

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت

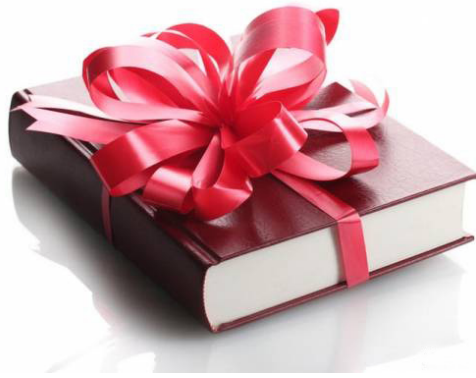
نویسنده: سید محمد مصطفوی



سرشناسه: سید محمد مصطفوی
عنوان و پدید آور: خلاقیت در فروش تا خلق ثروت
مشخصات نشر: شیراز، وبسایت آموزش حرفه ای
فروش
مشخصات ظاهری: ۳۱ ص: تصویر
موضوع: خلاقیت
موضوع: فروش

توضیحات: با خواندن این کتاب راه های خلاقانه ای
را می آموزید که با افزایش فروش خود در کمترین
زمان ممکن به ثروتی که شایسته ی آن هستید می
رسید

کتاب: خلاقیت در فروش تا خلق ثروت
نویسنده: سید محمد مصطفوی
ویراستار و طراح: الهام مصطفوی
قطع: وزیری
تاریخ نشر: مرداد ماه ۱۳۹۷
صفحات: ۳۱ صفحه
قیمت: ۳۷۰۰ تومان



دوست عزیز سلام

نمونه‌ی پرداخت هزینه‌ی کتاب
به اشتراک گذاشتن آن با حداقل
یک نفر است
متشکره

فهرست

۵	مقدمه
۶	تفاوت های افراد خلاق و غیر خلاق
۸	در زمان آفرینش
۸	خلاقیت در دوران کودکی
۹	داستان خلاقیت من در دوران کودکی
۱۰	خلاقیت چیست
۱۴	یک اشتباه
۱۵	چطور خلاقیت ذهن خود را بالا ببریم؟
۱۸	نمونه های خلاقیت در فروش
۲۲	تکنیک شکوفه های نیلوفر آبی
۲۴	روش های پیشنهادی خلاقیت در فروش

مقدمه

من هم مثل تمام بچه های دیگر، خلاق به دنیا آمده بودم اما چون همیشه پدر و مادر و اطرافیان به ما گفته بودند که اینکار را بکن، اینکار را نکن، زمان ورود به دبستان به ما سر مشق دادند تا مثل معلم خود بنویسیم و چنانچه جور دیگه ای می نوشتیم مورد تنبیه و یا تمسخر دیگران قرار می گرفتیم و در دانشگاه هم باید مسیری را می رفتیم که استادمان می گفت، به این ترتیب شد که یک انسان کپی کار بار آمده ایم. مغز ما به این صورت عمل می کند که مسیری را که همیشه دیگران رفته اند را برود تا اینکه هیچگونه انرژی از دست ندهد، بنابراین مغز هم به این رویه غیر خلاق بودن عادت کرده است و آن را دوست دارد.

اما من سعی کردم خلاقیت را در خودم زنده نگه دارم و تا سال ۶۶ که در آموزش و پرورش به امر آموزش مشغول بودم خلاقیت های خاص خودم را داشتم و روش تدریس و جو کلاس من با بقیه فرق داشت. آن زمان بنا به دلایلی آموزش را رها کرده به بازار رو آوردم، ضمن این که قبل از آن هم دستی در بازار داشتم و تا امروز فراز و نشیب هایی در زندگی داشتم و گاهی به صفر رسیده و از نو شروع کردم و علت این بالا و پایین ها را نمی دانستم تا این که با شرکت در کلاس ها و دوره های مختلف روانشناسی فروش و موفقیت متوجه شدم که بسیاری از این شکست ها که برای من و امثال من اتفاق می افتاد مربوط به طرز فکر و باورهای من بود که در آن ها تغییر ایجاد کردم .

بررسی تفاوت های افراد خلاق و پویا با افراد غیر خلاق و معمولی:

مشخصات افراد معمولی و غیر خلاق:

- ۱- معتقد به یاد گیری نیستند: چون فکر می کنند همه چیز دانند بنابراین به دنبال آموزش نمی روند.
- ۲- به موارد منفی توجه بیشتری دارند.
- ۳- کارهای روتین و تکراری انجام می دهند.
- ۴- کسل کننده هستند: معمولاً انسان ها از افراد کسل کننده دوری می کنند، بنابراین مشتریان زیادی ندارند.
- ۵- حرفهایشان بی جان و کم انرژی است.
- ۶- به نشدن ها بیشتر توجه دارند تا به شدن ها.
- ۷- ذهنی بسته و محدود دارند.
- ۸- همیشه دنبال راه های آماده و دم دستی می گردند.
- ۹- اهل ریسک نیستند: به همین دلیل همیشه یک زندگی سطح پایین را تجربه می کنند.

