، معرّفی، و پیگیری.

فردی با توانایی ها و استعداد متوسّط که تمام روز به جذب مشتری، معرّفی، و پیگیری مشغول است، کارهایی می تواند انجام دهد که نوابغ نمی توانند. اگر یک فروشنده به میزان فروشی که می خواهد دست نیابد، یا درآمد مطلوبی نداشته باشد، علّت شکست خود را باید در یکی از این حوزه های اصلی جستجو کند: جذب مشتری، معرّفی و پیگیری کردن.

قانون ۲۰/۸۰ را در تمام فعّالیت های خود اعمال کنید. این کار در بخش فروش به این معنی است که ۸۰ درصد زمان خود را صرف جذب مشتری کنید. ۲۰ درصد باقیمانده زمان خود را به کارهای دیگر از جمله برنامه ریزی، ساماندهی، نامه نگاری، مطالعه، معاشرت و پرداختن به فعّالیت هایی غیر از جذب مشتری اختصاص دهید.

جذب مشتری را می توان اینطور تعریف کرد: اتّخاذ اقداماتی خاص برای یافتن و برقراری تماس با افرادی که به کالا یا خدمات شما نیاز داشته و بتوانند آن را مورد استفاده قرار دهند و توانایی خرید آن را داشته باشند. تنها چیزی که باید بفروشید، زمان شماست. وقتی با یک مشتری که خدمات و کالای شما را می خرد، رو در رو صحبت می کنید، وقت تان ارزش می یابد.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

کارتان را با اهداف فروش و درآمد معین آغاز کنید

دستیابی به اوج عملکرد و مدیریت موفّق در فروش، با تعیین اهداف مشخصی برای فروش و درآمد آغاز می شود. اگر به صورت مکتوب درباره میزان درآمد و نحوه رسیدن به این درآمد فکر کرده و تصمیم بگیرید، احتمال دستیابی به این اهداف بسیار افزایش می یابد. تمرین تعیین هدفی که می خواهم به شما آموزش دهم، درآمد بسیاری از فروشندگان را ۲ و ۳ برابر کرده است. این تمرین، قدرتمند امّا ساده و آسان است. می توانید این روش را سریع یاد گرفته و به کار بندید.

از بهترین سال خود شروع کنید

از بهترین سال فروش خود آغاز کرده و آن میزان را تا ۵۰ درصد افزایش دهید. به عبارت دیگر، اگر بیشترین درآمد سالانه شما تا الان ۴۰ میلیون تومان بوده، هدف خود را در سال آینده، درآمد ۶۰ میلیون تومان یا ۵۰ درصد بیشتر از آن میزان تعیین کنید. اگر بیشترین درآمد شما تا الان ۱۰۰ میلیون تومان در سال بوده، هدف خود را ۱۵۰ میلیون تومان در سال تعیین نمایید. مثلاً درآمد هدف را ۶۰ میلیون تومان در سال در نظر می گیرم.

وقتی مشخص کردید چه میزان درآمد (۶۰ میلیون تومان) می خواهید داشته باشید، در مرحله بعد باید مشخص کنید چه میزان کالا یا خدمات باید بفروشید تا به این درآمد برسید.

مثلاً اگر کمیسیونی معادل ۶ درصد برای فروش دریافت می کنید، باید ظرف ۱۲ ماه بالغ بر ۱ میلیارد تومان فروش داشته باشید تا ۶۰ میلیون تومان درآمد کسب کنید.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

سپس درآمد ماهانه خود را مشخص می کنید. در این مثال، ۶۰ میلیون تومان تقسیم بر ۱۲ ماه برابر با ۵ میلیون تومان می شود. حالا باید تعیین کنید در ماه لازم است چه میزان فروش داشته باشید تا به این درآمد برسید. یک میلیارد تومان تقسیم بر دوازده ماه برابر با ۸۳ میلیون تومان است و این رقم میزان فروش شما را در ماه نشان می دهد.

وقتی مشخص کردید چقدر می خواهید درآمد داشته باشید و در ماه چقدر باید فروش کنید تا به این میزان برسید، درآمد و میزان فروش هفتگی را تعیین کنید. بیایید فرض کنیم دو هفته مرخصی داشته و به سفر خواهید رفت. درآمد سالانه را بر تعداد هفته ها (پنجاه) تقسیم کنید. مثلاً، ۶۰ میلیون تومان تقسیم بر ۵۰ برابر با ۱۲۰۰۰۰۰ تومان در هر هفته است.

سپس با تقسیم فروش سالانه بر پنجاه به میزان فروشی که باید هر هفته داشته باشید، دست پیدا می کنید. در این مثال، یک میلیارد تومان فروش تقسیم بر پنجاه هفته یعنی باید ۲۰ میلیون تومان در هفته فروش داشته باشید که تا پایان سال به درآمد ۶۰ میلیون تومانی خود برسید.

حالا تعداد روزهای کاری هر هفته را تقسیم بر درآمد هفتگی خود کنید. اگر پنج روز در هفته کار کنید، می توانید از رقم پنج استفاده کنید. در مثال ما، ۱۲۰۰۰۰۰ تومان در هفته تقسیم بر پنج معادل ۲۴۰ هزار تومان در روز می شود.

