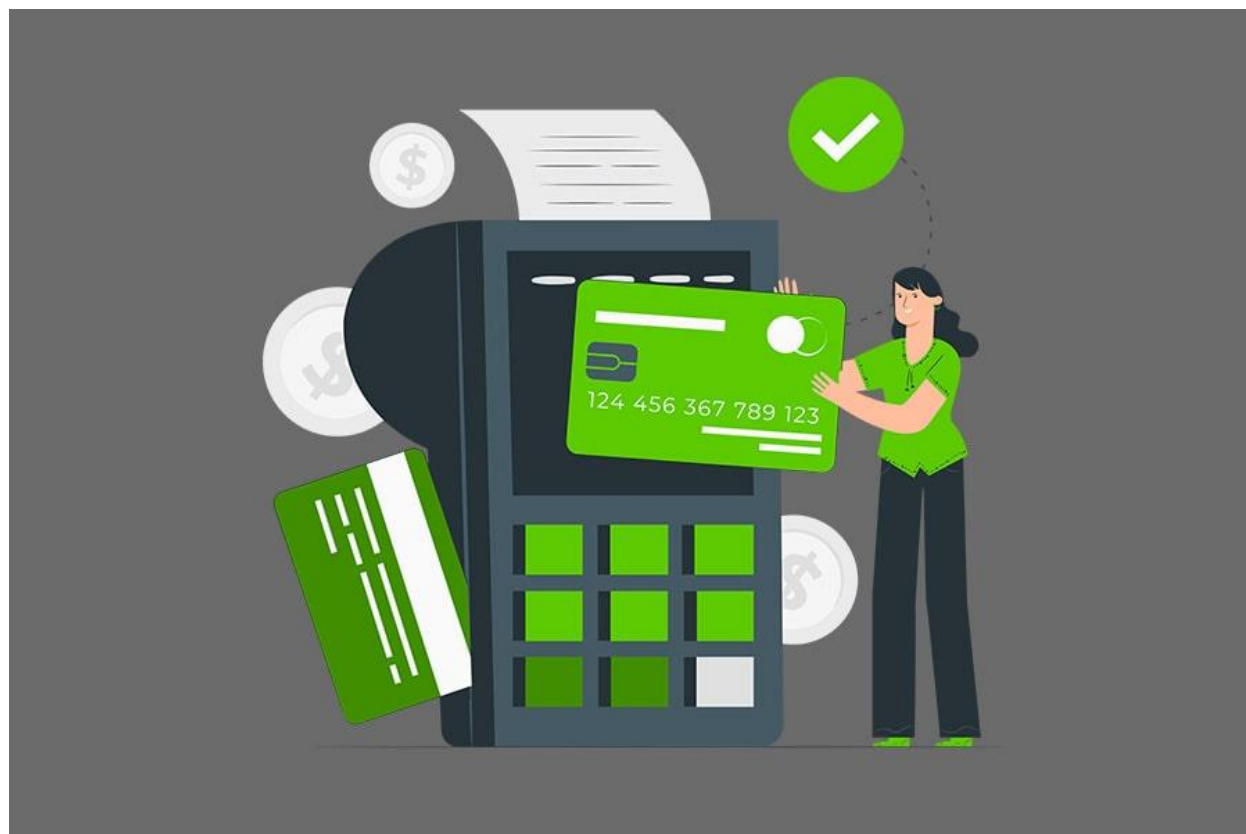


تدوین استراتژی فروش



نویسنده: تیم تحریریه ناصر حقیقی

لینک صفحه: <https://b2n.ir/s96853>

مقدمه:

تدوین استراتژی فروش یکی از بهترین راه‌ها برای کسب درآمد بیشتر در فروش محصول و خدمات است که بسته به اهداف صنعت، بازار و تجارت، راه‌های زیادی برای افزایش فروش وجود دارد که بدون استراتژی موفق نخواهیم شد.