ویژگی های فرد خلاق و پویا :

- ۱- به یادگیری مداوم اهمیت زیادی می دهند: همیشه در حال یاد گیری هستند.
- ۲- افراد منظمی هستند: چون یکی از نیازهای خلاقیت تمرکز است بی نظمی باعث به هم ریختن ذهن و آشفتگی آن می شود، بنابر این افراد خلاق معمولاً افرادی با نظم هستند.
- ۳- اهمال کار و تنبل نیستند: در زندگی افراد خلاق تنبلی جایی ندارد و باید از وقت خود بیشترین بهره را ببرند.
- ۴- از تجربیات خود بیشترین استفاده را می کنند: برخلاف افراد معمولی که با اولین شکست جا می زنند، در زندگی آن ها شکست معنایی ندارد و معمولاً شکست را تجربه ای برای پیشرفت و رشد می دانند.
- ۵- از انتقاد برای پیشرفت خود استقبال می کنند: سعی در رفع اشکالات احتمالی می کنند.
- ۶- با گشاده رویی با افراد ارتباط برقرار می کنند.
- ۷- در هر شرایطی تغییر موضع نمی دهند و از هدف خود دست بر نمی دارند.
- ۸- همیشه ذهنی پر از سوال دارند و کنجکاو هستند.
- ۹- افراد خلاق ریسک پذیرند.
- ۱۰- مثبت گرا هستند و از افراد منفی نگر دوری می کنند .
- ۱۱- به گذشته فکر نمی کنند و آینده نگر هستند.
- ۱۲- از نظر آن ها همه چیز امکان پذیر است.
- ۱۳- هر روز مسیر جدیدی را تجربه می کنند.
- ۱۴- همیشه پیشرو هستند و راه حل های جدیدی را ارائه می دهند.
- ۱۵- همیشه به (شدن) فکر می کنند. (نمی شود) در زندگی و کسب و کار آن ها جایی ندارد.
- ۱۶- ریسک پذیر هستند و با آزمون و خطا بهترین زندگی را برای خود رقم می زنند.

در زمان آفرینش :

زمانی که خدا انسان را آفرید، از روح خلاق خودش در او دمید و به این دلیل به خودش آفرین گفت و انسان را اشرف مخلوقات قرار داد. پس انسان این توانایی را دارد که ایده‌هایی را خلق کند و در مسیرهای مختلف راه‌های جدیدی را کشف کند، چنانچه این کار را نکند به خودش و به جهان هستی کم لطفی کرده است.

خلاقت در دوران کودکی :

همه کودکان خلاق به دنیا می‌آیند و طبق تحقیقات تا پنج سالگی ۹۰ درصد خلاق هستند، اما با تاثیر پذیری از خانواده، مدارس و جامعه ۸۰ درصد از خلاقت خود را از دست می‌دهند و به ده درصد خلاقت خود می‌رسند و از هشت تا چهار سالگی میزان خلاقت فرد به ۲ درصد یعنی تقریباً به صفر می‌رسد.

اصولاً کسی به بچه‌ها نمی‌گوید که چنانچه چیزی را که در دسترس آن‌ها نیست یا در ارتفاع بالاتری قرار دارد و به آن نیاز دارند چگونه به آن دست پیدا کنند، اما خودشان با آزمون و خطا بهترین راه دستیابی به آن را پیدا می‌کنند. کودکان می‌دانند با روحیه خلاق خود می‌توانند بهترین راه‌ها را برای رسیدن به اهداف خود پیدا کنند، اما وقتی کمی بزرگتر می‌شوند با دستورات و دیکته‌های رفتاری پدر و مادر مواجه می‌شوند، حتی گاهی مواقع برای انجام دادن یا ندادن کاری کودک را از تمسخر اطرافیان می‌ترسانند و از آنجایی که کسی از مسخره شدن دلخوشی ندارد، او مثل بچه آدم! همان کاری را که به او پیشنهاد می‌کنند انجام می‌دهد تا به او نخندند و مسخره نشود.



خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

بنابراین مغز طوری طراحی می شود که همیشه کارهای روتین انجام دهد تا مورد سوال و جواب و تمسخر دیگران قرار نگیرد.

داستان خلاقیت من در دوران کودکی :

همانطور که گفتم من هم در زمان کودکی خلاق بودم، در آن زمان منزل پدری من یک حیاط وسیع داشت که باغچه ی مربع شکل و بزرگی در وسط آن و اتاق هایی متنوع در اطراف آن بود. یادم می آید که زمانی پدر به مسافرت رفته بودند و من خلاقیتم گل کرد! دست به کار شدم و باغچه را به قسمت های کوچکتر و زیبایی تقسیم کردم که هم قشنگتر شده بود و هم برای آبیاری آسان تر. چون برای آبیاری باید آب را از جویی که یک مقدار فاصله و چند تا پله داشت می آوردیم. با اینکه در مقطع دبستان مشغول به تحصیل بودم با تهیه یک مقدار نخ و یک میخ در وسط باغچه یک دایره و در زاویه های آن، ربع دایره هایی رسم کردم و با چیدن آجر بصورت کنگره ای روی قسمت های خط کشی شده باغچه را به قسمت های کوچکتر و در عین حال زیبا تقسیم کردم و منتظر تشویق جانانه ای از طرف پدر بودم.

