

# با واقعیت فروش مجازی آشنا شوید - دیجیاتو

واحد تبلیغات | چهارشنبه، ۳۰ مهر ۱۳۹۹

فراگیری جهانی کرونا بسیاری از مدیران عامل را وادار کرده است که فروش مجازی را به شکل وسیعی به کار گیرند. شاید قبل از همه‌گیری کرونا این کار درست به نظر نمی‌رسید، اما اکنون مدیران مجبورند از راه‌های جدیدی برای پیشبرد فروش استفاده کنند. راه‌های جدیدی که با مدیریت ارتباط با مشتری و استفاد از [نرم افزار CRM همکاران سیستم \(SarvCRM\)](#) امکان پذیر است.

متأسفانه، نتایج و مشاهدات ابتدایی نشان می‌دهند با اینکه در واقعیت فروشندگها سرشان شلوغ است ولی آمار میزان فروش‌ها این امر را نشان نمی‌دهد. بعضی از مدیران فروش قبلاً به فروش مجازی به عنوان یک استراتژی جانبی نگاه می‌کردند، اما حالا خیلی‌ها آن را فرصتی برای ورود به عصر فروش مجازی می‌دانند.

مدیران باید اقدامات آگاهانه‌ای اعم از به کارگیری نرم افزار CRM آنلاین برای بهبود پیشبرد فروش مجازی را انجام دهند. حتی با وجود باز شدن آهسته کسب‌وکارها، ترس از برگشت مشکلات مالی یا سلامتی، تأثیر زیادی بر امور تجاری گذاشته است. مدیران باید متوجه این موضوع باشند آنچه اتفاق می‌افتد شاید از نقطه نظر خریدار و فروشنده مطلوب نباشد.

فروش مجازی آمده است که بماند، پس مدیران فروش باید در زیرساخت‌هایی مانند نرم افزار CRM، نرم افزار اتوماسیون اداری و هوشمندی تجاری و ... سرمایه‌گذاری کرده و همچنین در روش‌های فروش و برگزاری جلسات مرور فروش برای کنترل فرایند فروش و انتقال تجربه بازننگری کنند.

مدیران فروش از جلسه دوره‌ای به عنوان فرصتی برای انگیزه دادن به فروشندگها برای رسیدن به اهدافشان و به اشتراک گذاری بهترین روش‌های فروش با همکارانشان استفاده می‌کنند. اما امسال این جلسه‌ها مجازی خواهند بود؛ مدیران فروش چطور می‌توانند تجربیات خود از فروش مجازی را انتقال دهند تا فروشندگان برای برگزاری جلسات با مشتریان در خط مقدم فروش از آن استفاده کنند؟

حسام شفیعی، مدیر فروش سی آر ام سرو می گوید: خیلی از مدیران فروش در حال حاضر با سرمایه‌گذاری روی ابزارهای جدید مانند سیستم های برگزاری جلسه آنلاین و [نرم افزار CRM ابری](#) برای رسیدن به موفقیت تجهیز شده‌اند و به جای لغو کردن جلسات با مشتریان و جلسات دوره‌ای

با تیم فروش، محل برگزاری را به محیطی مجازی منتقل می‌کنند.

## طرز فکر فروشندگان را تغییر دهید

همه ما داریم به کار کردن از خانه عادت می‌کنیم و در طول روزهای اول کووید-۱۹، خیلی از افراد به میزان زیادی با این نکته که مکان فیزیکی فروشندگان تغییر کرده بود کنار می‌آمدند. حالا که مدتی از آن گذشته است، مدیران باید به فروشندگان یادآوری کنند که جلسات مجازی همان رسمیت جلسات حضوری را دارند و رعایت اصول حرفه‌ای در پوشش، برخورد با مشتری و پیشبرد امور باید رعایت شود.

اعتبار هنوز هم مسئله‌ای کلیدی است و فروشندگان باید لباس رسمی و مناسب بپوشند و قادر باشند به راحتی ابزارهای وب کنفرانس جدید را به کار بگیرند و نکات زیر را رعایت کنند:

- چند دقیقه زودتر برای وب کنفرانس تماس بگیرند
- سعی کنید پس زمینه را کنترل کنند
- برای ارتباط با مخاطبتان به دوربین نگاه کنند

## فروشندگان را برای موفقیت مجهز کنید

با محدود شدن رفت و آمدها و با کار از منزل، برخی مخارج کسب‌وکارها کاهش یافته؛ شاید زمان آن رسیده است که آن‌ها پس‌اندازها را برای تجهیز فروشندگان در راه رسیدن به موفقیت به کار بگیرند. همان‌طور که شاید فروشندگان نیاز داشته باشند طرزفکرشان را عوض کنند، مدیران عامل نیز باید روی تجهیز کردن فروشندگان برای پیش‌برد بهتر عملیات فروش سرمایه‌گذاری کنند.

خیلی از فروشندگان از دوربین‌ها و میکروفون لپ‌تاپ و هدفون‌های دستگاه‌های تلفن همراهشان استفاده می‌کنند. این‌ها حداقل گزینه‌های موجود هستند؛ اگر می‌خواهید فروشندگان‌تان متمایز باشند برای مکالمات حرفه‌ای آن‌ها را به سخت‌افزار مناسب مجهز کنید و برای برنامه‌ریزی و پیگیری بهتر مشتری زمینه استفاده از نرم افزار CRM آنلاین مناسب را برایشان فراهم نمایید.

