



خیلی وقت بود يك كيف چرمی زیبا چشم مرا گرفته بود. بالاخره پس از مدت‌ها انتظار توانستم پول خرید آن را جور کنم. به فروشگاه رفتم و کیف را از فروشنده گرفتم. همین طور که به آن نگاه می‌کردم، کارت بانکی‌ام را به فروشنده دادم. فروشنده زیر چشمی نگاهی به کارت کرد و گفت: «قابل شما را نداشتم آقای کمال...». اولش کمی جا خوردم! ایشان چطور فامیل من را می‌دانند؟ خیلی زود متوجه شدم از روی کارت بانکی فامیل مرا خوانده است. هر چند که رفتار فروشنده کار خیلی پیچیده‌ای نبود، اما برای من، به‌عنوان خریدار، کار بسیار دل‌چسپی بود. شاید اگر روزی قرار باشد کیف دیگری بخرم، دوباره به همین فروشنده مراجعه کنم!

برخی از کسب‌وکارها به صورت غیرمستقیم با خریدار کالا یا خدمات مرتبط



← به صدای احساس مشتری گوش کنید

گاهی ممکن است مشتری در ظاهر از محصولی که خرید کرده است راضی باشد، اما اگر خوب به صدای احساس او گوش دهید، متوجه خواهید شد صددرصد هم از خرید خود راضی نیست. برای مثال، فرض کنید فردی به شما سفارش طراحی نماد داده است. شما نیز طبق سفارش وی، نماد را طراحی کرده‌اید. اما ممکن است فرد سفارش دهنده، از محصول شما چندان هم راضی نشده باشد. برای همین لازم است به مشتریان به‌طور کامل توجه کنید تا متوجه شوید آیا به صورت کامل از این محصول راضی هستند و اگر راضی نیستند، دلیل ناراضی‌تبی آن‌ها چیست؟ توجه کردن به احساس مشتری می‌تواند شما را به سمت کشف تقاضای بازار هم‌راهنمایی کند. یعنی برای شما مشخص کند بیشتر مخاطبان به چه نوع کارهایی جذب می‌شوند.



← محصول خود را به‌طور کامل بشناسید

لازم است شما به‌عنوان فروشنده به‌طور کامل از محصول خود شناخت داشته باشید. برای مثال، در صورتی که شما طراح و تولیدکننده کیف هستید، باید در جریان باشید که مثلاً آیا کیف شما قابلیت شستشو دارد؟ برای شستن آن از کدام مواد شیمیایی می‌توان استفاده کرد؟ آیا این کیف می‌تواند برای لوازم الکترونیکی داخل آن، مانند تبلت، محافظ خوبی باشد؟ دانستن این نکات مستلزم آن است که شناخت کامل و دقیقی از محصول تولیدی‌تان داشته باشید. در صورتی که به هر یک از این سؤالات یا سؤالات مشابه پاسخ اشتباه دهید، ممکن است مشتریان خود را فقط برای یک بار در طول دوره کسب‌وکار خود ملاقات کنید.



← آرامش خود را حفظ کنید

بسیاری مواقع ممکن است با افرادی مواجه شوید که از چیزی رنجیده‌خاطر شده‌اند و این رنجش خود را در مواجهه با شما تخلیه می‌کنند. یا حتی ممکن است خود شما روز پر اضطرابی را سپری کرده باشید و این اضطراب، شما را نسبت به کوچک‌ترین اتفاق ناگوار حساس کند. چیزی که در این موارد بسیار مهم است، حفظ آرامش است. حتی در مواردی که مشتریان شما عصبانی هستند و به اشتباه ادعای غلطی نسبت به محصول شما دارند، لازم است آرامشتان را حفظ کنید و با خونسردی تمام، پس از گوش کردن به صحبت‌های خریدار، وی را به آرامی توجیه کنید.

لطفاً!



