

در همایش از فروش سنتی به فروش بازار محور در اتاق بازرگانی اصفهان مطرح شد ؛ مدل جدید فروش بر اساس رابطه و اعتماد فروشنده با خریدار شکل می گیرد

یک مدرس و مشاوره فروش و بازاریابی گفت: مدل جدید فروش کالا و خدمات بر اساس رابطه و اعتماد فروشنده با خریدار شکل می گیرد.

یک مدرس و مشاوره فروش و بازاریابی گفت: مدل جدید فروش کالا و خدمات بر اساس رابطه و اعتماد فروشنده با خریدار شکل می گیرد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، سید صدرالدین نجاتی گیلانی در همایش فروش سنتی به فروش بازار محور در سالن همایش های بین المللی اتاق بازرگانی اصفهان گفت: تغییرات محیط داخلی و خارجی که لزوم تحول در تفکر و روش فروش را الزام می دارد و بر این اساس بنگاههای اقتصادی باید نگاه مدرن فروش را جایگزین نگاه سنتی کنند.

وی تصریح کرد: چارچوب فکری و مهارتهای فروش مدرن برای موفقیت در شرایط فرا رقابتی که با آن روبرو هستیم برای بنگاههای اقتصادی الزامی است .

وی با توصیف ویژگی های فروشنده حرفه ای و مدرن که بتواند مشاور خرید خریداران باهوش باشد ، افزود: خریداران امروز خواستار دریافت مشاوره از فروشندگان اند.

وی مدل نوین مارکتینگ و فروش را شامل آمادگی فروش: بخش بندی بازار، انتخاب بازار هدف، تهیه محتوا، جمع آوری اطلاعات بازار، سیستم های جذب مشتری، استفاده از Leadها (آفرهای جذاب،

دعوت به همکاری، بازدید)، تقویت Leadها (پروموشن و مقالات)، افزایش تعداد مشتریان، ارزیابی گزینه ها، ارزش به هر مشتری و تصمیم عنوان کرد .

وی دگرگونی در دیدگاه خریداران را شامل سیستم مالیاتی، کاهش یارانه ها، افزایش عرضه کنندگان خارجی، کاهش هزینه های مالی برشمرد .

وی مدل قدیم فروش را شامل ۴۰ درصد اتمام فروش، ۳۰ درصد فرایند فروش و پرزنتیشن، ۲۰ درصد احتیاجات خریدار و ۱۰ درصد رابطه و اعتماد بین فروشنده و خریدار عنوان کرد و

گفت: در مدل جدید فروش ۴۰ درصد به رابطه و اعتماد و نزدیک بودن اختصاص دارد و ۳۰ درصد احتیاجات خریدار، ۲۰ درصد فرایند فروش و پرزنتیشن و ۱۰ درصد اتمام فروش است .



لینک مطلب در سایت : <http://eccim.com/?MID=21&Type=News&id=1249>