برای محاسبه فروش روزانه خود باید میزان فروش هفتگی خود را تقسیم بر تعداد روزهای کاری خود کنید. در این مثال، ۲۰ میلیون تومان فروش در هفته را بر پنج تقسیم نموده تا به رقم ۴ میلیون تومان فروش روزانه برسید.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

سرانجام میزان درآمد روزانه خود را که در این مثال ۲۴۰ هزار تومان است بر تعداد ساعات کاری تقسیم نمایید. مثلاً، اگر هشت ساعت در روز کار می کنید، ۲۴۰ هزار تومان را تقسیم بر ۸ کرده تا به ۳۰ هزار تومان در ساعت برسید.

تمرکز بر درآمد ساعتی

وقتی درآمد ساعتی مطلوب خود را تعیین کردید، می توانید کارتان را شروع کنید. از زمان آغاز تا پایان کار، از انجام کاری که درآمدی معادل ۳۰ هزار تومان در ساعت نداشته باشد، پرهیز کنید. و تنها نوع کاری که هر ساعت ۳۰ هزار تومان یا بیشتر برایتان به ارمغان دارد، جذب مشتری، معرّفی و پیگیری است.

این نکته مهمّی است که به نظر می رسد بسیاری از فروشندگان آن را درک نمی کنند. نمی توانید لباس هایتان را به لباسشویی برده، خرید کنید، ماشین تان را بشویید، یا با همکاران خود گفتگو کنید و انتظار داشته باشید درآمد سالانه تان ۶۰ میلیون تومان باشد. آن فعّالیت های هدر دهنده زمان، ساعتی ۳۰ هزار تومان بازده ندارد.

این یک قانون جهانی است که تنها چیزی را برداشت می کنید که بکارید. بر اساس قانون کاشت و برداشت، اگر ساعتی ۳۰ هزار تومان، ۸ ساعت در روز، ۲۵۰ روز در سال کار انجام دهید، هیچ مانعی برای رسیدن به درآمد ۶۰ میلیون تومان در سال نخواهید داشت.

اگر کار ساعتی ۶۰ هزار تومان داشته باشید، تا پایان سال ۱۲۰ میلیون تومان به دست خواهید آورد.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

برنامه ریزی مفصّل کار فروش

با تعیین اندازه متوسّط فروش و کمیسیونی که از هر فروش به دست می آورید آغاز کنید. این رقم ها را بر فروش و درآمد دلخواه خود تقسیم نمایید. مثلاً، اگر از هر فروش ۵۰۰ هزار تومان به دست می آورید و درآمد دلخواه تان سالانه ۶۰ میلیون تومان است، باید هر سال ۱۲۰ فروش یا ماهانه ۱۰ فروش داشته باشید.

سپس مشخص کنید بر اساس تجربه و سطح مهارت کنونی تان، چه تعداد فروش باید انجام شود تا به آن میزان فروش برسید. باید مشخص کنید چه تعداد تماس باید داشته باشید که به تعداد مورد نظر مشتری احتمالی برسید. سپس تعیین کنید روزانه چه تعداد تماس باید انجام شود تا به تعداد خاص معرّفی و پیگیری که منجر به فروش و دستیابی به هدف درآمد می شود، برسید.

اگر مشخص شود که باید ۲۰ تماس داشته باشید تا به پنج قرار ملاقات برسید، و برای انجام یک فروش به پنج قرار ملاقات نیاز دارید، پس حالا یک هدف خاص در اختیار دارید. یک هدف خاص دارید که می توانید هر روز روی آن کار کنید. هر روز صبح، کارتان را آغاز کرده و بر هدف رسیدن به تعداد خاص تماس تمرکز کنید. خود را موظّف کنید کارهایی را انجام دهید که شما را به اهداف تان نزدیک کند.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

در کارهای خود بهتر عمل کنید

وقتی اهداف فروش خود را تعیین کردید و برنامه کاری برای هر روز خود مشخص نمودید، بلافاصله به کار خود بپردازید تا مهارت های خود را در حوزه های اصلی ارتقا دهید.

اگر کارآمدی و تأثیرگذاری شما در تماس ها، تعداد قرارهای ملاقات را تعیین می کند، همین حالا باید تصمیم بگیرید در جذب مشتری مهارت یابید. اگر موفّقیت شما با تأثیرگذاری بر معرّفی محصول تعیین می شود، تمرین کنید و مهارت های معرّفی محصول را در خود ارتقا دهید. اگر موفّقیت شما را نحوه برخورد با اعتراض ها تعیین می کند، پس باید خود را در این حوزه به یک کارشناس تبدیل کنید.

نسبت های خود را بهبود دهید

وقتی کار خود را شروع کردید، از ۲۰ نفری که با آنها صحبت کرده اید، تنها یک فروش انجام می شود. همانطور که مهارت های فروش خود را ارتقا می دهید، نسبت فروش نیز بیشتر و بیشتر می شود. خیلی زود، از هر ۱۵ نفر یک فروش و سپس از هر ۱۰ نفر یک فروش انجام می شود و...