اما چون پدر به پیشرفت من علاقه داشت، داستان به شکل دیگری پیش رفت، مرحوم پدرم که به تربیت و پیشرفت فرزندانش علاقه زیادی داشت و به این امر اهمیت زیادی می داد، پس از بازگشت از سفر و دیدن این صحنه احتمالا با خودش فکر کرده بود چنانچه برای این کار من را تشویق کند، من از درسم فاصله می گیرم و مشغول بازی کردن می شوم، به همین دلیل به محض دیدن باغچه دست به کار شد و تمام خلاقیت و هنر نمایی من را که طی چند روز با دقت

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

درست کرده بودم در عرض چند دقیقه خراب کرد و به من گفت : بچه تو رو چه به این کارها برو به درس و مشقت برس. درس و مشق من هم که جز یک سر مشق که معلم داده بود و من باید آن را تکرار میکردم چیز دیگری نبود!

با این که معلم و پدرم هر دو مرا دوست می داشتند و خواستار رشد و پیشرفت من بودند، اما یک چیز را یاد نگرفته بودند که با این کارها مسیر خلاقیت را در ذهن من از بین می برند و باور کنید که تا چند سال قبل هم هر کاری را که می خواستم انجام دهم ته ذهنم دوست داشتم یک نفر کارم را تایید کند.

خبر خوب!

در هر موقعیت سنی و شغلی که هستیم می توانیم با پذیرفتن اینکه فرد خلاق هستیم و با بکار گیری توانایی های ذهنی و تمریناتی که در ادامه پیشنهاد می شود خلاقیت را به زندگی، کسب و کار و فروش خود بیاوریم.

و حالا ببینیم خلاقیت چیست ؟

خلاقیت تعریف زیادی دارد اما ساده ترین و بهترین تعریف آن به نظر من این است :

انجام یک کار جدید و یا انجام همان کارهای قدیمی به روش جدید. اما شاید شما عزیزان هم مثل من تحت تاثیر سیستم تربیتی و آموزشی، خلاقیت

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

خود را از دست داده باشید.

راههای پیش روی ما در حال حاضر:

راه اول: این که در گذشته خودمان بمانیم .
راه دوم: با اکثریت جامعه در هرج و مرج و بی نظمی همراه شویم.
راه سوم: تغییر را انتخاب کرده و پویا و خلاق شویم تا به رویاهای خود برسیم.

ماندن در گذشته :

با توجه به روش تربیتی که در زندگی خانوادگی و آموزشی آن زمان وجود داشت (مورد باغچه یکی از صدها موردی بود که در زندگی من پیش آمده بود) و من هم به این شکل تربیت شده بودم، می توانستم بهانه بیاورم و مرتب غر بزnm که این موارد از بچگی در من شکل گرفته و قابل تغییر نیستm و با این کار یک ذهن ایستا و مریض برای خودم بسازم و همیشه توانایی های خودم را دست کم بگیرم و تمام مسائل را گردن دیگران از جمله دولت و جامعه بیندازم و در آخر هم بگویم خدا برای من اینطور خواسته. در این صورت هیچ کار جدیدی انجام نمی دادم و در اقلیت پایین شغلی خودم می ماندم. ولی من آن زندگی را انتخاب نکردم!

با اکثریت جامعه در هرج و مرج و بی نظمی همراه شویم:

جالب است بدانید فروشندگانی که این مسیر را انتخاب کرده اند، مدام غر می زنند که مگه میشه تو این شرایط کاری کرد؟ از نظر این فروشندگان ها شرایط اینقدر بحرانی و بد است که همان کارهای قدیمی را هم نمی شود انجام داد چه برسد

خلاقت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

به خلاقت و نوآوری. این دسته از فروشندگان ما که تعدادشان هم کم نیست فراموش کرده اند که حتی از خودشان این سوال را بکنند که: **آیا من فروشنده خلاق هستم یا نه؟**

در اینجا تصویر ذهنی ما کاملا کاربرد دارد، اگر فکر کنیم خلاق هستیم درست فکر کرده ایم و راه های فروش خلاقانه ای را پیدا می کنیم و اما اگر بگوئیم که خلاق نیستیم مغز ما فوری می پذیرد چون که نمی خواهد انرژی بیشتری را از دست بدهد، در این صورت قبول می کند که هم شرایط بد هست، هم اینکه تو خلاق نیستی پس نباید دست به کاری بزنی. در این شرایط نمی توانی بفروشی دنبال راه های جدید برای فروش نگرد.

در نتیجه چنین فروشنده ای راه های غر زدن و توجیه کردن را یاد می گیرد و مسئولیت گریز می شود و هر روز بر ناتوانی خود می افزاید و اعتماد به نفس خود را از دست می دهد.

خلاقت و نوآوری:

و اما راه سوم که خلاقت و رشد و پویایی است طرفداران کمی دارد و معمولا مسیر خلوت و بی درد سری است، پس هر فروشنده ای که به این مسیر وارد شود قطعاً فروشنده موفقی می شود و می تواند فروش های رویایی داشته باشد.

کاری که باید انجام دهیم این است که برای ایجاد یک ایده، کار نو و یا پیدا کردن مسیرهای جدید تمام توانایی ذهنی خود را بکار بگیریم و در نهایت به نتایج خوبی می رسیم و اما جالب تر این که وقتی ما به عنوان فروشنده در مسیر خلاقت قرار

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

می گیریم ذوق، سلیقه و استعدادهای ما شکوفا می شود، مسیر عصبی آن ساخته می شود و مرتباً ایده های جدیدتری برای فروش و فروش های مجدد به ذهن ما خطور می کند.

معمولاً ذهن خلاق یک فروشنده موقعیت هایی را می بیند که دیگران نمی بینند و کم کم رفتارش در فروش تغییر می کند و روز به روز به فروش خود می افزاید و این در حالی است که دو گروه اول به غر زدن و تکرار کارهای هر روز خود مشغولند.

