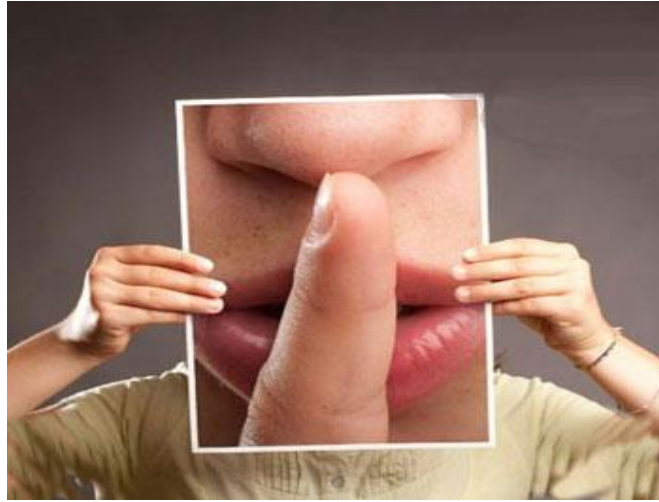


## مبادا به مشتری از این حرف ها بزنی



همشهری آنلاین: دنیای خرده‌فروشی، وسیع و مملو از کالاها و خدمات مختلف و متنوع است. سبک و سیاق فروشنده‌گی در یک فروشگاه با سایر انواع فروشنده‌گی شباهتها و تفاوت‌هایی دارد.

در یک فروشگاه، فروشنده با گروهی متنوع از مردم مصرف‌کننده سروکار دارد، نه با یک یا چند مأمور و کارشناس خرید که غالباً از اصول و روشهای خاص و مشابهی پیروی می‌کنند. پس فروشنده‌ی فروشگاه‌ی باید منعطف‌تر بوده و آماده‌ی رویارویی با طیف وسیعی از مشتریها با رفتارها، سلايق، نیازها و انتظارات گوناگون باشد.

ماهیت فروش فروشگاه‌ی به نوعی است که مشتری به فروشنده مراجعه می‌کند، نه فروشنده به مشتری. به عبارتی فروشنده در پیدا کردن مشتری نقش کم‌رنگی دارد، مشتری خود برای خرید به داخل فروشگاه می‌آید و وظیفه‌ی فروشنده از این مرحله آغاز می‌شود. اسمش را هرچیز که دوست دارید بگذارید، خدمات مشتری، خلق تجربه‌ی دلنشین برای مشتری، رفتار مطلوب فروش، یا حتی ساده‌تر از اینها، انجام درست کارها.

اما یک اصل را فراموش نکنید، موفقیت فروشگاه شما رابطه‌ی مستقیمی دارد با کیفیت تجربه‌ای که مشتریان شما از آخرین مراجعه‌ی خود به یاد دارند. تعامل شما با مشتری تحت تأثیر عوامل مختلفی همچون قوانین فروشگاه، مدیریت موجودی کالاها، اعمال تخفیف و اهدای هدایا و مواردی از این دست خواهد بود. اما قوی‌ترین عاملی که بابت آن قضاوت خواهید شد، نوع تعامل و ارتباط شما با مشتری در سطح فروشگاه است.

اگر به عبارات و واژه‌هایی که خودتان و همکارانتان در ارتباط با مشتری به کار می‌برید، دقت کنید، از اینکه جملاتی در سطح فروشگاه شما به کار می‌رود که خاصیتی جز دفع مشتری ندارند، متعجب خواهید شد. در ادامه، برخی از این جملات را با هم مرور خواهیم کرد. به یاد داشته باشید وظیفه‌ی شما به عنوان یک فروشنده‌ی فروشگاه‌ی، ایجاد حس مطلوب و تجربه‌ی دلنشین هنگام خرید برای مشتری است. وظیفه‌ی شما ایجاد وفاداری در مشتری است.

یک مشتری وفادار بارها و بارها از شما خرید می‌کند و خرید از فروشگاه شما را به دیگران توصیه می‌کند. داشتن

مشتری وفادار، مهمترین اصل در موفقیت هر فروشگاه است. پس در ارتباط با مشتری از به کار بردن عبارات زیر حذر کنید تا خاطره‌ای ناخوشایند از فروشگاه شما در ذهن مشتری نقش نبندد

## نمی‌دونم!، اطلاع ندارم!

مطمئن باشید مشتری انتظار ندارد شما همه چیز را بدانید. وقتی پای اطلاعات درباره‌ی کالاهای موجود در فروشگاه وسط باشد، فروشنده باید بتواند به پرسشهای مشتری پاسخ دهد. کار شما در فروشگاه فقط تحویل کالا و دریافت پول نیست، شما آنجا هستید تا محصولات را بر اساس نیاز مشتری، به ایشان معرفی کنید.