تدوین استراتژی فروش



تدوین استراتژی فروش

برای داشتن فروش بیشتر، شما به استراتژی یا برنامه جامع و کامل نیاز دارید که نقاط قوت شما را در برای افزایش فروش مشخص کند. اقداماتی که در جهت افزایش فروش محصول یا خدمات باید انجام داده شود تا به هدف خود دست یابید استراتژی هست که شما باید از آن استفاده کنید و برنامه شما باید بر اساس نیازهای خاص مشتریان تنظیم شود.

سنگ بنای هر تجارت موفق برنامه افزایش فروش است. پس از توسعه استراتژی خود و به کار انداختن آن می‌توانید به بازخورد فروش خود نگاه کنید و در صورت عدم افزایش فروش، رویکردهای خود را تنظیم کنید. از مراحل زیر برای سنجش بهتر نیازهای مشتریان خود، نحوه فروش به آن‌ها و راه‌های موفقیت یا عدم موفقیت و رقابت در دستیابی به آن‌ها نیز استفاده کنید.

۴ راهبرد استراتژی فروش

چهار عنصر اصلی وجود دارد که به استراتژی فروش شما کمک می‌کند و تجارت شما را بهبود می‌بخشد. هر یک از این عوامل را در نظر بگیرید تا تصویر بهتری از کسب و کار خود و افزایش فروش داشته باشید.

تدوین استراتژی فروش



۱. محصول: تمام جنبه های محصول ، خدمات و فروش خود را از جمله نام تجاری ، بسته بندی و هزینه های تولید را ارزیابی کنید و ببینید در چه زمینه های با کار خود مطابقت دارید و در چه زمینه هایی میتوانید پیشرفت کنید.



۲. قیمت: رقبای خود را در نظر گرفته و قیمت خود را در مقایسه با آن ها تنظیم کنید و در صورت لزوم برای رقابت قیمتی مناسب در نظر بگیرید و همچنین مشخص کنید که نحوه پرداختی ها به شما به چه صورت است (نقدی ، آنلاین ، انتقال به حساب ، پرداخت با کارت یا چک) و آن را با رقبای خود مقایسه کنید.

۳. مکان: بهترین مکان را با توجه به دسترسی آسان افراد به خودتان انتخاب کنید و نحوه توزیع محصولات و خدمات خود را با توجه به نظر مشتریان بهبود ببخشید و همچنین چیدمان محصولاتتان به صورتی باشد که بهترین بازخورد را از آن دریافت کنید.

تدوین استراتژی فروش



۴. تبلیغات: نحوه تبلیغ محصولات خود را برنامه ریزی کنید. اگرچه داشتن یک محصول عالی مهم است ، اما میزان جذب مشتری به همان اندازه مهم است.

راه های هوشمند برای افزایش فروش

پس از ایجاد استراتژی، می توانید برنامه خود را با روشهای هدفمند برای افزایش فروش محصول خود به عمل تبدیل کنید. در اینجا تنها چند تاکتیک وجود دارد که می توانید برای رسیدن به هدف خود استفاده کنید.

تمرکز بر روی یک هدف در یک زمان

هنگام بررسی راه های افزایش فروش ، تمرکز بر یک هدف مشخص و قابل دستیابی در یک زمان مفید است. هدف شما باید با برنامه کسب و کار شما همخوانی داشته باشد و شامل نقاط عطف ماهانه برای دستیابی به آن باشد. برای اندازه گیری آن ، ممکن است بخواهید مبلغ فروش ، تعداد محصولات فروخته شده یا اندازه گیری دیگری مانند افزایش فروش از طریق تبلیغات خاص در وب سایت خود یا ارائه کوپن های تخفیف را هدف قرار دهید.

مشتریان خود را بشناسید

مشتریان شما مهمترین اصل تجارت شما هستند . شما باید محصول یا خدماتی که نیاز های خاص آنها را برآورده میکند به آنها ارائه کنید و بفروشید ، آن ها را با در نظر گرفتن

تدوین استراتژی فروش



این نیازها درگیر کنید. صحبت کردن با مشتریان، گوش دادن به افکار و نگرانی آنها، درک نیازها و خواسته‌های آنها و مناسب سازی رویکرد تجاری شما می‌تواند مفید باشد.



