

# ۱۳ روش برای سرعت بخشیدن به چرخه‌های فروش



نویسنده: مهران منصوری فر

یکی از عواملی که باعث فروش کمتر در کسب و کارها می‌شود طولانی بودن چرخه‌های فروش است که در این مقاله به ۱۳ موردی که می‌تواند چرخه فروش را کوتاه کند و باعث فروش بیشتر شود، می‌پردازیم.

چرخه فروش به مجموعه اقدامات خاصی گفته می‌شود که فروشندگان در جهت فروش محصولات یا خدمات خود انجام می‌دهند. چرخه‌های فروش طولانی، از شناخته شده‌ترین مشکلات تیم‌های فروش کوچک و بزرگ هستند. چرخه‌های فروش طولانی‌تر به معنی انجام معاملات کم‌تر در واحد زمان هستند. به همین خاطر، شما مدت زمان کم‌تری برای جذب مشتریان مهم‌تر در اختیار خواهید داشت. نتیجه داشتن چرخه‌های فروش طولانی، پیشرفت آهسته و رنج‌آور و ریزش مشتریان است. اما می‌توان با کوتاه کردن چرخه‌های فروش، تمام این مشکلات را حل کرد. چرخه‌های فروش کوتاه‌تر به شما کمک می‌کنند معاملات سریع‌تر و بیشتری انجام دهید. پس اگر با این مشکل مواجه هستید، احتمالاً نمی‌دانید چطور چرخه‌های فروش خود را بهینه کنید. البته جای هیچ نگرانی نیست؛ چراکه به جای درستی آمده‌اید. ما بهترین روش‌ها را برایتان آماده کرده‌ایم که به شما کمک می‌کنند مراحل مختلف چرخه فروش خود را به نهایت بهره‌وری برسانید. با به کارگیری این روش‌ها، معاملات شما سریع‌تر انجام می‌پذیرند و در نتیجه، چرخه فروشتان سرعت می‌گیرد.

در ادامه، فهرست ۱۳ تغییر و بهینه‌سازی موثر آورده شده است که با به کارگیری آن‌ها در روند فعلی فروشتان، می‌توانید به چرخه فروش خود سرعت بخشید.



با سرعت بخشیدن به چرخه فروش، از ریزش مشتری جلوگیری و به افزایش فروش خود کمک کنید.

مدریوب

### ۱- از منابع دارای بهترین عملکرد برای افزایش معاملات خود استفاده کنید

معاملات شما از منابع مختلفی که خود ایجاد کردید نشات می‌گیرند. این منابع می‌توانند صفحات فرود محصول شما، دکمه‌های اقدام به عمل (Call to Action) موجود در وبلاگتان، شبکه‌های اجتماعی شما، ایمیل‌های تجاری شما و مواردی از این دست باشند. منبعی را پیدا کنید که سریع‌ترین فروش را ایجاد می‌کند و آن را گسترش دهید. برای مثال، تمامی معاملات انجام شده خود را به همراه منبعی که از آن سرچشمه گرفته‌اند لیست کنید و سپس به

ترتیب مدت زمانی که طول کشیده تا هر معامله انجام شود، آن‌ها را مرتب کنید.

وقتی منبع دارای بهترین عملکرد را پیدا کردید و فروشتان را افزایش دادید، آن را نسبت به دیگر معاملات خود اولویت‌دهی کنید. از آنجاییکه این منابع بیشترین فروش را برای شما ایجاد می‌کنند، اولویت‌دهی آن‌ها منجر به فروش بیشتر در مدت زمان کمتری می‌شود که نهایتاً بطور موثری چرخه فروشتان را کوتاه می‌کند.

البته، دانستن این که استفاده از منابع مشابه ممکن است نتیجه منبع اولیه را در افزایش فروشتان در پی نداشته باشد، بسیار مهم است. ممکن است با گذشت زمان، فروش محصولات از دیگر منابع سرازیر شود. پس، پیگیری منابع و داشتن آمار فروش هر کدام، امری ضروری است. اینگونه، شما تمام سرمایه خود را روی تنها یک منبع صرف نمی‌کنید و فقط بر آن متکی نخواهید بود.



از منابع دارای بهترین عملکرد برای  
افزایش معاملات خود استفاده کنید.