پس باید تا جای ممکن اطلاعات کافی و جامع از کالاها داشته باشید، این وظیفه‌ی شماست که به مشتری کمک کنید تا کالای مناسب با نیاز خودش را پیدا کند، شما باید بتوانید کالاهای موجود در فروشگاه را با هم و کالاهای خودتان را با کالاهای مشابه و رقیب مقایسه کنید. مشتری انتظار دارد اطلاعات مناسبی درباره نحوه‌ی استفاده و بیایا نگهداری کالا، از شما دریافت کند.

پس، عباراتی مثل «من نمی‌دونم» و یا «ببخشید، در این باره اطلاع ندارم»، جملات مناسب برای یک فروشنده‌ی حرفه‌ای نیست. حتی اگر شما درباره‌ی موضوعی اطلاع ندارید، بهتر است به دنبال پاسخ باشید و با گفتن عباراتی مثل «سؤال جالبی رو مطرح کردید، اجازه بدید جوابش رو براتون پیدا کنم»، ضمن اینکه عدم اطلاع شما درباره‌ی کالا کمتر به نظر مشتری خواهد آمد، نشان می‌دهد شما به عنوان یک فروشنده‌ی حرفه‌ای نگران نگرانیهای مشتری هستید.

## فروش مقطعی!

اگر سیاستهای فروشگاه شما بر اساس فروش مقطعی در نظر گرفته شده است، ضروری است که مشتری قبل از خرید بداند که در فروشگاه شما، هیچ کالایی پس از فروش، پس گرفته نمی‌شود. البته در بازار امروز که همه چیز بر مدار مشتری می‌چرخد، فروشگاهها باید در این زمینه منعطف باشند مگر در مواردی خاص مثل برخی اقلام خوراکی و دارویی و یا کالاهای الکترونیکی که البته برای این موارد نیز باید مشتری در فرایند خرید از قطعی بودن فروش مطلع شده و با آگاهی کامل خرید خود را انجام دهد.

اما از آنجا که مشتری رئیس است، پیشنهاد می‌شود برای حفظ مشتری و جلب رضایت وی، تا حد امکان در این زمینه منعطف باشید. در نظر داشته باشید که فردی که برای پس دادن و یا تعویض کالا به شما مراجعه کرده است، یک مشتری ناراضی است، و گفتن این جمله که «فروش ما قطعی و جنس فروخته شده پس گرفته نمی‌شه!» باعث خواهد شد مشتری ناراضی به مشتری عصبانی تبدیل شود. بهتر است در چنین مواردی، به جای پافشاری و یادآوری سیاستهای فروشگاه، به فکر حل مسئله‌ی مشتری باشید. مطمئن باشید اگر هدف، ایجاد رضایت و حفظ مشتری باشد، می‌توانید ضمن پایبندی بر سیاستهای خود، به راهکارهای جذاب و مؤثری دست یابید. یادمان باشد: همیشه هزینه‌ی حفظ یک مشتری، بسیار بیشتر از هزینه‌ی جذب یک مشتری جدید است.

## تعطیلا!

در پایان یک روز شلوغ، در حالی که مشغول بستن حسابهای روزانه و جمع و جور کردن فروشگاه هستید، ناگهان

یک مشتری از راه می‌رسد و انتظار دارد وارد فروشگاه شده و خرید کند. اغلب فروشنده‌ها در چنین مواقعی به ساعت‌شان اشاره کرده و با صلابت می‌گویند: «تعطیله!» و در مقابل درخواست مشتری پاسخ می‌دهند: «فردا...». لطفاً قبل از اینکه با اینگونه پاسخها، یک فروش بالقوه را از دست بدهید، به این موضوع فکر کنید که مشتری ساعت کار شما را نمی‌داند، او آمده است تا پول خود را به شما بدهد و از شما خرید کند، همین!