بعضی فروشندگان حرفه ای با تمرین مداوم و ارتقای مهارت های خود، نسبت تماس های منجر به فروش را تا ۵ به ۱ و حتّی ۳ به ۱ کاهش داده اند. فقط فکر کنید چه تأثیری بر درآمد شما خواهد گذاشت اگر بتوانید از هر ۳ نفر به ۱ فروش دست یابید!

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

سطح کنونی مهارت های خود را تحلیل کنید

در حوزه فروش، ۷ نتیجه به دست می آید. اگر می خواهید پتانسیل کامل خود را مثل یک فروشنده حرفه ای درک کنید، در مقیاس ۱ به ۱۰، باید در هر یک از این حوزه ها، در رده هفت یا بالاتر قرار بگیرید.

۱. **جذب مشتری**: با افرادی قرار ملاقات بگذارید که بتوانند در بازه زمانی معقول از شما خرید کنند.

۲. **ایجاد اطمینان و ارتباط**: سؤال پرسیدن، گوش کردن، ایجاد ارتباط و دوستی که برای هر فروش ضروری است.

۳. **شناسایی نیازها**: پرسیدن سؤال هایی جهت تعیین نیازها و خواسته های مشتریان از شما و چگونگی رفع کردن آنها.

۴. **ارائه راه حل ها**: نشان دادن اینکه محصول یا خدمات شما بهترین انتخاب برای مشتری احتمالی است.

۵. **پاسخگویی به شکایات**: پاسخگویی به سؤال ها یا شبهه هایی که مشتریان درباره محصول یا خدمات دارند.

۶. **فروختن**: درخواست از مشتری احتمالی برای تصمیم گیری درباره پیشنهاد شما.

۷. **فروش مجدّد و ارجاع**: جذب مشتریان مادام العمر که بارها و بارها از شما خرید کرده و شما را به دوستان و همکاران شان معرّفی کنند.

در هر یک از این حوزه ها از ۱ تا ۱۰ به خود یک رتبه بدهید. یک پایین ترین و ده بالاترین امتیاز است.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

از ضعیف ترین مهارت خود شروع کنید

ضعیف ترین حوزه اصلی، میزان درآمد و فروش شما را تعیین می کند. ممکن است در ۶ مهارت، ممتاز باشید، امّا ضعف در هفتمین مورد، میزان فروش و درآمد کلّی شما را مشخص می کند.

خبر خوب این است که تمام مهارت های فروش اکتسابی هستند. می توانید هر مهارتی که برای رسیدن به هدف ضروری است، یاد بگیرید. بهبود در حوزه های فروش با شناسایی ضعیف ترین مهارت و تمرکز بر آن تا رسیدن به تسلّط کامل، تسریع می شود.

این سؤال را از خود بپرسید: «اگر یک مهارت را گسترش داده و به بهترین شیوه آن را اجرا کنم، چه تأثیر چشمگیری بر درآمد و فروش من خواهد گذاشت؟»

پاسخ شما به این سؤال هر چه باشد، پیشرفت در آن مهارت را به عنوان هدف خود بنویسید، برنامه ریزی کرده و برنامه خود را بر اساس اولویت ساماندهی نمایید و هر روز روی آن حوزه کار کنید. هر روز درباره این موضوع مطالعه کنید. در اتومبیل خود به برنامه های آموزشی گوش کنید. در همایش ها و کارگاه ها شرکت کنید تا یاد بگیرید چطور بر آن مهارت تسلّط یابید. این تصمیم بیش از هر کار دیگری می تواند تأثیر بیشتر و سریعتری بر درآمد شما داشته باشد.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

کار خود را از قبل برنامه ریزی کنید

وقتی اهداف فروش، درآمد و فعّالیت های خود را مشخص کردید، می توانید سال، ماه، هفته و مخصوصاً روز خود را از قبل برنامه ریزی کنید. برنامه های هفته بعد را در تعطیلات آخر هفته مشخص کنید. همیشه بر اساس یک برنامه مکتوب کار کنید.

بسیاری از برترین فروشندگان، ۱ یا ۲ ساعت از روزهای پنجشنبه یا جمعه را صرف برنامه ریزی کارهای هفته بعد خود می کنند. بعضی از آنها هفته آینده خود را از چهارشنبه قبل برنامه ریزی می کنند. برنامه ریزی، حسّ کنترل بر کار را به طور تأثیرگذاری به شما انتقال می دهد. حسّ قدرت شخصی به شما می دهد. برنامه ریزی قبلی، اعتماد به نفس شما را افزایش داده و عزّت نفس شما را ارتقا می دهد. هر دقیقه برنامه ریزی، ۱۰ دقیقه در کار شما صرفه جویی حاصل می کند، بنابراین نسبت به کسی که اصلاً برنامه ریزی نمی کند، کار بیشتری انجام می دهید.

