تجنّبوا النصائح السيئة عبر الإنترنت

◄إلى أي مدى نستطيع أن نثق بما نقرأه عن المبيعات على الإنترنت؟

لقد غيّر الإنترنت أسلوب البيع لدى الكثيرين، فقبل ست أو سبع سنوات، مَن منا كان يتخيل مدى سهولة الحصول على أهم معلومات البيع اليومية؟ هل تقومون بالبحث عن شركة ما؟ بإمكانكم الآن أن تتحقّقوا من موقعها الإلكتروني بسهولة. هل تحتاجون إلى عناوين زبائن عمل محتَملين؟ يمكن لعشرات المواقع أن ترشدكم إلى الشركات والزبائن الجدد للاتصال بهم. هل تحتاجون إلى نصائح تساعدكم على تحسين أساليبكم في البيع؟ المئات من خبراء البيع المستقلّين هم على بُعد نقرة منكم.

الحقيقة أنّ هنا هو المكان الذي ستقعون فيه بالمشاكل. فالكثير من مدّعي علم التسويق يُسَخّرون مواقعهم على الإنترنت لنشر نصائح نخرّب بناء العلاقة مع زبونكم المحتمل، لاحظوا النصائح التالية:

نصيحة سيئة: لا تتعاملوا مع الزبون المحتمل لوضع خطة منطقية، بل عوضاً عن ذلك، استخدموا أساليب الضغط. قمنا بتفقّد موقع إلكتروني يحثّ موظفي المبيعات على طرح السؤال التالي عندما يكونون على اتصال وجهاً لوجه مع زبون متردّد: "والآن، ألا توافقنا الرأي أنّ هذا المنتج بإمكانه أن يساعدك أو يكون ذا نفع لك؟". هذا مزعج حقاً. فالأسلوب الأفضل للتعامل يمكن أن يكون بطرح السؤال على النحو التالي: "ما هو الشيء الذي تريد إنجازه بالضبط في هذا المجال؟".

نصيحة سيئة: اكتشف ما يشكو منه الزبون: تنصح عدة مواقع إلكترونية موظفي المبيعات بطرح أسئلة موحية تدفع الزبائن المحتملين إلى البوح بمدى انزعاجهم من البائع الحالي الذي يتعاملون معه. ومن هذه الأسئلة: "هل تقلق دائماً بشأن تعاملك معه...؟" و"إلى أي مدى يضعك هذا الأمر في موقف محير/حرج؟". الأصح أنّه بدلاً من محاولة إيجاد سبب معاناة الزبون مع البائع الذي يتعامل معه – والتي قد لا تكون موجودة أصلاً – يجب على موظفي المبيعات التركيز على ما يحاول الزبائن المحتملين أن يفعلوا بالفعل.

نصيحة سيئة: كن جاهزاً دائماً لحسم الصفقة. ظهر هذا القول بمثابة نصيحة "بناءة" وذلك على

أكثر من موقع إلكتروني للمبيعات قمنا بتصفّحها، وكذلك ظهر عدد من حيل الحسم الملتوية والتي سرعان ما تقضي على التواصل الجيد مع الزبون. لكن النصيحة العملية هي: "قوموا بطرح الأسئلة بشكل دائم". وكنتيجة لمرحلة جمع المعلومات بشكل معمّق – والتي ينبغي أن تشغل خمسة وسبعين بالمئة من أي عملية بيع – يمكنكم اقتراح خطة تبدو منطقية للطرف المقابل. ثم تختمون بالسؤال التالي: "يبدو لي أمر منطقياً – ألا توافقني الرأي؟".

الخلاصة: من السهل جدّاً إنشاء موقع إلكتروني. ولأنّ هذه المواقع كثيرة من الصعب إيجاد موقع يحتوي معلومات موثوقة ومفيدة للعاملين في مجال المبيعات. مارسوا الحِرص في تقبّلكم للنصائح التي تتلقونها عبر الإنترنت.►

المصدر: كتاب 25 مهارة في التسويق لا يعلّمك إياها أحد