



در سمینار آموزشی «مهندسی فروش در اقتصاد سرد» عنوان شد: استراتژی برندینگ، راز موفقیت در بازار است

در سمینار آموزشی مهندسی فروش در اقتصاد سرد که در سالن همایش های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان برگزار شد، استراتژی برندینگ راز موفقیت در بازار عنوان گردید.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این سمینار **نیمیا کیمیایی**، مشاور شرکت های تجاری بین المللی و مدرس دوره های مذاکرات تجاری، بازاریابی و فروش هیپنوتیزمی گفت: رقابت در فروش مانند رقابت در مسابقات ورزشی بوده و اگر همواره آموزش نینبید و تمرین نکنید رقبا از شما سبقت خواهند گرفت. وی افزود: یک مربی برای مهندسی تیم خود لازم است به چهار اصل آمادگی جسمانی، آمادگی روانی، تاکتیک و تکنیک توجه نماید. کیمیایی در ادامه با بیان اینکه در فروش باید به بدنه سازمان و بدن فروشنده توجه شود، تصریح کرد: برای ایجاد تغییر و پیشرفت لازم است در ابتدا سیستم مدیریتی 5s و نظام سازماندهی محیط کار- در سازمان عملی شده و پرسنل نیز از آمادگی جسمانی لازم برخوردار باشند. مدرس مهندسی بهبود و توسعه فردی، برندینگ و تبلیغات هدفمند گفت: بر اساس تحقیقات انجام گرفته مشخص شده افراد در زمانی که دارای حس برتری هستند، هورمون تستسترون بیشتری در بدن آنها ترشح شده و در نتیجه احساس شادی و قدرت بیشتری می نمایند در حالی که در زمان استرس هورمون کورتیزول بیشتری ترشح شده و افراد احساس یاس و ناامیدی می نمایند. کیمیایی با اشاره به اینکه مدل نشستن، راه رفتن و... در ترشح این دو هورمون تاثیرگذار است، تاکید کرد: برای دست یافتن به فروش بیشتر بر روی زبان بدن خود کار کنید. وی در توضیح آمادگی روانی نیز گفت: یکی از ابزارها برای ایجاد انگیزه هدفگذاری است پس سعی کنید اهدافی برای پرسنل فروش خود مشخص کرده تا انگیزه لازم برای کار بهتر در آنها ایجاد شود. مشاور شرکت های تجاری بین المللی در ادامه افزود: از بین رفتن پویایی در یک مجموعه موجب رکود آن مجموعه خواهد شد. کیمیایی با تاکید بر اینکه آمادگی روانی در ساختارهای مدیریتی بسیار اهمیت دارد، گفت: آگاهی موجب انتقال انرژی و انتقال انرژی نیز سبب حرکت بدن می شود پس پرسنل خود را از لحاظ روانی شارژ کرده و به آنها اطمینان دهید که از توانایی لازم برخوردار هستند. وی مقصود از تاکتیک را طراحی برنامه هایی که به ما در رسیدن به اهدافمان کمک می کند بیان و تصریح کرد: استراتژی برندینگ راز موفقیت در بازار است. مدرس این دوره افزود: استراتژی برندینگ به معنای مزیت استراتژیک برندسازی فروشگاه از طرف فروشندگان به جای فقط فروش محصول است. وی سوالات محصولات و خدمات ما چه هستند؟ مشتریان ما چه کسانی هستند؟ مشتری چه می خرد؟ تمایز ما با رقبا چیست؟ و چرا مشتریان از ما خرید می کنند را پنج سوال اولیه برای طراحی تاکتیک عنوان کرد. مدرس دوره های مذاکرات تجاری، بازاریابی و فروش هیپنوتیزمی گفت: واقعیت این است که مشتریان به شما، شرکت شما و محصول شما اهمیت نمی دهند و اینکه شما چه می کنید تا آنها راحت تر زندگی کنند برایشان حایز اهمیت است. کیمیایی همچنین تاکید کرد: مشخصات محصول برای مشتری مهم نیست بلکه آنچه از خرید عایدش می شود مهم است پس در مجموعه خود اصالت و اعتبار بفروشید. وی در ادامه گفت: تنها با از برکردن استاندارد فنی نمی توان خریداران را متقاعد به خرید کرد بلکه فروش فرایند رابطه سازی و شنیدن است پس برای فروش بهتر شنوندگان خوبی باشید. مدرس این دوره در پایان سخنان خود یکی از شاخص های موفقیت در فروش را بکار بردن تمام توان در رسیدن به موفقیت عنوان کرده و افزود: باید بعد از اتمام کار بتوانید به این سوال که آیا من تمام تلاش خود را به کار بردم یا خیر پاسخ دهید. کیمیایی با تاکید بر اینکه از فرایند فروش لذت ببرید تصریح کرد: ایجاد عشق فروش در میان پرسنل و علاقه و تعصب آنها نسبت به برند شما یکی از نکاتی است که در موفقیت یک مجموعه بسیار موثر است. وی با بیان این نکته که ضعف ما ذاتی یا ناشی از اشتباهات طبیعت نیست، گفت: موفقیت ما مربوط به نوع انتخاب های ماست پس در ابتدا در باورهایمان تغییر ایجاد کرده و سپس هدفگذاری نموده و پیش روید. لازم به ذکر است این سمینار به همت کمیسیون آموزش، پژوهش و توانمندسازی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد.