

العقل والتسويق

منصة العقل والتسويق

19

تكتيك إقناع في المبيعات

كيف يقول زبونك «نعم»...
بسعرك أنت، وبدون ضغط

حسن محمد

العقل والتسويق

دليل مجاني

لماذا يقول الزبون «سأفكر»... ويختفي؟

خدمتك ممتازة.

سعرك عادل.

ومع ذلك... الزبون يقول «غالي» أو «سأفكر».

المشكلة ليست في الخدمة.

المشكلة في الكلام الذي قبل السعر.

في هذا الدليل 19 أداة من علم النفس وعلم التفاوض.

مكتوبة لمن يبيع خدمة: طبيب، مدرب، مستشار، صاحب مركز،
وفريق مبيعات.

كل أداة فيها: الفكرة، ومثال، وتجربة لليوم.

أداة واحدة كل يوم

لا تقرأ الدليل كله مرة واحدة.

اختر أداة واحدة كل يوم.

جربها مع أول زبون... أو أول رسالة واتساب.

وسجّل النتيجة.

بعد 19 يوماً... ستبيع بطريقة مختلفة تماماً.

الأدوات

1. «لأن» قبل السعر
2. المرأة
3. سمّ شعور الزبون
4. أسئلة «ما» و«كيف»
5. رسالة «لا» للزبون الغائب
6. خياران أو ثلاثة فقط
7. المرساة
8. الكبير ثم الصغير
9. قل الاعتراض قبله
10. «كيف تريدني أن أفعل ذلك؟»
11. الصمت بعد السعر
12. اسم الزبون
13. «أغلب زبائننا...»
14. الندرة الحقيقية
15. أعط قبل أن تطلب
16. أضف بدل أن تخصم
17. يع النتيجة، لا الخدمة
18. خطوة صغيرة أولاً
19. لخص حتى يقول «صحيح»

«لأن» قبل السعر

الزبون يقبل السعر أكثر عندما يسمع السبب.

مثال

بدلاً من

«سعر الباقية 300».

قل

«سعر الباقية 300، لأنها تشمل متابعة 3 أشهر».

العلم وراءها: تجربة إلين لانجر (1978): ارتفعت الموافقة من 60% إلى 94% عند إضافة سبب.

جربها اليوم

أضف «لأن» بعد كل سعر تقوله اليوم.

المرأة

كرّر آخر كلمتين قالهما الزبون... بنبرة سؤال.
سيشرح لك ما يقلقه فعلاً.

مثال

الزبون

«أخشى ألا تنفعني».

أنت

«ألا تنفعك؟»... ثم اسكت واسمع.

العلم وراءها: كريس فوس، مفاوض الـ FBI السابق، «لا تساوّم أبداً».

جربها اليوم

استعمل المرأة مع أول اعتراض تسمعه اليوم.

سَمُّ شعور الزبون

الزبون المتردد عنده شعور... لا يقوله.
قله أنت، فيشعر أنك فهمته.

مثال

قل

«يبدو أنك جرّبت قبل ذلك ولم تحصل على نتيجة».

أو

«يبدو أن السعر يقلقك أكثر من الخدمة».

العلم وراءها: دراسة جامعة (2007) UCLA: تسمية المشاعر تخفّف نشاط مركز الخوف في الدماغ.

جرّبها اليوم

سَمُّ شعور زبون واحد قبل أن ترد عليه.

أسئلة «ما» و«كيف»

السؤال المغلق ينتهي بـ«لا».

السؤال المفتوح يجعل الزبون يبيع نفسه.

مثال

بدلاً من

«هل تريد الاشتراك؟»

قل

«ما أكثر شيء يهتمك في هذه الخدمة؟»

جربها اليوم

اكتب 3 أسئلة مفتوحة واستعملها اليوم.

رسالة «لا» للزيون الغائب

الزيون الذي قال «سأفكر» واختفى...
أرسل له سؤالاً جوابه «لا».

مثال

أرسل

«هل صرفت النظر عن الموضوع؟»

غالباً يريد

«لا، لكن...» ويرجع الحديث.