یک فروشنده با ذهن خلاق می کوشد همه کارها و رفتارهایش خارج از چارچوب عادی باشد و با شکستن کلیشه ها به جذابیت و فروش خود می افزاید.

اهمیت و ضرورت خلاقیت:

دنیای امروز به سرعت در حال تغییر و تحول و پیشرفت است. طبق تحقیقات انجام شده به این نتیجه رسیدند که پیشرفت بشر از سال های ۱۹۰۰ تا ۲۰۰۰ مساوی است با پیشرفت کل حیات بشری و در ادامه همان تحقیق در سال ۲۰۱۰ نتیجه این بود که پیشرفت بشر در ده سال اخیر مساوی صد سال گذشته و در سال ۲۰۱۶ پیشرفت سه سال گذشته مساوی کل حیات بشری بوده است، بنابراین برای این که از این سرعت و روند رشد عقب نمانیم یادگیری خلاقیت و نوآوری نخستین شرط بقا و دوام در زندگی، کسب و کار و فروش امروز است.

خلاقیت فرآیندی است که انسان را فعال، پویا، پرنرژی و زنده نگه می دارد و او را قادر می سازد از همه ی امکانات اطراف خود جهت بقا، تغییر و تحول، رشد و

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

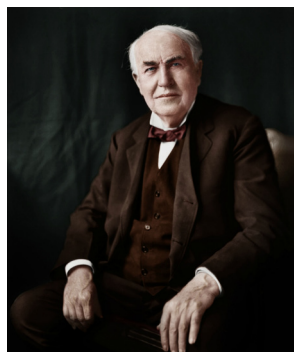
تکامل خود استفاده کند.

یک اشتباه:

شما فکر می کنید افرادی که در پیشرفت های شگفت انگیز تاثیر داشته اند و گاهی در جامعه هم تاثیر ابدی گذاشته اند، انسان های برگزیده با سیستم خاصی از مغز و یا حجم بزرگتری از مغز بوده اند؟ خیر اینطور نبوده است و آن ها با تلاش و تمرین و تکرار، کاری را انجام داده اند.

ادیسون که خود یکی از همین افراد تاثیر گزار بوده است و لامپ و هزاران اختراع کوچک و بزرگ دیگری دارد، بخاطر اینکه از هوش و استعداد نرمال برخوردار نبود از مدرسه اخراج شد. ایشان در زمینه خلاقیت می گوید:

خلاقیت و نبوغ یک در صد الهام و انگیزه است و نود و نه در صد تلاش و عرق ریختن.



همه افراد جامعه و فروشندگان نیازمند و قادر به خلاقیت و نوآوری هستند و اشتباه است که فکر کنیم خلاقیت منحصر به افراد تیزهوش و یا با هوش و استعداد است، خاصیت خلاقیت این است که اگر توسط فرد خلاقیتی هر چند کوچک انجام شود ذهن او را برای خلاقیت های بعدی باز و شکوفا می کند.

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

تعریف دیگری از خلاقیت: خلاقیت توانایی تولید ایده ها و راه حل های متعدد، جدید و مناسب برای حل مسائل موجود است.

همانطور که گفتیم اولین شرط تغییر این است که باور داشته باشیم فرد خلاقیتی هستیم و با کمی تفکر و تغییر نگرش در برخورد با مسائل می توانیم براحتی ایده های بکر و راه حل های مناسب جهت حل مشکلات و مسائل خود پیدا کنیم. نکته مهم: بیاید خودمان را باور کنیم و برای یک زندگی خلاقانه و لذت بخش آماده شویم.

لازمه پیشرفت و رشد در هر کاری آموزش و تمرین و ممارست در آن کار است.

توانا بود هر که دانا بود

شاید اگر فردوسی شاعر شعر فوق قرار بود امروز این شعر را بروز رسانی کند آن را به این شکل تغییر میداد

توانا بود هر که تمرین کند.

چون دانستن به تنهایی کافی نیست و باید تمرین کافی داشته باشیم.

چطور خلاقیت ذهن خود را بالا ببریم؟

همان طور که می توانیم با نرمش کردن، عضلات و ماهیچه های خود را قوی تر کنیم با تمرین دادن عضلات مغز هم می توانیم آن را قوی تر و خلاق تر کنیم.

چگونه؟

با حل کردن معما:

تمرین:

- ۱- یک تخم مرغ را بدون هیچگونه تکیه گاهی به قاعده نگه دارید.
- ۲- چگونه می توانیم یک مثلث با سه زاویه قائمه رسم کنیم؟

شما می توانید بسیاری از این معماها را در سایت های مختلف پیدا کنید و به آن ها جواب دهید.

داستان فیل:

مدیر سیرک، فیلی را با طناب باریکی به درخت بسته بود. کودکی فیل را دید و با تعجب به مدیر سیرک گفت فیل به این بزرگی را با این طناب ضعیف بسته اید؟! ممکن است با یک تکان آن را پاره کند و فرار کند، مدیر سیرک گفت: چنین اتفاقی نمی افتد، چون این فیل زمانی که بچه بود با طناب قوی تری بسته شده بود او هرچه سعی کرد نتوانست آن را پاره کند، بنابراین شرایط خودش را پذیرفت و به این وضع عادت کرد و دیگر هیچوقت تلاشی برای نجات خود نکرد، امروز هم که فیل بزرگی شده است با طناب ضعیف تری بسته می شود ولی دیگر تلاشی برای نجات خود نمی کند.