به خاطر داشته باشید که رفتار خوب شما با مشتریان می‌تواند آن‌ها را به تجارت شما وفادار کند به هر حال اگر رابطه خوبی با آنها داشته باشید به احتمال زیاد آنها باز می‌گردند و یا با دیگران در مورد تجارت شما صحبت می‌کنند.

ایجاد علاقه به کسب و کار شما

وقتی با مشتری در مورد محصول، خدمات یا فروشگاه خود صحبت می‌کنید، چه با مواد بازاریابی و چه به صورت حضوری، به او بگویید که چه کاری می‌تواند برای آنها انجام دهد. هنگامی که آنها از این "مزایای محصول" مطلع شدند، علاقه بیشتری به یادگیری ویژگی‌های محصول خواهند داشت.

تدوین استراتژی فروش



مدل AIDA (Attention , Interest, Desire, Action) (توجه ، علاقه ، میل ، عمل) راهنمایی است که به منظور برقراری ارتباط آسان و موثر با مزایای یک محصول یا خدمات ارائه می شود. می توانید از این راهنما برای فروش مزایای تجارت خود استفاده کنید.

جلب توجه: شما میتوانید با استفاده از تکنیک های بازاریابی ، جذابیت برند و بسته بندی محصول توجه مشتریان خود را جلب کنید.

حفظ علاقه: با اعلام مزایای محصول علاقه مشتریان خود را حفظ کنید و اطلاعات محصول خود را باید به طور واضح بر روی محصول درج کنید یا ارسال کنید تا درک آن آسان باشد.



ایجاد میل: شما باید مشتریان خود را متقاعد کنید که می خواهند مالک آن محصول باشند و یا از این سرویس شما استفاده کنند و تمرکزتان روی این مورد باشد که محصول یا سرویس شما با مزایای خاص چگونه میتواند به آن ها کمک کند.

تدوین استراتژی فروش



عمل کنید: به محض ابراز علاقه مصرف کنندگان اطمینان حاصل کنید که محصول یا خدمات شما را خریداری کرده و به راحتی سفارش خود را ثبت کرده است سیستم فروش شما و خدماتی که به مشتری در هنگام فروش ارائه می‌دهید میتواند به افزایش فروش شما کمک کند.

یک برنامه بازاریابی ایجاد کنید

بازاریابی هر کاری است که برای آگاهی مشتریان از کسب و کار شما با تلاش‌های مختلف تبلیغاتی انجام می‌دهید. این که آیا شما یک فروشگاه کوچک دارید یا یک محصول یا خدمات را به صورت آنلاین می‌فروشید، چندین روش ساده وجود دارد که می‌توانید مشتریان جدید را جذب کرده و فروش خود را افزایش دهید، از جمله:

رسانه‌های اجتماعی: برای ایجاد ارتباط با مشتریان خود یک صفحه در رسانه‌های اجتماعی ایجاد کنید و همچنین میتوانید از تبلیغات پولی در رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ کسب و کار خود و هرگونه خدماتی که ممکن است ارائه دهید استفاده کنید. بسته به نوع مخاطب و نوع کسب و کار شما میتوانید با استفاده از اینستاگرام، فیسبوک، توییتر، یوتیوب، لینکدین و غیره در رسانه‌های اجتماعی حضور داشته باشید.

بازاریابی از طریق ایمیل: ایجاد یک لیست ایمیل برای مشتریان و ارسال ایمیل یا خبرنامه با خدمات ویژه، اعلانات محصولات جدید و هرگونه خبر دیگری که به نفع آنها باشد.

تدوین استراتژی فروش



حضور در وب: بسته به جایی که در آن تجارت میکنید ، حضور در وب برای رسیدن به مخاطبان هدف و جذب مشتریان جدید کلیدی است . برای کسب و کار خود یک وب سایت ایجاد کنید و اطمینان حاصل کنید که در سایت های بررسی کسب و کار و نرم افزارهای نقشه تلفن همراه اطلاعات شما ذکر شده است.



