

## مهارات الإقناع في البيع



لا يقوم الزبائن عادة بالشراء بسبب مزايا المنتج، بل يقومون بالشراء بسبب فهمهم لبعض منافع تلك المزايا.

لسوء الحظ معظم رسائل التسويق والمبيعات تتحدى<sup>١</sup> عن المزايا وتترك الزبائن يحاول بنفسه اكتشاف ماذا يستفيد من تلك المزايا. وأنا<sup>٢</sup> أطلب من زبوني أن يقوم بأعمالك المعقّلة بدلاً منك.

ستكسب المزيد من الزبائن، وبسرعة أكبر، إذا بيدت<sup>٣</sup> المنافع من استخدام منتجك بدلاً من الميزات التي يحتويها المنتج.

وفيما يلي ستر قواعد لعمل ذلك. استناداً إلى محادثتي مع واحد من مستشاري المبيعات المفضلين (لدي، باري راين) :

١- اعرف الفرق بين المنفعة والميزة

الميزة: هي الشيء الذي يُعرّف بماهية المنتج أو الخدمة المقدّمة للمنتج.

المنفعة: هي الشيء الذي يعني الزبون أو الخدمة التي تعني الزبون. كمثال:

\* خطأ: هذه السيّارة تحتوي على سقف آمن للغابات الماطرة. ( ميزة)

\* ص: هذه السيّارة تبقى عائلتك بأمان. ( منفعة)

2- استخدم لغة ثرية ولكن مفهومة

سيتذكّر الزبائن المنفعة لمدّة أطول وبشكل أسهل إذا شرحت لهم باستخدام كلمات سهلة وقوية تثير العاطفة وهذا ما يُعرف بـ(فن الالقناع).

مثال:

\* خطأ: هذا السقف يوفّر الحماية في حالة حوادث الانقلاب.

\* صح: إذا انقلبت هذه السيّارة فهناك فرصة كبيرة أن تخرج من غير أذى.

3- تجنب الكلمات الرنانة الخالية من المعنى والمصطلحات

لا شيء يصفي المنفعة من العاطفة أكثر من استخدام كليشيهات الأعمال المتعبة أو المصطلحات الفنّية بشكل مفرط.

مثال:

\* خطأ: الإنجاز الممتن للبروتوكول 80210.

\* صح: يمكنك الاتصال عملياً بأي مكان.

4- ابق لائحة المنافع قصيرة

يستطيع معظم الناس أن يحتفظوا بفكريتين أو ثلاثة في ذاكرتهم المؤقتة في المرّة الواحدة. فلواج المنافع الطويلة ستتسرب بالإرباك فقط.

مثال:

\* خطأ: ها هي المنافع العشرة الأولى لاستخدام منتجنا.

\* صح: الأمران الأكثر أهمية للتذكر، هما...

5- اكد على ما هو فريد لك ولشركتك

قد تقنق المنافع العامّة لمنتجك الزيتون بالشراء...؛ لكن ليس بالضرورة أن تستخدم المنافع التي تميزك عن منافسيك!

مثال:

\* خطأ: برمجياً تنا يجعلك أكثر إنتاجية.

\* صح: سجّل زبائننا انخفاضاً وسطياً مقداره 30% في النفقات، وهو تقريباً ضعف المتوسط الصناعي.

## 6- اجعل منافعك واقعية ومحدّدة

يتغافل الزبائن المนาفع النظرية والمشروحة باستخدام أحوال وصفات غير واضحة. المนาفع الواقعية والمحدّدة مقنعة أكثر وتبقى في الذهن.

مثال:

\* خطأ: يمكننا تخفيف تكاليف الجرد بشكل جذري.

\* صح: نحن نخفض تكاليف الجرد 25% بشكل وسطي.►