مثال فیل مثال بسیاری از افراد و فروشندگان است که درگیر باورها و عادت های قدیمی خود شده اند و می خواهند با همان روش های سنتی و قدیمی بفروشند و

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

با رقبای خود که تکنیک های به روز فروشندگی را یاد گرفته اند رقابت کنند و یا از روی دست دیگران الگو بگیرند، به این ترتیب همیشه از دیگران عقب می مانند.

روش بیست جوابی:

یکی از بهترین راه ها برای راه اندازی مغز و ایجاد خلاقیت و ایده پردازی روش بیست جوابی است که می تواند درآمد ما را حداقل تا دو برابر افزایش دهد. برای اینکار صفحه کاغذی برمی داریم و مشکل اصلی خود را به صورت سوال بر روی آن می نویسیم.

تمرین

چگونه می توانم امسال یا این ماه در آمدم را دو برابر کنم؟
چگونه می توانم نرخ تبدیلم را بالاتر ببرم، به این معنی که نسبت فروش هایم را به نسبت تعداد مراجعانم افزایش دهم؟
چگونه نقدینگی خود را افزایش دهم؟

سپس برای هر سوال بیست جواب می نویسیم. اگر کسی این کار را سه روز انجام دهد اینقدر ایده های خلاقانه و نو به ذهنش می رسد که هرگز وقت کافی برای اجرا و انجام آن نخواهد داشت.

اگر شما از این روش استفاده کنید، در زمان کمی شما یکی از خلاق ترین فروشندگان ها و در نتیجه یکی از پر درآمدترین فروشندگان ها در کارتان تبدیل خواهید شد.

نمونه هایی از خلاقیت در امر فروش:

خلاقیت در فروش شیشه ی نشکن:

یک فروشنده ی شیشه در یک سال فروش خیلی زیادی داشت به حدی که همکاران را به تعجب واداشته بود وقتی از او رمز فروشش را سوال کردند، از آنجایی که یک فرد خلاق از این که دیگران تکنیک او را کپی کنند هیچ واهمه ای ندارد، چون راه جدیدتری را کشف می کند، این طور توضیح داد: من تعدادی از شیشه های نشکن به اندازه های ده در ده با یک چکش همراه خود دارم و جلو دید مشتریان چکش را روی شیشه می کوبم، در این صورت مشتری از نشکن بودن شیشه مطمئن می شود و فروش انجام می شود.

تکرار فروش زیاد در سال بعد:

باکمال تعجب دیدند که سال بعد هم باز همان اتفاق تکرار شد و فرد مذکور بیشترین فروش را داشت، و دوباره همکاران از او خواستند که رمز فروشش را فاش کند، او گفت: اینبار چکش را به مشتری می دادم تا بر روی شیشه بکوبد و از نشکن بودن آن اطمینان حاصل کند، در نتیجه از من می خرید.

شکوفه های گیلاس:

فروشنده املاک خانواده ای را جهت بازدید یک خانه به آن جا برده بود، در حیات این خانه شکوفه های گیلاس خود نمایی می کردند، همسر این مرد خریدار که از دیدن شکوفه های گیلاس خیلی خوشش آمده بود، احساسات خود را بروز داد و با صدای بلند گفت: چه شکوفه های خوشگلی. فروشنده حرفه ای داستان ما که خلاق و تیز حس بود از این احساسات خانم استفاده کرد و ملک مورد نظر را فروخت، حتما می فرمایید چه جوری آخه؟ خریداران هر قسمتی از خانه را که

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

بازدید می کردند فروشنده از همانجا به شکوفه های گیلان اشاره می کرد و آن را به خانم نشان می داد. خریدار از رنگ کاشی حمام انتقاد می کرد، فروشنده می گفت: در عوض از پنجره حمام می توانید شکوفه های گیلان را تماشا کنید. از کابینت آشپزخانه ایراد گرفتند، جواب داد: آشپزخانه مشرف بر شکوفه های گیلان است. با کوچک بودن سرویس بهداشتی مشکل داشتند، توضیح داد: سرویس بهداشتی طوری ساخته شده است که از اینجا شکوفه های گیلان کاملاً مشاهده می شود.

از آنجایی که در انتخاب منزل مسکونی خانم خانه حرف آخر را می زند، نه نه اشتباه شد حرف آخر را مرد خانه که معمولاً رئیس خانه است می زند و می گوید چشمششم!! این فروشنده خلاق داستان ما توانست با سوق دادن ذهن مشتری از مشکلات احتمالی به شکوفه های گیلان که مورد علاقه ی خانم بود خانه را به آن ها بفروشد.

نکته مهم و نتیجه:

در هنگام فروش تاکید مکرر بر آن چیزی که برای مشتری ارزش دارد به احتمال قوی کارساز است و در اکثر مواقع به فروش ختم می شود.

