

مشکل فروش شما کمبود مشتری نیست؛ ضعف فرآیند فروش است

چرا بسیاری از شرکت‌ها با وجود داشتن مشتریان بالقوه کافی، همچنان فروش مطلوبی ندارند؟

نویسنده: تیم پژوهش و توسعه IRE Coach

وقتی فروش کاهش پیدا می‌کند، اولین واکنش بسیاری از مدیران این است:

«باید مشتری بیشتری پیدا کنیم.»

بودجه تبلیغات افزایش می‌یابد.

بازاریابی بیشتر می‌شود.

نمایشگاه‌های بیشتری شرکت می‌کنند.

کمپین‌های جدید راه‌اندازی می‌شود.

اما با وجود همه این تلاش‌ها، فروش آن‌طور که انتظار می‌رود رشد نمی‌کند.

چرا؟

زیرا در بسیاری از موارد مشکل اصلی کمبود مشتری نیست.

مشکل اصلی این است که شرکت نمی‌تواند مشتریان بالقوه موجود را به خریدار واقعی تبدیل کند.

به بیان ساده:

شرکت در جذب مشتری مشکل ندارد؛ در تبدیل مشتری مشکل دارد.

یک مثال ساده اما مهم

فرض کنید ماهانه ۱۰۰ مشتری بالقوه با شرکت شما تماس می‌گیرند.

اگر فقط ۱۰ نفر از آن‌ها خرید کنند:

نرخ تبدیل شما ۱۰ درصد است.

حال تصور کنید بدون جذب حتی یک مشتری جدید، نرخ تبدیل به ۲۰ درصد برسد.

در این صورت:

فروش شما دو برابر می‌شود.

بدون افزایش تبلیغات.

بدون افزایش هزینه بازاریابی.

بدون افزایش تعداد سرنگ‌ها.

این دقیقاً همان جایی است که اهمیت فرآیند فروش مشخص می‌شود.

فرآیند فروش چیست؟

اصطلاح حرفه‌ای:

****Sales Process****

فرآیند فروش

فرآیند فروش مجموعه مراحل است که مشتری از اولین تماس تا خرید نهایی طی می‌کند.

این مراحل معمولاً شامل:

* شناسایی مشتری بالقوه

* تماس اولیه

* کشف نیاز

* ارائه راه حل

* پاسخ به اعتراضات

* مذاکره

* پیگیری

* عقد قرارداد

است.

در شرکت‌های حرفه‌ای، این مراحل مشخص، قابل اندازه‌گیری و استاندارد هستند.

نشانه‌های ضعف فرآیند فروش

اگر یکی از موارد زیر در سازمان شما وجود دارد، احتمالاً فرآیند فروش نیاز به بازنگری دارد:

* فروشندگان هرکدام به روش خود فروش انجام می‌دهند.

* پیگیری مشتریان منظم نیست.

* دلیل از دست رفتن فرصت‌های فروش مشخص نیست.

* مدیر فروش نمی‌داند مشتریان در کدام مرحله از قیف فروش قرار دارند.

* گزارش دقیقی از عملکرد فروش وجود ندارد.

* وابستگی فروش به چند نفر خاص زیاد است.

در چنین شرایطی حتی افزایش تعداد مشتریان بالقوه نیز مشکل را حل نخواهد کرد.

اشتباه رایج مدیران

بسیاری از مدیران تصور می‌کنند:

فروش کم = مشتری کم

اما اغلب فرمول واقعی این است:

فروش کم = نرخ تبدیل پایین

یعنی فرصت‌های زیادی وارد سازمان می‌شوند اما بخش بزرگی از آن‌ها در مسیر فروش از بین می‌روند.

قیف فروش؛ جایی که پول ناپدید می‌شود

اصطلاح حرفه‌ای:

****Sales Funnel****

قیف فروش

فرض کنید:

* ۱۰۰ مشتری بالقوه وارد قیف می‌شوند.

* ۵۰ نفر جلسه برگزار می‌کنند.

* ۲۰ نفر پیشنهاد قیمت دریافت می‌کنند.

* ۸ نفر خرید می‌کنند.

حالا سؤال مهم این است:

آن ۹۲ نفر دیگر چرا خرید نکردند؟

اگر پاسخ این سؤال مشخص نباشد، شرکت نمیتواند فروش خود را بهبود دهد.

چرا مشتریان از دست میروند؟

بررسی‌های انجام شده در بسیاری از شرکت‌ها نشان می‌دهد دلایل رایج عبارت‌اند از:

عدم کشف نیاز مشتری

فروشنده بیشتر صحبت می‌کند تا گوش دهد.