آزمایش نهایی مشتری احتمالی

یک محک خوب برای بررسی نحوه جذب مشتری، تعیین این است که از چه زمانی برای قرارهای ملاقات و معرّفی، برنامه ریزی می کنید. یک فروشنده خوب معمولاً برنامه قرارهای هفته آینده خود را روز چهارشنبه هفته قبل تنظیم می نماید. اگر از او بپرسید که هفته آینده کجا خواهد بود، می تواند ظرف یک ساعت بگوید هر روز از شنبه تا چهارشنبه کجا خواهد بود.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

فروشندگان ضعیف نمی دانند در هفته آتی کار خود، کجا خواهند بود. آنها قرارهای ملاقات و برنامه های اندکی دارند. هر روز برای آنها یک ماجراجویی جدید است. نمی دانند آن روز چطور خواهد گذشت. در نتیجه، کمتر از ۹۰ دقیقه در روز کار می کنند و بیشتر وقت خود را صرف گشت زدن در اداره، خوردن ناهار یا نوشیدن قهوه با همکاران شان می کنند.

از حالا به بعد، فردای خود را امروز برنامه ریزی کنید، ترجیحاً آخر روز کاری یا هنگام شب این کار را انجام دهید. قبل از اینکه بخوابید، فهرستی از کارهایی که فردا باید انجام دهید، تهیه و بر اساس اولویت و زمان مرتّب کنید.

برای تنظیم ساختار روز خود و قرارهای ملاقات و نیز ۳۰ تا ۶۰ دقیقه وقت اضافه، هدفی تعیین کنید. قانون کارآمدی اجباری می گوید: اگر محدودیت های سخت زمانی برای هر قرار خود در نظر بگیرید، هر مورد بااهمیت در فروش را در وقت معین انجام خواهید داد.

تماس های خود را از نظر جغرافیایی برنامه ریزی کنید

یکی از مهمترین تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان، دسته بندی تماس ها در یک حوزه جغرافیایی خاص است. این کار به شما امکان می دهد زمان سفر را کاهش داده و تعداد تماس هایی را که در طول روز می توانید انجام دهید، افزایش دهید. به خود یادآوری کنید چیزی برای فروش ندارید مگر زمان تان. گفتگوی رو در رو با مشتریان و نحوه استفاده از زمان، درآمد شما را مشخص می کند.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

اشتباه نکنید و اوّلین قرار خود را در شمال شهر و قرار بعدی را در جنوب شهر نگذارید و نصف روز را با رانندگی تلف نکنید. بسیاری از فروشندگان ضعیف زمان خود را به این شکل تلف می کنند. آنها به نحوی می توانند خود را متقاعد کنند که وقتی این مسافت را برای رسیدن به قرارهایشان طی می کنند، در واقع مشغول کار هستند!

فروش

یکی از بهترین تکنیک های مدیریت زمان، فروش بعد از معرّفی است، طوری که مجبور نباشید بارها و بارها نزد مشتری بروید. در پایان هر گفتگو به مشتری فرصت دهید تا کالا یا خدمات شما را خریداری کند. به هر طریقی سفارش بگیرید. ۵۰ درصد از تمام تماس های فروش بدون اینکه فروشنده سفارشی بگیرد، به پایان می رسد.

یکی از بدترین راه های استفاده از زمان، پرداختن به فرآیند دشوار جذب مشتری، تعیین قرار ملاقات، و معرّفی و پاسخگویی به شکایات و سپس فروش است. اگر نتوانید در نهایت سؤال خود را برای فروش از مشتری بپرسید، تمام زمانی که سرمایه گذاری کرده اید، از بین می رود.

تکنیک های مختلف یا سؤال های تصمیم گیری برای فروش را مطالعه کرده و در آنها مهارت یابید. تکنیک فروش را می توان سؤالی دانست که مشتری را متعهّد به اتّخاذ اقدام یا ارائه نظری درباره کالا کند. مثلاً، می توانید سؤال های ساده ای بپرسید که برای گرفتن بازخورد آشکار از مشتری طرّاحی شده و به شما می گوید چقدر در انجام کارتان موفّق بوده اید.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

سؤال هایی مثل موارد زیر بپرسید:

- آیا تا به اینجا برای تان جالب بوده است؟
- سؤالی دارید که من به آن نپرداخته باشم؟
- آیا به آنچه که تا به اینجا گفته ام، علاقه ای دارید؟
- آیا این همان چیزی است که به دنبالش بودید؟

مشتری را دعوت به خرید کنید

اگر به نظر بیاید که مشتری آنچه را که به او معرّفی کرده اید، دوست دارد و به آنچه که می فروشید، علاقه دارد، می توانید او را به خرید دعوت کرده و بگویید: «اگر به آن علاقه دارید، چرا امتحانش نمی کنید؟»

می توانید از جمله های مستقیم استفاده کنید و بگویید «بسیار خوب، اگر سؤال دیگری ندارید، مرحله بعدی این است که...» برنامه را توضیح داده و کالا را می فروشید.

شگفت انگیز است که اگر به خود جرأت داده و مشتریان را به تصمیم گیری برای خرید دعوت کنید، چقدر در زمان خود صرفه جویی کرده اید. در مصاحبه با مشتریان، بسیاری از آنها گفته اند اگر فروشنده از آنها می خواست یا آنها را به خرید دعوت می کرد، اقدام به خرید می کردند.