العلم وراءها: كريس فوس، «لا تساوم أبداً».

جربها اليوم

أرسل هذه الرسالة لثلاثة زبائن غائبين اليوم.

خياران أو ثلاثة فقط

كثرة الخيارات تجعل الزبون يتحير... فيؤجل.

مثال

بدلاً من

قائمة فيها 10 باقات.

اعرض

3 باقات فقط: أساسية، متوسطة، كاملة.

العلم وراءها: تجربة المربي (2000): 24 نوعاً = 3% اشترى. 6 أنواع = 30% اشترى.

جربها اليوم

اختصر عرضك إلى 3 خيارات.

المرساة

أول رقم يسمعه الزبون... يقيس عليه كل شيء.

مثال

اعرض أولاً

الباقية الكاملة: 900.

ثم

الباقية المتوسطة: 500... تبدو الآن معقولة جداً.

العلم وراءها: دراسة آريلي وزملائه (2003): رقم عشوائي غيّر ما يدفعه الناس بشكل كبير.

جربها اليوم

ابدأ عرضك اليوم بالباقية الأعلى.

الكبير ثم الصغير

إذا رفض الزبون العرض الكبير...
يصبح العرض الأصغر بعده سهل القبول.

مثال

أولاً

«البرنامج الكامل 12 جلسة».

بعد الرفض

«نبدأ بـ 6 جلسات؟»

العلم وراءها: تجربة روبرت تشالديني (1975): ارتفعت الموافقة من 17% إلى 50%.

جربها اليوم

جّهز عرضاً أصغر لكل عرض كبير.

قل الاعتراض قبله

قل أسوأ ما يفكر فيه الزبون... قبل أن يقوله.
فيصبح هو من يدافع عنك.

مثال

قبل السعر

«قد تشعر أن السعر أعلى من غيرنا... وقد تسأل:
لماذا أدفع أكثر؟»

العلم وراءها: كريس فوس يسميها «تدقيق الاتهامات».

جربها اليوم

اكتب أكثر 3 اعتراضات تسمعها... وابدأ بها.

«كيف تريدني أن أفعل ذلك؟»

عندما يطلب الزبون خصماً... لا ترفض، ولا تنزل.
اسأله سؤالاً يجعله يفكر في مشكلتك.

مثال

الزبون

«نزل السعر».

أنت

«كيف تريدني أن أفعل ذلك... وأحافظ على نفس الجودة؟»

العلم وراءها: كريس فوس يسميه «السؤال المعاير».

جربها اليوم

استعمل هذا السؤال مع أول طلب خصم.

الصمت بعد السعر

قلت السعر؟ اسكت.
من يتكلم أولاً بعد السعر... غالباً هو من يتنازل.

مثال

قل

«سعر البرنامج 500».

ثم

اصمت. لا تبرز. لا تعرض خصماً.

جربها اليوم

عُدّ إلى خمسة في سرك بعد كل سعر.

اسم الزبون

اسم الإنسان أحب كلمة إلى أذنه.
لكن لا تكثر منه.

مثال

قل

«يا أحمد، هذه الباقية مناسبة لك لأن...»

القاعدة

مرتين أو ثلاث في المكالمة.

العلم وراءها: دراسة دماغية (2006): سماع اسمك ينشط مناطق خاصة في الدماغ.

جربها اليوم

اكتب اسم الزبون في أول ردك على الواتساب.

«أغلب زبائننا...»

الإنسان يتبع ما يفعله الآخرون.
قلها فقط إذا كانت صحيحة.

مثال

بدلاً من

«خدمتنا ممتازة».

قل

«أغلب زبائننا يختارون هذه الباقة».

العلم وراءها: تجربة مناشف الفندق (2008): ارتفعت الاستجابة 26% بجملة «أغلب الزلاء...».

جربها اليوم

اعرف أكثر باقة يختارها زبائنك... واذكرها.

الندرة الحقيقية

الشيء القليل يبدو أغلى في عيون الناس.
لكن الندرة الكاذبة تحرق سمعتك.