پس اگر نوع کالاهای شما به نحوی است که امکان خرید سریع وجود دارد، به مشتری بگویید: «ما ساعت ۱۰ تعطیل می‌کنیم و فردا صبح ساعت ۹ مجدد در خدمت هستیم، اما اگر موردی هست که می‌تونم الآن سریع براتون انجام بدم، بفرمایید» بدین ترتیب ضمن مطلع کردن مشتری از ساعت کاری فروشگاه، به وی یادآور شدید که امکان اینکه در حال حاضر زمان زیادی را به وی اختصاص دهید، وجود ندارد. از طرفی تجربه‌ی خرید مشتری از فروشگاه شما که در حال تعطیل کردن بوده‌اید، برای مشتری بسیار ارزشمند است. همین کارهای کوچک می‌تواند تعداد مشتریان وفادار شما را به مرور افزایش دهد.

## اوناه، اونجاست، اونجاست!

وقتی مشتری از شما درباره‌ی محل کالایی در فروشگاه سؤال می‌پرسد و شما با انگشت به ردیفی از کالاها اشاره می‌کنید و می‌گویید: «اوناه، اونجاست، قفسه‌ی اول!» این پیام را به وی منتقل می‌کنید که نیاز و خواسته‌ی تو - مشتری - برای من - فروشنده - اهمیتی ندارد. اگر برای شما پاسخ به نیاز مشتری و رضایت وی اهمیت دارد، در پاسخ به این پرسش مشتری، وی را تا قفسه‌ی کالای مورد نظر همراهی کنید. از این فرصت برای شناخت نیاز مشتری و ارائه‌ی توضیحی کوتاه درباره‌ی مزایای کالای مورد نظر، استفاده کنید. در مواردی که امکان همراهی تا بخش دیگری از فروشگاه برایتان میسر نیست، ضمن راهنمایی صحیح و مؤدبانه‌ی مشتری، حتماً در حد دو الی سه قدم به همراهی او ادامه دهید.

## من نمی‌توانم این کار رو بکنم!

این هم روشی است که به مشتری جواب منفی بدهید. واژه‌ی «نه»، آخرین واژه‌ای است که مشتری انتظار دارد از شما بشنود. اگر شما مدیر و یا سرپرست هستید برای اینکه کاربرد عباراتی مثل «از دست من کاری ساخته نیست!» در فروشگاه شما به حداقل و یا صفر برسد، باید اصول کار را به فروشنده‌ها آموزش داده و ایشان را توانمند کنید به نحوی که قادر به تصمیم‌گیری درست در شرایط مختلف باشند و بتوانند به حل مسائل مشتری بپردازند.

فروشنده‌ها باید متوجه باشند که مشتری از ایشان انتظار همراهی دارد پس اگر کالایی را با شرایط خاصی طلب کردند، و ایشان قادر به ارائه‌ی آن خدمت نبودند و یا در این زمینه اختیار کافی نداشتند، به جای ارسال پیام «نه» به مشتری، باید از کمک سرپرست و یا یکی از همکاران در این مورد استفاده کنند.

## این مربوط به بخش ما نیست!

در اغلب فروشگاه‌های بزرگ، هر فروشنده مسئول یکی از بخش‌ها و یا مسئول انجام یک کار خاص است. اگر شما هم در چنین فروشگاه‌های مشغول هستید و یک مشتری خواسته‌ای را با شما مطرح کرد که مربوط به بخش و واحد شما نمی‌شد، هرگز با عبارت «این مربوط به بخش ما نمی‌شه!» به وی پاسخ ندهید. شاید قصد شما از گفتن این جمله این بوده که نمی‌خواهید در کار تخصصی واحد دیگری دخالت نابجا کنید، اما این چه اهمیتی برای مشتری دارد؟ این پاسخ شما، آن چیزی نیست که مشتری انتظار شنیدنش را دارد.

مشتری می‌خواهد به آسان‌ترین روش به آنچه می‌خواهد، دست یابد. پس در مواردی از این دست، به جای اینکه به مشتری اطلاع دهید که شما فرد مورد نظر وی نیستید، به وی کمک کنید تا به همکار مورد نظر مراجعه و مشکلش را حل کند. این موضوع مسلّم این است که شما تمام بخش‌های فروشگاه و حیطه‌ی وظایف و مسئولیت‌های همکارانتان را بشناسید، و به مشتری بگویید: «اجازه بدید شما رو به همکارم که می‌تونه در این مورد بهتره و اون کم‌کنه، معرفه، معرفی کنیم»

## اون جـ انس رو تمـوم کـردیم!

اینکه گاهی موجودی کالای خاصی در فروشگاه تمام شود، برای مشتری قابل پذیرش است. اما شما باید موجودی کالاها را به شیوه‌ای مدیریت کنید که این موضوع به ندرت اتفاق بیفتد. در غیر این صورت اعتماد مشتری به فروشگاه شما، کم‌رنگ خواهد شد. در صورتی که کالای مورد نظر مشتری موجود نبود، در وهله‌ی اول سعی کنید دلیل انتخاب آن کالای خاص توسط مشتری را بفهمید، سپس یک کالای جایگزین که می‌تواند پاسخگوی نیاز مشتری باشد به وی پیشنهاد دهید.