جای تأسّف است که هر روز میزان زیادی فرصت فروش از دست می رود چون فروشنده از مشتری برای خرید دعوت نکرده است. ایجاد عادت پرسش مؤدّبانه و به روشی از قبل طرّاحی شده و دقیق، تکنیکی عالی برای بهبود کارآیی و بازدهی شماست.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

حذف هدردهندگان زمان در فروش

چندین هدر دهنده زمان در فروش وجود دارد:

تعویق

تعویق دزد زمان است و معمولاً با تاکتیک های تأخیر از جمله یافتن انواع توجیه ها برای پیش نبردن کار همراه است. معمولاً تعویق به خاطر ترس عمیق از عدم پذیرش یا ترس از شکست صورت می گیرد. به این امر اغلب «عدم تمایل به برقراری تماس تلفنی» می گویند. این نوع ترس از عدم پذیرش و عدم رضایت که منجر به تعویق و تأخیر می شود، تنها از طریق مقابله روزانه برطرف می شود. چشمگیرترین مسأله درباره ترس این است که اگر با آنها مواجه شوید، از بین می روند امّا اگر از آنها فرار کنید یا از چنین موقعیت هایی اجتناب ورزید، ترس تان بیشتر می شود تا تمام کارهای پربازده را از بین ببرد. وقتی کار فروش را شروع کردم، از جذب مشتری و تماس های ناموفّق می ترسیدم، امّا چیزی یاد گرفتم که وضعیت شغلی ام را تغییر داد. یاد گرفتم که «عدم پذیرش، شخصی نیست.» اگر افرادی می گویند به کالا یا خدمات شما علاقه ای ندارند، به شخص شما صدمه ای نمی خورد. این حرف صرفاً پاسخی خودکار به یک پیشنهاد تجاری در یک جامعه رقابتی است. فرد مقابل، شما را به اندازه کافی نمی شناسد که شخص شما را رد کند. وقتی این نکته را یاد گرفتم، خانه به خانه و شرکت به شرکت و تلفنی با افراد مختلف تماس گرفتم. تمام ترسم از عدم پذیرش از بین رفت. سرانجام، به جایی رسیدم که عکس العمل منفی به فعّالیت هایم هیچ تأثیری بر من نمی گذاشت. این امر باید هدف شما نیز باشد.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

نقص در فروش

فروش ناقص که نیازمند تماس مجدّد است، یکی از هدردهندگان بزرگ زمان محسوب می شود. این امر زمانی رخ می دهد که فروشنده تمام چیزی که برای یک فروش موفّق نیاز دارد، در اختیار نداشته باشد. گاهی اوقات، فروشندگان به خاطر آماده سازی ضعیف، فهرست قیمت مناسب، بروشورهای مناسب، رقم های صحیح فهرست موجودی، یا اطّلاعات لازم برای فروش را در اختیار ندارند. گاهی فروشندگان توانایی پاسخگویی به شکایات یا سفارش گرفتن را ندارند. تماس با یک مشتری واجد شرایط و آماده شدن برای فروش، زمان زیادی را طلب می کند. اغلب وقتی مجدّداً با یک مشتری تماس می گیرید، تمام علاقه خود را از دست می دهد.

آماده سازی ضعیف

آماده سازی ضعیف معمولاً زمانی مشهود است که اشتباهات و کاستی های آشکاری در معرّفی وجود داشته باشد. آماده سازی مناسب قبل از تماس نیازمند این است که تا جایی که می توانید قبل از ملاقات با مشتری، درباره وی اطّلاعات به دست آورید.

عدم اطّلاع

یک فروشنده معمولاً عدم آگاهی خود را با نداشتن دانش کافی درباره محصول نشان می دهد. فروشنده، زمان کافی برای بررسی مسائل مربوط به فروش صرف نکرده تا محصول یا خدماتی را که می خواهد بفروشد، درست بشناسد. وقتی مشتری سؤال هایی درباره محصول یا خدمات می پرسد، فروشنده تپق زده و لکنت پیدا می کند یا سعی می کند پاسخی سر هم نماید. این کار نه تنها

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

اعتبار فروشنده و شرکت را زیر سؤال می برد بلکه اعتماد به نفس خود فروشنده را هم به شدّت تحت تأثیر قرار می دهد.

محصولی که می فروشید، بشناسید

چند سال قبل، می خواستم خانه ای بخرم. با چندین دلّال معاملات ملکی تماس گرفتم تا خانه های آنها را ببینم. همانطور که به سمت خانه ای می رفتیم، یکسری سؤال درباره خانه از آن واسطه می پرسیدم. همیشه از این نکته تعجّب می کردم که چرا فقط تعداد کمی از این افراد، وقت کافی صرف کرده و فهرست خدمات و مزایای خانه ها را مطالعه می کنند. بسیاری از آنها هرگز به خانه هایی که برای فروش گذاشته بودند، نرفته بودند. آنها سعی می کردند محصولی بفروشند که از آن چند میلیون تومان درآمد کسب کنند و اغلب حتّی نمی دانستند مساحت خانه چقدر است یا چه تسهیلاتی دارد. آنها درآمد مناسبی از معرّفی های خود نداشتند زیرا زمان کافی صرف محصول نمی کردند.