ارائه راه حل نامناسب

پیشنهاد ارائه شده با مسئله واقعی مشتری همخوانی ندارد.

پیگیری ضعیف

بسیاری از فروش‌ها نه به دلیل رد شدن، بلکه به دلیل فراموش شدن از بین می‌روند.

تمرکز بیش از حد بر محصول

مشتری به دنبال نتیجه است، نه ویژگی‌های فنی.

عدم ایجاد اعتماد

مشتری هنوز مطمئن نیست که شما بهترین گزینه هستید.

شرکت‌های موفق چه کاری متفاوت انجام می‌دهند؟

آن‌ها به جای افزایش مداوم تبلیغات، ابتدا فرآیند فروش خود را بهینه می‌کنند.

آن‌ها:

* نرخ تبدیل هر مرحله را اندازه‌گیری می‌کنند.

* دلایل از دست رفتن مشتریان را تحلیل می‌کنند.

* فرآیند پیگیری را استاندارد می‌کنند.

* تیم فروش را آموزش می‌دهند.

* شاخص‌های عملکرد تعریف می‌کنند.

نتیجه این اقدامات معمولاً افزایش فروش با همان تعداد مشتری بالقوه است.

یک محاسبه ساده

فرض کنید:

سالانه ۱۰۰۰ سرخ فروش دارید.

اگر نرخ تبدیل:

از ۱۰ درصد به ۱۵ درصد برسد

تعداد مشتریان شما:

از ۱۰۰ نفر به ۱۵۰ نفر افزایش پیدا می‌کند.

یعنی:

۵۰ درصد رشد فروش

بدون جذب حتی یک سرنخ جدید.

این همان قدرت فرآیند فروش است.

فروش حرفه‌ای یک سیستم است

بسیاری از شرکت‌ها فروش را به استعداد افراد وابسته می‌کنند.

اما شرکت‌های بزرگ فروش را به سیستم وابسته می‌کنند.

وقتی فرآیند مشخص باشد:

* نتایج قابل پیش‌بینی‌تر می‌شوند.

* آموزش نیروهای جدید آسان‌تر می‌شود.

* وابستگی به افراد کاهش پیدا می‌کند.

* رشد فروش پایدارتر می‌شود.

جمع‌بندی

هر زمان فروش کاهش پیدا کرد، قبل از افزایش بودجه بازاریابی یک سؤال مهم بپرسید:

«آیا واقعاً مشتری کم داریم یا فرآیند فروش ما ضعیف است؟»

در بسیاری از سازمان‌ها فرصت‌های فروش کافی وجود دارد.

اما به دلیل ضعف در کشف نیاز، ارائه راه‌حل، پیگیری و مدیریت فرآیند، این فرصت‌ها به درآمد تبدیل نمی‌شوند.

بهبود فرآیند فروش می‌تواند بدون افزایش هزینه‌های بازاریابی، رشد قابل توجهی در درآمد و سودآوری ایجاد کند.

و این دقیقاً همان کاری است که شرکت‌های حرفه‌ای انجام می‌دهند.

سوالات متداول

فرآیند فروش چیست؟

مجموعه مراحل و فعالیت‌هایی که مشتری را از اولین تماس تا خرید نهایی هدایت می‌کند.

نرخ تبدیل فروش چیست؟

درصدی از مشتریان بالقوه که در نهایت به مشتری واقعی تبدیل می‌شوند.

آیا افزایش مشتریان بالقوه همیشه باعث افزایش فروش می‌شود؟

خیر. اگر فرآیند فروش ضعیف باشد، بسیاری از فرصت‌ها از بین می‌روند.

مهمترین مزیت بهبود فرآیند فروش چیست؟

افزایش فروش و سودآوری بدون نیاز به افزایش هزینه‌های جذب مشتری.

آیا فرآیند فروش شرکت شما به اندازه کافی کارآمد است؟

بسیاری از سازمان‌ها فرصت‌های فروش ارزشمندی را در مراحل مختلف قیف فروش از دست می‌دهند، بدون آنکه علت آن را بدانند.

تیم IRE Coach با ارزیابی فرآیند فروش، تحلیل نرخ تبدیل و شناسایی نقاط ضعف سیستم فروش، به شما کمک می‌کند درآمد و سودآوری کسب‌وکار خود را افزایش دهید.

برای دریافت جلسه ارزیابی فروش و توسعه درآمد با ما در ارتباط باشید.

منابع و مطالعات پیشنهادی

The Challenger Sale – Matthew Dixon & Brent Adamson *

SPIN Selling – Neil Rackham *

Predictable Revenue – Aaron Ross *

Harvard Business Review – Sales Process Management *

Gartner Sales Performance Research *