تبلیغات: تبلیغات پولی یکی دیگر از راه های ارتقا فروش شما است و میتواند شامل تبلیغات در رسانه های اجتماعی ، رادیو ، تلویزیون ، روزنامه ، مجلات و وب سایت ها یا به صورت چاپی باشد.

رویدادها: رویدادهایی را برای تجارت خود برگزار کنید یا در رویدادهای جامعه خود شرکت کنید تا محصول خود را ارتقا دهید و آگاهی خود را برای کسب و کار خود افزایش دهید.

استخدام مشاور روابط عمومی را برای کمک به ارتقاء شرکت و رویدادهای شرکت کننده در نظر بگیرید. این به شما در ایجاد پوشش رسانه ای و افزایش فروش کمک می کند.



محصول و خدمات خود را درست قیمت گذاری کنید

قیمت گذاری محصول یا خدمات یک عامل اساسی در تعیین موفقیت کسب و کار شما به عنوان یکی از ۴ عنصر (محصول ، قیمت ، مکان ، تبلیغات) مهم است در صورت عدم اطمینان از کاهش یا افزایش قیمت محصول باید چند نکته را در نظر بگیرید:

مشتریان خود را بشناسید: بسته به صنعت شما مشتریان ممکن است انتظارات قیمت مناسبی مربوط به محصولات شما از شما و کسب و کارتان داشته باشند و مهم است که شما توجه داشته باشید مشتریان شما حاضر به چه نوع پرداختی هستند و آن را راهی برای پرداخت در نظر بگیرید.

تحقیقات خود را انجام دهید: قیمت گذاری محصولات نیاز به تحقیق دارد تا مشخص شود رقبای شما بابت چه چیزی هزینه دریافت میکنند و شما باید چگونه قیمت خود را تعیین کنید . شما باید در رقابت با سایر مشاغل باقی بمانید و در عین حال اطمینان حاصل کنید که محصول خود را خیلی پایین قیمت گذاری نمیکنید.

تمرکز بر سود: شما باید عواملی که در هزینه های تولید ، هزینه کارکنان ، بازاریابی و فروش محصولات وجود دارد را تعیین کنید تا مطمئن شوید که تمام هزینه های خود را از فروش تامین کنید.

تدوین استراتژی فروش



بازار را بشناسید: بسیاری از عوامل بازار می توانند بر قیمت محصول شما تأثیر بگذارند ، از جمله ثبات اقتصادی ، روند محصول و سایر شاخص های خارجی. عاقلانه است که بازار را زیر نظر داشته باشید و از هرگونه بی ثباتی جلوگیری کنید تا بتوانید تعدیلات لازم را برای موجودی و نیازهای مشتری انجام دهید. این نوسانات می تواند شامل تغییر قیمت نیروی کار یا مواد اولیه یا افت قیمت یکی از کالاهای اصلی شما باشد.

روش های مختلف قیمت گذاری وجود دارد که می تواند به شما در جذب مشتری و افزایش فروش کمک کند. چند استراتژی قیمت گذاری عبارتند از:



قیمت اضافی: هزینه های خود را محاسبه کنید و آن ها را با نشانه گذاری به قیمت خود اضافه کنید

قیمت رقابتی: قیمت را بر اساس هزینه های رقابت تعیین کنید.

تدوین استراتژی فروش



رهبری ضرر: محصول خود را با قیمتی رقابتی پایین به فروش برسانید تا مشتریانی را جذب کند که ممکن است محصولاتی سودآور تر دیگری را از شما بخرند.

قیمت گذاری ارزش فرد: محصول را با قیمت ۹۹۹ هزار تومان به جای ۱ میلیون تومان بفروشید برخی از مشتریان قیمت های عجیب و غریب را جذاب تر میدانند.

کاهش قیمت: قیمت بالایی تعیین کنید و با تغییر بازار آن را کاهش دهید.

قیمت نفوذ: برای ورود به بازار رقابتی قیمت پایین تری تعیین کنید و بعدا آن را افزایش دهید.

