

اصل 1: دو دلیل اصلی خرید یا عدم خرید میل به سود بردن و ترس از ضرر کردن است.

اصل 2: مردم احساسی تصمیم می‌گیرند و بعد با منطق این تصمیم را توجیه می‌کنند.

اصل 3: برای مشتری مهم نیست که کالای شما چیست و چه گونه است برای او مهم این است که کالای شما چه کاری برای او انجام می‌دهد.

اصل 4: فروش حرفه‌ای با تحلیل نیازها شروع می‌شود.

اصل 5: اشخاص به دلایل خود از شما خرید می‌کنند نه به دلایل شما. اصل 6: مشتری احتمالی، تنها زمانی از شما خرید می‌کند که بداند دوست او هستیید و منافعی را رعایت می‌کنید.

اصل 7: مشتریان معمولاً روی پیشنهاد شما فکر نمی‌کنند، به محض اینکه از دفتر یا محل کار مشتری بالقوه بیرون می‌روید او حتی فراموش می‌کند کسی مثل شما در این دنیا زندگی می‌کند.

اصل 8: هرگز انتظار نداشته باشید مشتریان به شما زنگ بزنند.

اصل 9: جواب نه مشتری احتمالی، جواب رد به شخص شما نیست. مقاومت اولیه در برابر فروش هم مقاومت در برابر شما نیست.

اصل 10: وقتی مشتری شما را ملاقات می‌کند، اولین سوالی که به ذهنش می‌رسد اما آن را به زبان نمی‌آورد این است: «آیا به من توجه و علاقه داری؟» اگر در چند دقیقه اول، به این سوال جواب آری ندهید، مشتری به سرعت علاقه‌اش را برای تجارت با شما از دست می‌دهد.

اصل 11: 80 درصد فروش‌ها قبل از 5 جلسه پیگیری قطعی نمی‌شوند و تنها 10 درصد فروشندگان برای قطعی کردن فروش بیش از 5 بار تماس می‌گیرند بیش از 50 درصد از فروشندگان بعد از یک بار تماس از خیر فروش می‌گذرند.

اصل 12: وقتی کسی به شما جواب نه می‌دهد، به شما به عنوان یک شخص جواب نه نمی‌دهد، بلکه به پیشنهاد یا ارائه قیمت شما جواب نه می‌دهد.

اصل 13: اگر جواب "نه" را شخصی تلقی کنید به این نتیجه می‌رسید که احتمالاً اشکالی در شما وجود دارد و یا به این نتیجه می‌رسید که گناه به گردن محصول یا شرکت شماست. وقتی این گونه فکر می‌کنید، به زودی مایوس می‌شوید، اشتیاق خود را به فروش از دست می‌دهید.

اصل 14: روش دیگری که فروشندگان می‌خواهند از امکان شکست خوردن اجتناب کنند این است که به لحاظ جغرافیایی حیطه فعالیت خود را وسیع می‌کنند. این فروشندگان ابتدا با یک سمت شهر تماس تلفنی برقرار می‌کنند و تلفن بعدی را بعد از ظهر به سمت دیگر شهر می‌زنند، این کار سبب می‌شود که مدت حرکت آن‌ها در اتومبیل افزایش یابد. فروشندگان و انمود می‌کنند که دارد کار می‌کند و این در حالی است که وقت را می‌گذرد.

اصل 15: وظیفه شما به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای این است که دوستی دیگر را برای خود بخرید. باید به مشتریان خود ثابت کنید که به آنها توجه دارید و برای آنها بهترین‌ها را طلب کنید.

اصل 16: 80 درصد تماس برای فروش، با جواب نه روبه‌رو می‌شود که این هزاران دلیل متفاوت دارد. این بدان معنا نیست که اشکالی در کار فروشنده یا کالای مورد فروش وجود دارد. اشخاص از آن جهت نه می‌گویند زیرا به خرید کالای مورد

نظر احتیاج ندارند ، آن را نمی خواهند ، نمی توانند از آن استفاده کنند ، توان پرداخت پولش را ندارند ، دلایل دیگری هم می تواند در کار باشد.

اصل 17 : در جریان یک بررسی که چند سال قبل در دانشگاه کلمبیا صورت گرفت معلوم شد که فروشندگان روزانه یک ساعت و نیم کار می کنند. چرا فروشندگان تا این اندازه کم کار می کنند؟ چرا تا این اندازه از روبه رو شدن با مشتری طفره می روند؟ جواب ساده ای دارد : ترس از رد شدن. ترس از رد شدن در حکم یک " ترمز " در ضمیر نا خود آگاه است که اشخاص را عقب نگه می دارد.

اصل 18 : به جای اینکه با بیان خصوصیات و فواید محصولات مشتری را کلافه کنید ، تلاش کنید موقعیت مشتری را درک کنید و به این توجه کنید که چگونه می توانید به بهترین شکل به او کمک کنید و نیازش را بر آورده سازید.

اصل 19 : رابطه مستقیمی میان تصویر ذهنی شما (مجموعه باورهایی که در باره خود دارید) و عملکرد و اثر بخشی شما وجود دارد.

اصل 20 : در کار هر فروشی 2 مانع وجود دارد. این هر دو مانع ، ذهنی هستند این ها عبارتند از ترس از شکست ، ترس از رد شدن و مورد بی اعتنایی قرار گرفتن.

اصل 21 : ترس از شکست در ذهن مشتری یکی از موانع مهم بر سر راه خرید کردن است. بنابراین در مشتری ایجاد اعتماد کنید و از ترس و تردید او بکاهید.

منبع: کتاب روانشناسی فروش از برایان تریسی ترجمه مهدی قراچه داغی