## پلتفرمی برای گردهمایی و همکاری ایجاد کنید

فروشندگان از طریق تعاملات مجازی در خط مقدم جذب خریداران هستند. مانند هر تغییر مهم دیگری، آن دسته از افرادی که بهترین روش‌های فروش مجازی را کشف می‌کنند برنده خواهند بود. مدیران عامل باید شیوه‌های نوین فروش آنلاین را برای برنده شدن انتخاب کنند و دستورالعمل فروش مجازی را بنویسند.

اما، تنها تهیه دستورالعمل فروش آنلاین کفایت نمی‌کند، یک پلتفرم داخل سازمانی بر پایه همکاری گروهی به همه فروشندگان اجازه می‌دهد تا سوالاتشان را مطرح کنند، ایده‌هایشان را به اشتراک بگذارند و از داستان‌های موفقیت‌شان بگویند. همه فروشندگان و مدیران باید از هم‌دیگر بیاموزند.

## سرمایه گذاری در زیرساخت فروش مجازی

مدیران فروش توانمند، در حال انطباق خود با فوت‌وفن‌های فروش مجازی، تجهیز نیروهای فروش‌شان با ابزارهای آنلاین مانند نرم افزار CRM و تمرین‌های فروش بر مبنای سناریوهایی که از تعاملات دیجیتالی با مشتریان بهره می‌برند، هستند.

مدیران فروش در این نکته با هم اتفاق نظر دارند که قابلیت جذب اعتماد و اطمینان مشتری هنوز هم مهمترین بخشی است که برای بستن قراردادهای موفق، حتی در محیط مجازی، باید بر آن تمرکز شود و ابزارهایی مانند نرم‌افزار CRM با هدف تحکیم روابط مجازی با مشتریان طراحی شده‌اند.

برای انطباق با واقعیت فروش مجازی:

### ▪ برند سازمانی خود را نشان دهید.

برند شرکت را در طول جلسات مجازی نیز نمایش دهید تا پیام برندتان را برسانید و در ذهن مشتریان باقی بمانید. از پس زمینه برند کسب و کار خود یا اسکرین سیورهای مخصوص شرکت که برند، لوگو، شعار یا شواهدی از زبان مشتریان را نشان می‌دهند استفاده کنید.

### ▪ ارزش را سریعتر نشان دهید.

در جلسات مجازی سریع‌تر از جلسات حضوری سر اصل مطلب بروید. اطلاعات مهم خرید را در لحظه به اشتراک بگذارید، درباره ویژگی‌های محصول صحبت کنید، نسخه‌های نمایشی (دمو) ارائه دهید. برای آشنایی بیشتر فروشندگان با جلب توجه فوری مشتریان دستورالعمل‌های راهنمای مکالمات با مشتریان در فضای مجازی و رسیدن سریع و مؤثر به ارزش تهیه کنید.

### برگزاری جلسه یک‌آف (شروع دوره) فروش مجازی و ارائه آموزشی موفق

مدیران فروش در تلاش هستند تا روی یک پلتفرم مجازی رویدادهای یک‌آف فروش هر فصل را بصورت معمول برگزاری کنند. جلسات باید به شکل متفاوتی سازمان‌دهی شوند تا مبتنی بر همکاری گروهی و سرگرم کننده نیز باشند. برای رسیدن به اثربخشی بالا در محیط مجازی:

### ▪ جلسه یک‌آف را به چند جلسه کوچکتر تقسیم کنید.

برگزاری یک‌آف یک روزه برای تیم فروشی که از نظر جغرافیایی در مکان‌های مختلف قرار دارند دشوار است و برگزاری چند جلسه منطقه‌ای برگزار کننده را خسته می‌کند و کیفیت کار را کاهش می‌دهد. رویداد را به جلسات کوتاه‌تری تقسیم کنید که طی چند روز در هفته یا چند هفته برگزار می‌شوند.

### ▪ رفتارهای مطلوب را تقویت کنید.

فعالیت‌هایی برای کمک به فروشندگان در به‌کارگیری چیزهایی که شنیده‌اند و تغییر رفتارشان در بلند مدت ترتیب دهید. بررسی و مرور تجارب در بحث‌هایی در گروه‌های کوچک با هدایت یک کارشناس و یا با هدایت مدیر به فروشندگان کمک می‌کند تا چیزهایی که درباره مشتریان‌شان می‌بینند یا می‌شنوند را بهتر پردازش کنند.

#### ▪ با برنامه‌ریزی متنوع روحیه را بالا ببرید.

یکی از بزرگترین چالش‌های یک‌آف‌های مجازی انگیزه دادن به فروشندگان و روحیه دادن به آن‌ها است. در ادامه جلسات گروهی بزرگ، با برگزاری جلسات گروهی کوچک‌تر روحیه‌ها را بالا ببرید. رویدادهای اجتماعی غیررسمی و جلسات پرسش و پاسخ برگزار کرده و با به اشتراک‌گذاری بهترین روش‌های بهترین فروشندگان موفقیت‌های اعضای تیم را تحسین کنید و به آن‌ها برای فصل آتی انگیزه دهید.

مدیران فروش با توانمندسازی فروش مجازی سازمان، خود را برای به دست آوردن اعتماد و اطمینان مشتریان، تسریع استراتژی‌های جدید ورود به بازار و رسیدن به رشد آماده می‌کنند.

[دیجیاتو](#)