دقت کنید که این کار باید صادقانه و با هدف تأمین نیاز مشتری باشد. به هیچ وجه سعی نکنید از این شرایط سوء استفاده کرده و چیزی را به مشتری تحمیل کنید. اگر کالاهای پیشنهادی شما نظر مشتری را جلب نکرد و یا مشتری بر خرید کالای خاصی تأکید داشت، زمان دقیق تأمین آن کالا را به وی اطلاع دهید و یا حتی می‌توانید در صورت تمایل مشتری، اطلاعات لازم را از وی گرفته و به محض تأمین آن کالا، با مشتری تماس بگیرید. این راهکار می‌تواند در برقراری ارتباط مؤثر با مشتری و افزایش میزان خشنودی وی از فروشگاه شما، بسیار اثربخش باشد.

## شـرمند، ایـن مخـالف با قـوانین ماسـت!

در بازار رقابتی امروز، فروشگاه‌ها نمی‌توانند انعطاف‌پذیر نباشند. هر فروشگاه‌ای برای خود مجموعه‌ای از قوانین و قواعد دارد؛ اینکه تحت چه شرایطی می‌توان کالایی را پس از فروش پس گرفت یا معاوضه کرد، در چه صورت می‌توان به مشتری تخفیف داد، و مواردی از این دست. هدف از وضع این قوانین باید دو چیز باشد: جلب رضایت مشتری و حفظ منافع فروشگاه. قوانین و خط مشی‌های فروشگاه باید بین این دو موضوع تعادل ایجاد کند، و به افراد کمک کند تا در شرایط و وضعیت‌های مختلف، امور فروشگاه را به خوبی اداره کنند. اما اگر مشتری از شما خواسته‌ای داشت که مطابق با قوانین داخلی فروشگاه نبود، در وهله‌ی اول باید به دنبال حل مسئله‌ی مشتری باشید. به او بگویید: «به طور معمول، برای مواردی مثل موضوع شما، ما این کار رو می

کنیم که .....، اما اجازه بدید ببینیم چطور می‌تونیم این مسئله رو برای شما حل کنیم، کاری که من می‌تونم بکنم اینه که .....» سعی کنید راهکارهایی مناسب به وی معرفی کنید، حفظ تعادل بین رضایت مشتری و منافع فروشگاه بسیار مهم است. شاید گاهی اوقات نیز مجبور باشید خارج از قواعد فروشگاه تصمیم بگیرید و شاید لازم باشد مدیر فروشگاه درباره‌ی اصلاح قواعد دست و پا گیر، هر چه سریعتر اقدام کند.

## من نمی‌دونم، تازه اومدم اینجا!

اینکه شما به تازگی در یک فروشگاه مشغول به کار شده‌اید، ناتوانایی شما در رسیدگی به خواسته‌های مشتری را توجیه نمی‌کند. مشتری در فروشگاه شما است تا خرید کند، انتظار دارد به سوالاتش به خوبی پاسخ داده شود یا مسائالش به خوبی حل شود. اغلب مشتریان با کندی کار و یا اشتباهات کوچک فروشنده‌ی جدیدی که مؤدب است و تمام تلاش خود را به کار می‌گیرد تا به ایشان کمک کند، به خوبی کنار می‌آیند.

پس اگر به تازگی در فروشگاه‌ی مشغول به کار شده‌اید و هنوز قواعد کار و یا محل قرار گرفتن کالا و اجناس مختلف را نمی‌دانید، سعی نکنید برای پوشاندن این ضعف خود، اطلاعات اشتباه به مشتری بدهید. به مشتری بگویید: «لطفاً کمی تحمل بفرمایید تا دستورتون رو انجام بدم». البته فروشنده‌های زرنگ پیش از اینکه در چنین موقعیتهایی گرفتار شوند، به یادگیری و کسب اطلاعات لازم می‌پردازند.