خلاقیت در میوه فروشی:

خرید میوه به دلیل کثیف شدن دست مشتری یکی از خریدهای سختی است که بعضی از مشتریان از جمله خود من آن را حتی الامکان به تعویق می اندازند، اگر شما فروشنده میوه بودید برای این مورد چه راهکاری را پیشنهاد می کردید؟ نه نه اینکار را نمی کنیم که خود فروشنده میوه ها را برایمان سوا کند، چون ممکن است دقت نکند و میوه های مانده و پوسیده هم به ما بفروشد، پس چکار کنیم؟! آهان! حالا حدستان درست است! نیاز به تعدادی دستکش یک بار مصرف است تا

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

مشتریانی که از کثیف شدن دستشان رنج می برند از آن استفاده کنند.

جنس فروخته شده پس گرفته نمی شود:

در یک مغازه ورزشی فروشی تابلویی به این عنوان نصب شده بود

(جنس فروخته شده پس گرفته و تعویض نمی شود)

از فروشنده مغازه سوال کردم فکر می کنید چند درصد از مشتریان شما برای تعویض و یا پس دادن محصول به شما مراجعه می کنند؟ ۳۰درصد؟ ۲۰درصد؟ ۱۰درصد؟

ایشان با حالتی متعجب جواب داد: خیر اینطورها هم نیست، شاید کمتر از ۵درصد. به ایشان گفتم خب اگر اینطور است شما با بیشتر از ۹۵ فروش سود کرده اید، حالا چنانچه یک مشتری هم محصول را پس آورد از او محصول را تحویل بگیرید. در اکثر موارد جنس شما استفاده نشده است و می شود آن را به مشتری دیگری فروخت و اما اگر هم قابل استفاده نبود اتفاقی که می افتد این است که اعتماد مشتری برای همیشه جلب شده است و احتمال این که باز هم از شما خرید کند بسیار زیاد است، اما اگر از او جنس را پس نگیرید و ناراحت مغازه شما را ترک کند شما یک مشتری را از دست نداده اید بلکه حداقل ۱۰ مشتری را از دست داده اید، پس بهتر نبود بجای این تابلو، نوشته ای برخلاف این به دیوار می زدید و با این کار ترس را در زمان خرید از روی مشتری خود بر می داشتید و خریدار بیشتر به شما اعتماد میکرد؟ تابلویی به این مضمون:

(با کمال احترام جنس فروخته شده هم پس گرفته می شود و هم تعویض می شود).

خلاقت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

در زمان اتمام فروش و پرداخت پول ترس مشتری از این است که نکند گول بخورم، نکند با این خرید مورد تمسخر اطرافیانم قرار بگیرم، نکند همسرم رنگ آن را نپسندد و صدها نکته‌های دیگر که ممکن است در ذهن مشتری به وجود بیاید. بنابراین با نصب تابلو (پس گرفته نمی شود) این ترس ها بیشتر می شود و چه بسا که فروشندگانی به خاطر وجود چنین تابلوهایی فروش یا فروش های خود را از دست می دهند و متوجه آن نیستند.

اما نصب تابلو (باکمال احترام پس گرفته و تعویض میشود) در مشتری حس احترام و اعتماد ایجاد می کند و باعث خرید در همان لحظه، خریدهای مجدد و معرفی این فروشنده خلاق و با معرفت به دیگران نیز می شود.

لطفا دست نزنید :

یکی دیگر از تابلوهای رایج که در مشتری حس بی احترامی و بی اعتمادی ایجاد می کند و در مغازه یک جو منفی به وجود می آورد نصب تابلو مذکور است. آخه من میخواهم به این فروشنده باصطلاح خلاق بگویم اگر مشتری به جنس شما دست نزند چه طوری می خواهی بهش بفروشی؟ گاهی اوقات مشتری ها به ویژه خانم ها زمانی که به محصولی دست می زنند و آن را لمس می کنند با آن ارتباط برقرار می کنند و احتمال خرید آن ها خیلی بیشتر می شود، می دانم که بعضی از فروشنده ها با این پیشنهاد من موافق نیستند و می گویند خانم ها خیلی با محصولات ور می روند و -در نهایت آن را رها کرده و می روند. جواب این عزیزان این است که یا شمای فروشنده یکی از فاکتورهای فرآیند فروش را رعایت نکرده اید و باعث شده است فروش را از دست بدهید و یا فعلا زمان خرید آن نرسیده است و این مشتری برای خرید باز می گردد.

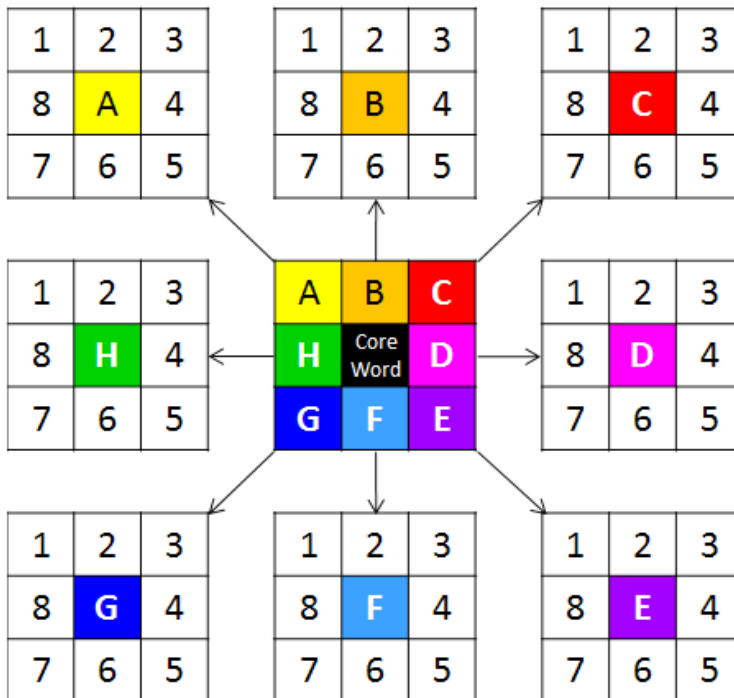


تکنیک شکوفه های نیلوفر آبی:

این تکنیک توسط فردی بنام یاسوآماتسومورا در ژاپن شکل گرفت، او با دیدن شکوفه های نیلوفر آبی که در گلبرگ هایش به دور یک هسته مرکزی شکوفا می شوند و گسترش می یابند به این نتیجه رسید. گفته شده است که این ایده در راه توسعه ی ژاپن بسیار به کار گرفته شده است و نکته جالب این است که بسیاری از روش ها و تکنیک های خلاقت گروهی نشات گرفته از جلسات بارش فکری در ژاپن می باشد، ژاپنی ها معمولاً بصورت گروهی به حل مسائل می پردازند و در جهان به گروه گرایی شهرت دارند.

من فکر می کنم این تکنیک یک پیام مخفی مهم تری برای ما دارد، این که نیلوفر می تواند در مرداب های دور از دسترس و بدون توجه کسی رشد کند و به خود نمایی و زندگی خود به بهترین شکل ممکن ادامه دهد، ولی ما با وجود این همه امکانات و همکاری دیگران باز هم غر میزنیم و حاضر به کمی فکر کردن و ایده پردازی نیستیم.

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی



روش استفاده از تکنیک شکوفه نیلوفر آبی:

همانطور که در عکس مشاهده می شود ابتدا مسئله اصلی را در مرکزی ترین نقطه عکس می نویسیم، سپس ایده ها را در اطراف آن نوشته و در مرحله بعد ایده ها می شود مسئله اصلی و برای هر کدام ایده های دیگری می نویسیم، حداقل ایده های ممکن برای هر مسئله هشت مورد است و در انتها ایده ها را غربال کرده و بهترین ها را جدا کرده و به کار می گیریم.

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

قابل ذکر است که چنانچه برای بعضی ایده ها هشت مورد نتوانستید بنویسید اشکالی ندارد و اگر بعد از پر شدن شصت و چهار خانه چنانچه ایده ای هنوز جای گسترش و ایده پردازی داشت آن را در صفحه ی دیگری نوشته و ادامه می دهیم تا ایده ها کامل شوند. در مراحل انجام کار و ایده پردازی مانند مراحل بارش فکری عمل می کنیم. به نظر می آید این تکنیک کمی به تکنیک نقشه ذهنی شباهت دارد.

روش های پیشنهادی خلاقیت در فروش:

خلاقیت در درخواست کردن:

بیشتر اوقات چنانچه در طرز سوال و یا در خواست کردن خود خلاقیت به خرج دهیم به احتمال خیلی زیاد در نتیجه آن تاثیر بسزایی دارد، یک تحقیق جالب توسط پروفیسور رابرت چلدینی انجام شده است که بیانگر این ادعاست. او در این تحقیق برای اینکه متوجه شود چگونگی بیان و چیدمان کلمات ما تا چه حد در جذب مخاطب تاثیر دارد به بررسی پروسه جمع آوری کمک های مردمی یک سازمان خیریه (برای کمک به بیماران سرطانی) پرداخت، او ثابت کرد تغییری کوچک در کلمات می تواند در نتیجه ی کار تاثیر به سزایی داشته باشد. درس این تحقیق برای فروشندگان این است که : باید دلایل جواب منفی مشتریان را بررسی کنیم، نه فقط به دنبال کشف انگیزه های او برای خرید باشیم.

در این تحقیق دو گروه، خانه به خانه می رفتند و از مردم تقاضای کمک به بیماران سرطانی می کردند تمام رفتارهای این دو گروه شبیه به هم بود به جز یک مورد کوچک، این که آن ها درخواست خود را به دو شکل متفاوت عنوان می کردند.

گروه اول می گفتند : آیا مایل هستید با کمک مالی خود ما را همراهی کنید ؟

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

گروه دوم می گفتند: آیا مایل هستید با کمک مالی خود ما را همراهی کنید؟ حتی هر چقدر هم کم باشد.

با اینکه محتوای دو جمله یکی است، اما همین خلاقیت کوچک و اضافه کردن سه چهار کلمه به آخر جمله نتیجه را نزدیک به دو برابر کرد. باورکردنی نیست، پنجاه در صد در مقابل بیست و هشت درصد.

به این ترتیب پرفسور چلدینی به این نتیجه رسید که وقتی یک درخواست حداقلی داشته باشیم، احتمال گرفتن پاسخ مثبت از مخاطب خیلی بیشتر است.

بیاید با هم بیشتر مسئله را بررسی کنیم:

وقتی درخواست مالی با افراد مطرح می شود به احتمال قوی اولین فکر این است که چقدر می توانم کمک کنم؟ این پول خیلی کمی نیست؟ اصلا این پول می تواند به دردی بخورد؟ و در نهایت این که وقتی چنین مبلغ کمی کمک کنم، در خواست کننده چه فکری راجع به من خواهد کرد؟ بنابراین با ترس از این سوال ها جواب منفی خواهد داد. اما گروه دوم با اضافه کردن اینکه حتی اگر مبلغ کم باشد این ترس را از روی مخاطبان برداشتند.