← مهارت‌های کلامی را یاد بگیرید

انتخاب واژه‌های مناسب برای برقراری ارتباط با مشتری می‌تواند تأثیر خوبی داشته باشد. مثال بسیار معروف در این زمینه را حتماً شنیده‌اید؛ بفرمایید و بنشینید، یا واژه‌های مشابه آن‌ها، همگی در ظاهر به یک معنا هستند، اما تأثیر روانی متفاوتی دارند. حتی لحن شما هنگام صحبت کردن هم می‌تواند اثرگذار باشد. برای مثال، وقتی نکته‌ای را با لحنی لطیف می‌گویید، اثرگذاری بیشتری خواهد داشت.

هستند، اما برخی دیگر غیر مستقیم با مشتریان مرتبط می‌شوند. برای مثال، کسی که محصولات هنری مانند اثری گرافیکی یا خطاطی تولید می‌کند، معمولاً به صورت مستقیم با افراد در ارتباط است. ارتباط مستقیم با مشتریان مانند تیغی دولبه است؛ یعنی همان‌طور که می‌تواند تهدید محسوب شود، می‌تواند فرصت نیز باشد. برای مثال، اخلاق خوب شما به‌عنوان فروشنده، هنگام تعامل با مشتری می‌تواند تضمین‌کنندهٔ مراجعهٔ بعدی خریدار به شما باشد. در مقابل، اندکی ترش‌رویی ممکن است باعث شود مشتری بالقوهٔ خود را از دست بدهید. برای برقراری ارتباط مؤثر با مشتری، بهتر است نکاتی را در نظر داشت. در ادامه برخی از این موارد خواهد آمد.

← زبان بدن را یاد بگیرید

فرض کنید فردی به شما سفارش طراحی و دوخت لباسی را داده است. هنگام تحویل لباس متوجه می‌شوید سفارش‌دهنده از این دوخت راضی نیست. متأسفانه با توجه به بریده‌شدن پارچه، امکان تغییر آن نیز وجود ندارد. ممکن است شما در این لحظه ابروهای خود را در هم بکشید و در حالی که دست به سینه هستید، از او معذرت‌خواهی کنید. هرچند شما در ظاهر معذرت‌خواهی کرده‌اید، اما بدن شما چیز دیگری به مشتری می‌گوید. به همین دلیل لازم است به زبان بدن و پیام‌های آن آشنا باشید تا وقتی پیامی را به زبان می‌آورید، بدن شما هم همان نظر را داشته باشد و به مخاطب نشان دهد.



← نسبت به شکایات خوش‌بین باشید

فرض کنید محصول تولیدی شما ایراد کوچکی دارد، ولی شما متوجه آن نشده‌اید و از این محصول تعداد زیادی تولید کرده و فروخته‌اید. افرادی که این محصول را خریده‌اند، از آن راضی نیستند و ممکن است در آینده از شما خرید نکنند. حال تصور کنید اولین فردی که این محصول را از شما خریده است، در همان روزهای اول و قبل از اینکه افراد بیشتری از شما خرید کنند، از محصول شما انتقاد و این ایراد را به شما گوشزد کند. در چنین شرایطی، حتی اگر این انتقاد با بداخلاقی خریدار همراه باشد، ارزش دارد، زیرا می‌تواند جلوی ضررهای بعدی را بگیرد. برای همین لازم است نسبت به انتقادات و شکایات خوش‌بین باشید.

در این متن برای آشنایی شما با اهمیت ارتباط مؤثر با مشتری، چند نکته را آوردیم. بهترین شاخص ارتباط با مشتری این است که خود را جای او بگذارید و از خود پرسید اگر شما جای مشتری بودید، دوست داشتید چگونه با شما رفتار شود؟

× حقوق‌کار ×

خيار در معامله

به حق به‌هم‌زدن معامله از سوی طرفین «خيار» گفته می‌شود. بر طبق این حق، خریدار و فروشنده می‌توانند در بازه حالت و شرایط، قراردادشان را بر هم بزنند.