مثال

قل (إذا كان صحيحاً)

«أستقبل 10 حالات فقط هذا الشهر... بقي 3».

العلم وراءها: تجربة البسكويت (1975): قيّم الناس البسكويت القليل أطيب من نفس البسكويت الكثير.

جربها اليوم

اجعل عرضك محدوداً فعلاً: عدد أو موعد.

أعطِ قبل أن تطلب

الناس يردّون الجميل.
أعطِ الزبون شيئاً مفيداً... قبل أن تعرض عليه.

مثال

أمثلة

تحليل مجاني. نصيحة مكتوبة. خطة صغيرة
باسمه.

العلم وراعاها: تجربة الحلوى في المطاعم (2002): ارتفعت الإكرامية 23% مع لفطة شخصية.

جربها اليوم

جّهز هدية صغيرة مفيدة لكل زبون جديد.

أضف بدل أن تخضع

كل خصم يأكل من ربحك... ومن احترام الزبون لك.

مثال

الحساب

خدمتك 100، تكلفتها 70، ربحك 30.

بعد خصم 10%

ربحك 20... تحتاج أن تباع 50% أكثر لتعوّض!

بدلاً من الخصم

أضف جلسة متابعة أو هدية.

جربها اليوم

لا تعطِ خصماً هذا الأسبوع... أضف قيمة فقط.

بع النتيجة، لا الخدمة

الزبون لا يشتري خدماتك.
يشتري الشخص الذي سيصبح بعدها.

مثال

بدلاً من

«10 جلسات تدريب».

قل

«بعد 10 أسابيع ستلبس ملابسك القديمة...
بثقة».

جربها اليوم

أعد كتابة وصف خدمتك بلغة النتيجة.

خطوة صغيرة أولاً

لا تطلب الشراء في أول رسالة.
اطلب خطوة صغيرة... والشراء يأتي بعدها.

مثال

بدلاً من

«ادفع واحجز الآن».

قل

«نبدأ باستشارة 10 دقائق مجانية؟»

العلم وراءها: فريدمان وفريزر (1966): ارتفعت الموافقة من 17% إلى 76% بعد طلب صغير أولاً.

جربها اليوم

حدّد الخطوة الصغيرة الأولى لزبونك.

لخص حتى يقول «صحيح»

قبل أن تعرض... لخص حاجة الزبون بكلماتك.
عندما يقول «صحيح تماماً»... أصبح جاهزاً للعرض.

مثال

قل

«إذن تريد زبائن أكثر، بدون أن تخفّض سعرك،
وبدون وقت إضافي... صحيح؟»

العلم وراءها: كريس فوس يسميها لحظة «هذا صحيح».

جربها اليوم

لا تعرض سعرك قبل أن تسمع «صحيح».

هذه 19 أداة... والبيع فن أكبر

جربت أداة مع زبون؟ رأيت الفرق؟

تخيل لو صار الإقناع طبعاً فيك وفي فريقك:

- تعرض سعرِكَ وأنت مرتاح... والزبون يحترمكَ كخير.
- «سأفكر» تتحول إلى «كيف أدفع؟».
- فريق يغلق البيع... بدون أن ترجع له.

هذا ما يصنعه

دبلوم فنون الإقناع والتفاوض في المبيعات

3 جلسات مباشرة مع حسن محمد.

جلسة رابعة هدية: «شفرة ألوان العقل» لتفهم كل زبون حسب لونه.

الدفعة الأولى تبدأ منتصف نوفمبر... والمقاعد محدودة.

ورشة مجانية مباشرة كل جمعة: «لا تعط خصماً: كيف تبيع بسعرِكَ»

للتفاصيل والتسجيل راسلنا على واتساب

+964 780 020 1098

العقل والتسويق

منصة العقل والتسويق

الكلمة الصحيحة... في الوقت الصحيح...
تفتح الأبواب.

حسن محمد • العقل والتسويق

hasanalobaide.com

+964 780 020 1098