## گوشی ..... !!

متأسفانه این واژه در ارتباطات تلفنی بین فروشنده و مشتری، بسیار استفاده می‌شود. اما شما به عنوان یک فروشنده هیچگاه نباید از آن استفاده کنید. اگر به هر دلیل لازم است مشتری پشت خط تلفن منتظر بماند حتماً با گفتن عباراتی مثل «می‌شه چند لحظه منتظر بمونید تا .....» آنها را از این امر مطلع سازید.

## الآن سرم شلوغه!

آیا شما تا به حال این عبارت را گفته‌اید یا شنیده‌اید؟ سؤال اینجاست که اگر شما برای مشتری وقت ندارید، پس برای چه در فروشگاه حضور دارید؟ این واژه یعنی «مشتری گرامی! لطفاً از ما خرید نکنید!» یادمان باشد اگر مشتری نباشد، ما هم کار و درآمدی نخواهیم داشت. پس اگر به هر دلیل مشغول انجام کاری هستیم و همزمان باید به یک مشتری نیز رسیدگی کنیم، پرداختن به کار مشتری در اولویت است و اگر واقعاً چنین امکانی وجود ندارد، با گفتن عباراتی مثل «تا چند لحظه‌ی دیگه در خدمتون هستیم» به شیوه‌ای مؤدبانه، کمی وقت برای خودمان بخوریم.

## داری اش تباه می‌کنی!

بسیاری از فروشگاهها به ظاهر بر این موضوع که «همیشه حق با مشتری است» اصرار شدیدی دارند. با این حال وقتی مشتری اشتباه می‌کند و حق با او نیست، می‌شنویم که فروشنده به راحتی به او گوشزد می‌کند که «شما داری اشتباه می‌کنی!». یادمان باشد حتی اگر مشتری اشتباه کرده است، هرگز این جمله را به زبان نیاوریم.

در چنین موقعیتی باید بر مسئله‌ی بوجود آمده و ارائه‌ی راهکار مناسب برای آن تمرکز کنید، چنین جملاتی نشان می‌دهد شما به جای پرداختن به مسئله، به دنبال مقصر می‌گردید و دست بر قضا مقصر مورد نظر همان مشتری است که قرار است همیشه حق با او باشد. وظیفه‌ی شما حفظ مشتری است پس به مشتری یادآور شوید که «گویا سوءتفاهمی روی داده، اجازه بدید ببینیم چطور می‌شه این موضوع رو حل کرد»

## اگر تو اون ردیف پیداش نکردی، پس حتماً تموم شده!

وقتی یک مشتری از شما می‌خواهد که در پیدا کردن کالایی راهنمایی‌اش کنید، یعنی تصمیم به خرید آن کالا دارد. ممکن است شما آن کالا را تمام کرده باشید و شاید هم در انبار موجود داشته باشید. وظیفه‌ی شما فروختن کالا است، پس اگر چنین پیامی از مشتری دریافت کردید، نسبت به فراهم کردن کالای مورد نظر و یا پیشنهاد کالایی مشابه درنگ نکنید. به مشتری بگویید: «اجازه بدید ببینم می‌تونم چیزی رو که می‌خواید براتون پیدا کنم». یادتان نرود سبوری هم به انبار بزنید.

## همه بین؟!!

شاید این واژه‌ها را بیشتر هنگامی که مشتری پای صندوق می‌رود، شنیده باشید. گاهی فروشنده‌ها با گفتن این واژه‌ها می‌خواهند مشتری را نسبت به خرید بیشتر ترغیب کنند، اما غافل از اینکه این واژه‌ها دارای بار منفی هستند. برخی مشتریها این واژه‌ها را تحقیرآمیز معنا می‌کنند: فقط همین چند تا؟! یعنی نمی‌خواهی بیشتر خرید کنی؟! برخی دیگر از مشتریها این برداشت را دارند که فروشنده فردی کم‌حوصله است و می‌خواهد هرچه سریعتر فروش را خاتمه دهد. برای اینکه دیگر این واژه‌ها را بکار نبریم، کفایت پذیریم شاید برداشت پنجاه درصد مشتریها از این جنس باشد و چه چیز بدتر از توهین به مشتری، حتی اگر اینکار عمدی نباشد. پس اگر هدف شما ترغیب مشتری نسبت به خرید بیشتر است، می‌توانید بر اساس سلیقه‌ی مشتری برخی از اجناس و کالاهایتان را

به او پیشنهاد دهید: «تا حالا اینها رو امتحان کردیدی.....؟»



