

نمی‌فروشم تا سازمانم را حفظ کنم!

ما هر روزه در حال خرید و فروش چیزهای مختلفی هستیم، حتی آن‌ها که می‌گویند از فروش فراریند! همه ما در برخوردهای روزانه، ارتباط می‌خریم و می‌فروشیم. بعضی از ما ذاتا فروشندگان خوبی هستیم و برخی دیگر که در این حوزه احساس ضعف می‌کنیم، با شرکت در کلاس‌های مختلف، یاد می‌گیریم که چگونه فروشنده خوبی باشیم. اما در مورد خرید شرایط فرق می‌کند چون اغلب فکر می‌کنیم خرید که هنر نیست.

از نظر من اتفاقا خرید هنریست که آموزش هم می‌خواهد اما کمتر کلاسی پیدا می‌شود که ویژگی‌های یک خریدار خوب را به ما بیاموزد. خریدار خوب می‌داند چگونه انتخاب کند، خریدار خوب می‌داند چگونه درخواست خود را مطرح کند، او می‌داند مذاکره را تا کجا ادامه دهد، و می‌داند که در صورت قبول تعهدی باید آن را به انجام برساند.

در مقابل، خریدار بد تحت تاثیر فروشنده قرار می‌گیرد، او احتمالا درخواست واضح و شفاف در ذهن ندارد که مطرح کند و طبیعتا نتیجه‌ی خاصی را در مذاکره دنبال نمی‌کند. این افراد در حین فرآیند خرید، در نقطه‌ای احساس می‌کنند که مغبون شده‌اند، بعد از این نقطه اینها به آدمهای خطرناکی تبدیل می‌شوند.

در اینجاست که سعی می‌کنند تا آن‌جا که احساس پیروزی حاصل شود، به مذاکره ادامه دهند و هر درخواستی را بدون توجه به منطق آن مطرح کنند. آن‌ها آن‌قدر پیش می‌روند که یا فروشنده پیشنهاد خود را پس بگیرد یا مطابق میل آن‌ها پیشنهادشان را اصلاح کنند. مساله ناگوارتر این است که گاهی در نهان به این نتیجه می‌رسند که توافق حاصل شده چون از طرف فروشنده به آنها تحمیل شده، الزام عمل به تعهدات را ندارند.

در این حالت فروشندگان حرفه‌ای می‌دانند چگونه مذاکره را پایان دهند که هم باعث رنجش نشوند و هم زمان خود را بیهوده هدر ندهند. اما تازه کارها که هر جنبه‌ای را مشتری می‌دانند و اگر محصول خود را به همه آنها نفروشنند احساس ناتوانی می‌کنند، با خود یک بپ ساعتی را به درون شرکت می‌آورند.

مشتریان بد نمی‌دانند اگر به تعهدات خود عمل نکنند، با تضعیف جایگاه فروشنده عملا خود را از بهره‌مندی از محصولات و خدمات آتی او محروم کرده و پس از مدتی در بازار به عنوان تخریب‌چی شناسایی شده و رفته رفته هیچ کس با آن‌ها کار نخواهد کرد.

تفکر سیستمی بیان می‌کند که هر موضوعی باید با توجه به بازه زمانی تحلیل شود و مشتریان بد در حقیقت تفکر سیستمی را درک نکرده‌اند. از این رو در بلند مدت نه تنها به دیگران آسیب می‌زنند، بلکه با محدود کردن گزینه‌های تامین محصولات مورد نیازشان، خود را از بازار رقابتی دور می‌سازند.

نوشته: آرش شارق

کانال تلگرام: <https://telegram.me/DrCRM>



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=13074>