از این تکنیک در امر فروش به این صورت استفاده می کنیم که وقتی به مشتری این اطمینان را بدهیم که حتی یک اقدام کوچک هم می تواند تاثیر داشته باشد، انگیزه لازم را برای شروع به او داده اید مثل خوردن یک چای یا قهوه و یا پیشنهاد و بررسی دو محصول متفاوت و یا حتی مثل هم. البته این مثل هم بودن را فقط شما می دانید نه مشتری. این کار از ترس مشتری جهت تصمیم و انتخاب کم کرده و به اعتماد به نفس او می افزاید.

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

خلاقیت در فروش (درست کردن پکیج) :

عصب شناسان الگوی خرید انسان را در یک فرآیندی به نام (آنقدر خرج می کنند تا اذیت بشوند) می شناسند. و این شناخت نقطه اذیت شدن یا نقطه درد در مشتریان متفاوت است:

دسته اول که ۱۵ درصد مشتریان را تشکیل می دهند و لخرج هستند، این دسته دیرتر و بعد از خرید بیشتری به نقطه درد می رسند.

دسته دوم محافظه کاران هستند که یک چهارم مشتری ها یعنی ۲۴ درصد خریدارانند و با خرج کمتر و سریع تر به بالاترین نقطه درد می رسند.

دسته سوم افراد معمولی که ۶۱ درصد بقیه هستند. و معمولاً متوجه شده اید که متقاعد کردن گروه محافظه کاران از همه سخت تر است.

یک متخصص اقتصادی علوم اعصاب در زمینه بسته های محصولات و خدمات طی تحقیقات گسترده ای به این نتیجه رسید که تمام مشتریان بویژه محافظه کاران ترجیح می دهند تمام خرید خود را در یک قدم بزرگ اما ساده انجام دهند و این خریدها به صورت جداگانه انجام نشود.

خریدهای جداگانه باعث ایجاد نقاط درد جداگانه برای مشتریان می شود، اما خرید یک پکیج یا یک بسته، تنها یک نقطه درد ایجاد می کند و این در حالی است که حتی اگر قیمت پکیج بیشتر از تک تک آن محصولات داخل پکیج باشد هم مهم نیست.

بنابراین بسیاری از مشتریان حاضرند بابت خرید یک پکیج پول بیشتری پرداخت کنند، اما جدا جدا سراغ محصول و خدمات نروند، با این کار هم با درد سر کمتری روبرو می شوند و هم فقط یک نقطه درد را تجربه می کنند.

خلاقیت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

خلاقیت در تخفیف دادن (از کارت هدیه جهت تخفیف استفاده کنید):

پیشنهاد من این است که به جای تخفیفی که می خواهید به مشتری خود بدهید، کارت هدیه خرید از همان فروشگاه را به مشتری ارائه کنید، به آن صورت که چنانچه تصمیم دارید تخفیف ده هزار تومانی به مشتری بدهید به او پیشنهاد کارت هدیه دوازده هزار تومانی بدهید، تا وسوسه گرفتن کارت در او بوجود آید، این کار دو مزیت دارد :

۱- با اینکار به جای کم کردن مبلغ باز هم محصول خود را فروخته و سود کرده اید.
۲- چنانچه مشتری از کارت هدیه خود در زمانی دیگر یا توسط فرد دیگری استفاده کند، احتمال اینکه بیشتر از موجودی کارت خرید کند خیلی زیاد است.

خلاقیتی که نمی توان آن را کپی کرد:

شما می دانید که در زمینه کسب و کار و فروش هر خلاقیتی به خرج بدهید و کار نویی صورت بدهید، یک تعدادی به محض این که ببینند، آن را کپی می کنند و شروع به انجام آن کار می کنند و دیگر آن حالت خاص بودن را ندارد، بنابراین لطفا یک لحظه صبر کنید و مطالعه را ادامه ندید و به پاسخ این سوال فکر کنید که من چه کار خاصی می توانم انجام بدهم که به هیچ عنوان کسی نتواند آن را کپی کند؟

چنانچه جواب این سوال را پیدا کردید و در آن زمینه خلاقیت بخرج دادید، کسی نمی تواند مثل شما عمل کند، و اگر هم این کار را کرد دیگران می گویند مثل فلانی عمل می کند، پس این مورد می تواند خیلی اختصاصی باشد، آفرین، درست

خلاقت در فروش تا خلق ثروت نویسنده: سید محمد مصطفوی

حدس زدید! این طرز برخورد و ارتباط شماست که می توانید هر روز روی آن کار کنید و با داشتن یک شخصیت قوی، مناعت طبع، تواضع، فروتنی، صمیمیتی خاص و در عین حال بذله گو با مشتریان خود برخورد داشته باشید. واقعا اگر یک لحظه فکر کنید می بینید که تمام فروشندگانی که از نبود مشتری غر می زنند یک یا تعدادی از این صفات خوب ارتباطی را ندارند.

در پایان از شما می خواهیم حداقل یکی از این روش ها را امتحان کنید و وقتی نتیجه ی آن را دیدید دیگر کسی نمی تواند جلوی خلاقت های جالب شما را بگیرد.

امیدوارم سالم ثروتمند و همیشه درخشان باشید.

باشگاه ستارگان درخشان
سید محمد مصطفوی