قرارهای تأیید نشده

قرارهای تایید نشده به موقعیتی منجر می شود که در آن فروشنده به قراری می رود که تلفنی هماهنگ شده ولی متوجه می شود مشتری احتمالی رفته است. فروشنده، زمانی که برای این مشتری صرف کرده یعنی زمان آماده سازی، و زمان سفر و رسیدن به محل را از دست داده است. چرا معمولاً این اتّفاق می افتد؟ دلیل اصلی آن، ترس از عدم پذیرش است. فروشنده به خاطر ترس از لغو شدن قرار، از تلفن زدن و تأیید آن خودداری می کند.

شما را با روش بسیار ساده ای آشنا می کنم که برای من و بسیاری از فروشندگان طی سال ها مفید و تأثیرگذار بوده است. قبل از ترک محلّ کار خود، با دفتر مشتری تماس بگیرید. از منشی بپرسید که آیا مشتری در محلّ

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

کارش حضور دارد. اگر منشی گفت: «بله» شما باید بگویید: «خیلی متشکّرم. به او بگویید برایان تریسی تماس گرفته و طبق برنامه سر قرار خواهم بود.» سپس گوشی را بگذارید.

با این روش به مشتری یادآوری می کنید که دارید می آیید و او را متعهّد می کنید که منتظر شما بماند. و به این روش از اتلاف وقت خود با رفتن به قراری تأیید نشده جلوگیری می کنید.

برنامه ریزی ضعیف در تماس های جغرافیایی

یکی از بزرگترین اتلاف کنندگان زمان در فروش، رفتن به تمام قلمروی فروش و صرف زمان زیادی در ترافیک است.

یک راه ساده برای دسته بندی تماس های خود از نظر جغرافیایی، تقسیم کردن قلمرو به چهار قسمت است. سعی کنید هر روز یا نیمی از روز خود را در یکی از ربع های این قلمرو کار کنید. اگر برای گذاشتن قراری تماس می گیرید، به مشتری بگویید در زمان خاصّی از هفته به مشتریانی سر خواهید زد که در این حوزه باشند. آیا در آن زمان او در محل کارش حضور خواهد داشت؟

جالب است که اشاره کنم هر چه یک فروشنده از زمان خود سازمان یافته تر و دقیق تر استفاده کند، مشتریان احترام و اعتماد بیشتری نسبت به او خواهند داشت. هر چه بیشتر احساس کنند شما برنامه دقیقی دارید، بهتر برنامه ریزی می کنند تا با شما ملاقات داشته باشند.

کمال گرایی بیهوده

این امر زمانی رخ می دهد که اصرار داشته باشید قبل از رفتن و انجام فروش، همه چیز در نهایت نظم باشد. این نیز نوع دیگری از تردید است و ارتباط

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

نزدیکی با نارضایتی تلفنی دارد. ترس از عدم پذیرش و ترس از شکست موجب این کمال گرایی می شود.

هر وقت که مشغول مطالعه و مطالعه مجدّد مطالب خود هستید، و اصرار دارید همه چیز قبل از برقراری تماس و یا حتّی برداشتن گوشی دقیقاً درست و مرتّب باشد، باید صادقانه بپذیرید که با ترس مواجه هستید.

امرسون می گوید: «اگر کارهایی را که از آنها می ترسید، انجام دهید، از بین رفتن ترس قطعی خواهد بود.» اگر با ترس مواجه شدید، ترس تان از بین خواهد رفت. اگر به کارتان می پردازید و جلو می روید، باید ترس را فراموش کنید.

حواس پرتی یا سرگردانی ذهن

این موارد هدر دهنده زمان هستند، امّا خیلی رایج نیستند. آنها باعث عدم توجّه به معرّفی فروش می شوند. حرف های مشتری را درست متوجه نمی شوید یا خطوط را درست مطالعه نمی کنید تا ببینید مشتری واقعاً چه می گوید. بسیاری از فروشندگان به خاطر پریشانی ذهن شان باید سرزنش شوند. آنها صرفاً توجّه کافی ندارند زیرا افکار دیگری ذهن شان را مشغول کرده است. متأسّفانه مشتری سریع تحت تأثیر این امر قرار گرفته و علاقه خود را به همکاری با شما از دست می دهد.

راه غلبه بر حواس پرتی این است که سعی کنید مستقیماً با مشتری رو در رو شوید، کمی به جلو خم شوید و وقتی صحبت می کند، با دقّت به او نگاه کنید. فرض کنید چشمانتان لامپ حمام آفتاب است و می خواهید صورت را برنزه کنید. این رویکرد، شما را روی مشتری متمرکزتر می کند و حواس پرتی را از شما دور می سازد.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

خستگی و کار زیاد

این موارد در هر حوزه کاری مخصوصاً در زمینه فروش، وقت را می کشند. تخمین زده می شود که امروزه بیش از ۵۰ درصد فروشندگان در ابهام کار می کنند. شب ها دیر به رختخواب رفته و کم می خوابند. در نتیجه، در طول روز خسته هستند و توانایی کافی برای تمرکز بر کار را ندارند.

قانون من این است: اگر ۵ روز از هفته را به فروش مشغولید، باید هر ۵ روز را زود بخوابید. فروشندگی حرفه دشوار و طاقت فرسایی است. یک فروشنده برای تأثیرگذار بودن به میزان زیادی انرژی فیزیکی و احساسی نیاز دارد. اگر می خواهید هوشیار و زیرک باشید، نمی توانید تا دیروقت بیدار بمانید و تلویزیون تماشا کنید.