تخفیف دهید

صرف نظر از بودجه یا صنعت شما ، ارائه مجموعه ای از تخفیف ها می تواند راهی عالی برای جذب مشتری و فروش بیشتر باشد. برخی از راه های زیادی که می توانید تخفیف ارائه دهید عبارتند از:

پیشنهادات ویژه ارائه دهید: پیشنهادات زیادی وجود دارد که میتوانید ارائه دهید ، از جمله تخفیف فروش دو به یک یا تخفیف فروش یک به یک و یا هدایای رایگان.

تدوین استراتژی فروش



محصولات خود را بسته بندی کنید: میتوانید چندین محصول را با هم برای یک قیمت واحد بسته بندی کنید تا راحتی و ارزش افزوده به مشتریان ارائه شود.

توزیع کوپن: کوپن ها میتوانند به شکل های مختلف از جمله کوپن های ایمیلی ، پیشنهادات کوپن یا دعوت های اختصاصی ارائه شوند.

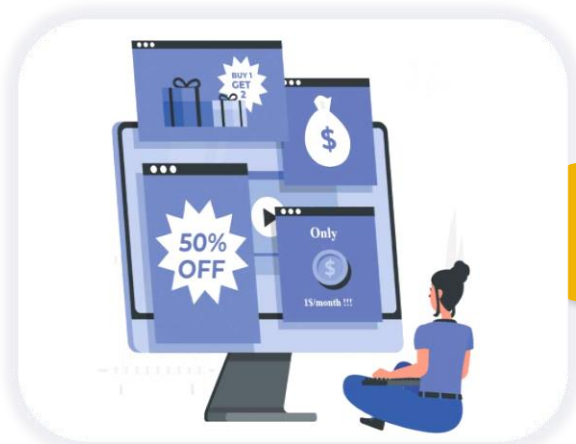
کاهش هزینه های سربار

یکی دیگر از روش های افزایش سود این است که بر هزینه های مدیریت خود تمرکز کنید . ساده سازی هزینه های سربار و تثبیت جریان نقدینگی می تواند تاثیر بسزایی در سود نهایی شما داشته باشد . شاید تعجب کنید که چقدر می توانید هزینه های روزانه خود را کاهش دهید، که می تواند به مرور زمان به میزان قابل توجهی افزایش یابد.

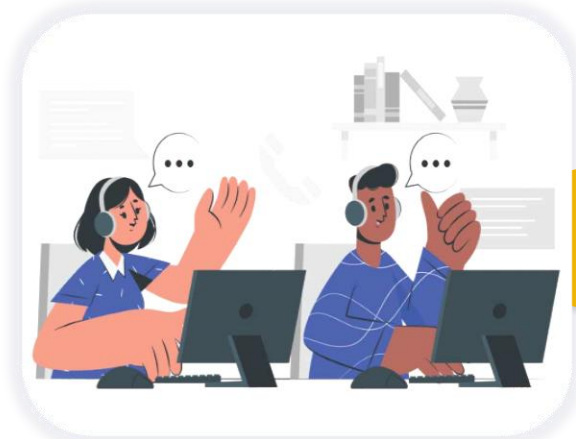
تدوین استراتژی فروش



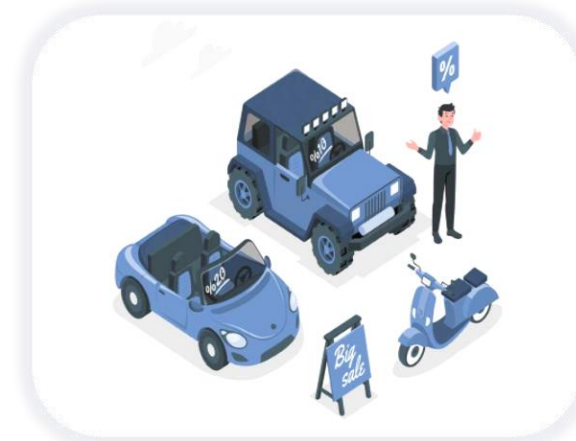
بیشتر بخوانید ...



۶ اصل اساسی روانشناسی فروش



۵ نکته مهم در فروش تلفنی



۹ تکنیک اصلی فروش