می توانید عادت کم خوابیدن و کار زیاد را با زود خوابیدن مثلاً ساعت ده شب، از بین ببرید. تلویزیون را خاموش کنید و سعی کنید زیاد بخوابید. این تمرین، شما را به فروش بیشتر، بهتر و درآمد بالاتر می رساند و پولی که برای سفرهای خود نیاز دارید، به دست خواهید آورد.

فقدان بلند پروازی یا میل

بسیاری از افراد هستند که از روی عادت و بدون اشتیاق کار رفع تکلیف می کنند. معمولاً این امر نتیجه اهداف کم یا حتّی نداشتن هدف است. گاهی، افراد جاه طلبی و انگیزه کافی ندارند زیرا محصول مناسبی نمی فروشند. سعی می کنند چیزی را به فروش برسانند که علاقه ای به آن ندارند یا آن را باور ندارند. گاهی باور نداشتن رئیس یا شرکت یا کنار نیامدن با همکاران موجب نبود بلندپروازی یا انگیزه کافی برای موفّقیت در فروش می شود.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

دلیل این امر هر چه که باشد، اگر نسبت به محصول و خدمات مثبت اندیش و مشتاق نباشید، طبق این نشانه متوجّه می شوید که باید کار دیگری را در پیش بگیرید. اگر به مشتریان خود علاقه ندارید، احتمالاً کارتان را درست انتخاب نکرده اید.

نمی توانید خود را مجبور کنید چیزی را بفروشید که برای شما مناسب نیست. این کار صرفاً شما را خسته و افسرده می کند و هرگز در آن موفّق نخواهید بود.

از زمان تان درست استفاده کنید

در این بخش با ایده های ارزشمندی آشنا می شوید که به شما کمک می کنند با استفاده از زمان برای رسیدن به بهترین مزایا، کارآیی خود را در زمینه فروش افزایش دهید.

زود بخوابید

زود خوابیدن و زود بیدار شدن، راه رسیدن به موفّقیت است. ساعت ۶:۰۰ از خواب بیدار شوید. زیاد بخوابید. گاهی، بهترین راه استفاده از زمان زود خوابیدن است. ۹، ۱۰ یا حتّی ۱۲ ساعت بخوابید، طوری که صبح روز بعد بانشاط و سرحال باشید. وقتی به اندازه کافی نخوابیده و خسته باشید، سرشار از انرژی، هیجان و مشتاق بودن برای فروش محصول یا خدمات خود، کار دشواری خواهد بود.

روزتان را درست آغاز کنید

هر روز صبح زود، ۳۰ تا ۶۰ دقیقه به مطالعه مطالب مربوط به فروش و انگیزه اختصاص دهید. این یکی از مهمترین عادت هایی است که در خود ایجاد

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

خواهید کرد. بسیاری از فروشندگان به من گفته اند که تکنیک زود بیدار شدن و ۳۰ تا ۶۰ دقیقه مطالعه، کلّ مسیر کاری آنها را دستخوش تغییر کرده است. اگر هر روز ۳۰ تا ۶۰ دقیقه را به خواندن کتابی در زمینه فروش اختصاص دهید، طی یک هفته یک کتاب کامل را خوانده اید. اگر در طول سال هر هفته یک کتاب بخوانید، و حتّی آخر هفته و تعطیلات را مطالعه نکنید، ۵۰ کتاب در خصوص فروش خواهید خواند. متوسّط فروشندگان هرگز حتّی یک کتاب درباره فروش نمی خوانند. با توجّه به این مطلب، آیا فکر می کنید اگر ۵۰۰ کتاب طی ۱۰ سال آینده بخوانید، تأثیری بر درآمدتان خواهد داشت؟

واقعیت این است که می توانید با ۳۰ تا ۶۰ دقیقه مطالعه در روز، یکی از بهترین، آگاه ترین، ماهرترین و پردرآمدترین فروشندگان شوید. هر روز می توانید بیرون رفته و آموخته های خود را اعمال کنید. هرگز از یادگیری و رشد دست برندارید.

کارتان را زود شروع کنید

برنامه اوّلین قرار خود را زود مشخص کنید. بیدار شوید و سر کار بروید. سعی کنید اوّلین قرار خود را ساعت ۸:۰۰ یا حتّی ۷:۳۰ بگذارید. اغلب مشتریانی که زمان کافی برای ملاقات شما را در طول روز ندارند، در ساعت غیرمعمولی با شما قرار می گذارند. اگر به آنها پیشنهاد دهید که موقع صرف صبحانه یا ساعت ۷:۳۰ در دفترشان آنها را ببینید، اغلب شما را خواهند پذیرفت.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

تمرکز بر جذب مشتری

یک روش فوق العاده برای افزایش کارآیی، صرف ۸۰ درصد از زمان به جذب مشتری است تا اینکه به قدری فروش داشته و به مشتریان خود خدمات بدهید که وقت کافی برای جذب مشتریان جدید را نداشته باشید.

فراموش نکنید موفّقیت فروش نسبت مستقیمی با توانایی شما در آغاز کردن ارتباطات جدید دارد. موفّقیت فروش نتیجه اشتیاق شما به تماس با مشتریان است.

اگر کمی زمان اضافی داشتید، بنشینید و ۲۰ تا ۳۰ تماس برقرار کنید. از نتایج این کار و اینکه در پایان چه احساسی خواهید داشت، شگفت زده می شوید.

تمام ساعات کاری را به کار مشغول شوید

تمام طول روز را به کار مشغول باشید. از هر دقیقه خود استفاده کنید. به یاد داشته باشید که متوسّط فروشندگان تنها ۲۰ درصد از وقت خود را به کار اختصاص می دهند. اگر ۸۰ درصد از وقت خود را کار کنید، می توانید به درجه بالاتر موفّقیت دست یابید. اگر به جای ۹۰ دقیقه، ۶ ساعت کار کنید، درآمدتان ۴ برابر می شود.

زمان را تلف نکنید. زمان خود را صرف قهوه خوردن و خواندن روزنامه نکنید. اگر به استراحت و نوشیدن قهوه نیاز دارید، این کار را همراه با مشتریان احتمالی خود یا وقتی در حال رفتن به جایی هستید، انجام دهید.

فروشندگانی که هر روز دو بازه زمانی ۲۰ دقیقه ای را به استراحت می گذرانند، ۴۰ دقیقه بدون بازده خواهند داشت. ۴۰ دقیقه در روز ضرب در ۵ روز کاری برابر با ۲۰۰ دقیقه در هفته است. ۲۰۰ دقیقه در هفته ضرب در ۵۰ هفته

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

مساوی است با ۱۰۰۰۰ دقیقه در سال یا ۱۶۶ ساعت زمان بازدهی که صرف نوشیدن قهوه و استراحت می شود.

۱۶۶ ساعت برابر با ۴ هفته ۴۰ ساعته کاری است که برابر با درآمد یک ماه است. اگر می خواهید پیشرفت کنید، سریعترین راه این است که در زمان استراحت نیز کار کنید.

از زمان صرف ناهار با دقّت استفاده کنید

زمان صرف ناهار را نیز هدر ندهید. این ساعت را صرف آماده سازی قرارهای بعد از ظهر خود یا تمرین یا هر کاری کنید که بازدهی و عملکرد شما را بهبود می بخشد. اگر از زمان ناهار خود با دقّت استفاده کنید، و یک ساعت در روز داشته باشید، در هفته ۵ ساعت و ۲۵۰ ساعت در سال خواهید داشت. ۲۵۰ ساعت در سال چیزی بیش از ۶ هفته کاری یا بیش از یک ماه و نیم درآمد است. فقط با استفاده از زمان استراحت و ناهار برای فعّالیت های پربازده، فروش و درآمد خود را تا ۲۰ درصد افزایش خواهید داد.

گوش دهید و یاد بگیرید

در اتومبیل خود به برنامه های آموزشی گوش دهید. زمان رانندگی را به زمان یادگیری تبدیل کنید. اتومبیل خود را به یک دانشگاه متحرّک تبدیل نمایید.

از زمان سوار شدن تا پیاده شدن از ماشین، باید به برنامه های آموزشی گوش کنید. به یاد داشته باشید که متوسّط فروشندگان ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ ساعت در سال را پشت فرمان ماشین شان می گذرانند و گاهی این زمان بیشتر نیز می شود. اگر از این زمان برای آموزش خود استفاده کنید، تنها با گوش دادن به برنامه های آموزشی می توانید یکی از آگاه ترین و پردرآمدترین فروشندگان شوید.

تکنیک های مدیریت زمان برای فروشندگان

از یک برنامه ریز زمانی استفاده کنید

از یک برنامه ریز زمانی استفاده کرده و قرارها و فعّالیت های خود را یادداشت نمایید. اجازه دهید این برنامه ریز، مرکز فعّالیت های فروش شما را کنترل کند. آن را به عنوان یک فایل یادآور برای پرداختن به مشتریان احتمالی مورد استفاده قرار دهید. یک برنامه ریز زمانی بخرید که تمام تماس های شما را در خود جای دهد و یک ماه و حتّی یک سال را از قبل برنامه ریزی نماید.

وقتی یک برنامه ریز زمانی داشته باشید، باید از آن با دقّت استفاده کنید. همه چیز را یادداشت نمایید. هر فعّالیت را از قبل برنامه ریزی کنید. یادداشت های دقیقی از هر مکالمه و معرّفی بردارید. قدرت همیشه نزد کسی است که بهترین یادداشت ها را دارد.

هر روز خود را با بررسی اطّلاعاتی که در برنامه ریز زمانی خود ثبت کرده اید، آغاز نموده و به پایان برسانید. آن را برای اجرای کارهای خود به کار برید. برنامه ریز زمانی خود را دفتر سیّار تلقّی کنید.

تنها چیزی که باید بفروشید

به یاد داشته باشید تنها چیزی که فروشندگان باید بفروشند، زمان است و تنها زمانی که به کار مشغولید، زمانی است که با یک مشتری رو در رو صحبت می کنید.

You Can
شما می توانید
www.youc.ir