مدیر

### ۲- روند فروش مشخصی داشته باشید

عملیات فروش، اغلب با بکارگیری چندین روش قوی حاصل نمی‌شود. آن‌ها، در مواجهه با شرایط غیرمنتظره که در مراحل مختلف چرخه فروش رخ می‌دهد، جای خود را به موانع می‌دهند. یک روند فروش مشخص، این موانع را در نظر می‌گیرد. اینگونه، می‌توان با عکس‌العمل به موقع، در وقت صرفه جویی کرد و از ایجاد نگرانی جلوگیری به عمل آورد.

بیا بیا فرض کنیم تیم شما با تصمیم گیرنده‌ای (منظور شخصی است که در یک سازمان تصمیم نهایی را برای این که یک چیز را بخرد یا نخرد می‌گیرد) مواجه شده است که پاسخ شما را نمی‌دهد. واکنش شما در این خصوص چیست؟ با چه کسی پیگیری می‌کنید؟ چند روز زمان صرف چنین تصمیم گیرنده‌ای می‌کنید؟

اینکه تیم شما بداند با چه کسی پیگیری کند، چه مدت زمانی منتظر بماند و چگونه برخورد کند، امری ضروری محسوب می‌شود. اینگونه، در زمان صرفه‌جویی می‌شود و چرخه فروش شما نیز سرعت می‌گیرد. وقتی تمام فرآیند فروش از قبل تعیین شده باشد، به شما در مقیاس‌بندی عملیات فروشتان و نیز پیش‌بینی نتایج کمک خواهد کرد.

### ۳- از مدت زمان چرخه فروشستان ارزیابی مقایسه‌ای به عمل آورید

وقتی یک روند فروش قابل اتکا برای خود مشخص کردید، از مرحله یافتن مشتری جدید تا عقد قرارداد با او، یک میانگین زمانی تهیه کنید. در اختیار داشتن این معیار به شما کمک می‌کند تا برای عملکرد خود یک خط مبنا و طرح کلی داشته باشید. از این مرحله به بعد، شما می‌توانید حول این خط مبنا عملکرد خود را بهتر کرده و سعی کنید عملکردی هرچه بهتر از خط مبنا خود داشته باشید. به عبارتی، سعی کنید تیم شما حتی در مقایسه با زمان ارزیابی شده خودتان، بهتر عمل کند.

وقتی متغیرها را اندازه بگیرید، پتانسیل بهتر شدن و پیشرفت را در آن‌ها ایجاد می‌کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا برای خود هدف‌گذاری کرده و روندهای فروشستان را با محوریت آن‌ها ترتیب دهید. حتی می‌توانید یک پله عقب‌تر بروید و متوسط زمانی که برای هر مرحله از چرخه فروشستان نیاز دارید را محاسبه کنید. از این طریق، می‌توانید مراحل را که بیشترین زمان را از شما می‌گیرند مشخص کنید و مراحل طولانی‌تر را بهینه‌سازی کنید و متوسط زمان را اینگونه کاهش دهید. بهینه‌سازی مراحل، بر کل مدت زمانی که چرخه فروش شما نیاز دارد اثرگذار خواهد بود.



از مرحله یافتن مشتری جدید تا عقد قرارداد با او،

یک میانگین زمانی تهیه کنید و با بهینه سازی

مراحل طولانی‌تر متوسط زمان را کاهش دهید.

تاریخچه

### ۴- فروش‌های ناکارآمد را از دستور کار خود کنار بگذارید

از کوچک‌ترین عواقب مستقیم معاملات ناکارآمد، همین است که بعداً متوجه ناکارآمد بودن آن‌ها شوید. آن وقت است که خواهید فهمید چقدر از زمان، منابع و فرصت‌های خود را از دست داده‌اید. اگرچه لزوماً اقدام بدی به نظر نمی‌رسد، اما قطعاً با کاهش فروش در مراحل آتی، چرخه فروش شما را کند می‌کند. به منظور جلوگیری از این اتفاق، معیارهای کارآمدتری را در فرآیند فروشتان مد نظر قرار دهید و قوانین سختگیرانه‌تری برای خود داشته باشید.

### ۵- فروش‌هایی که راحت‌تر اتفاق می‌افتند را در اولویت قرار دهید

اگر همزمان معاملات بسیاری برای به اتمام رساندن دارید، آن‌هایی را در اولویت قرار دهید که زودتر به اتمام می‌رسند. می‌توانید هنگام جذب مشتری، از او بپرسید که چه زمانی قصد عقد قرارداد را دارد. پرسیدن سوالات

مشابه درباره برنامه زمانی، اقدامی معمول است که بطور طبیعی به مطرح شدن سوالات دیگری در رابطه با شرایط فروش ختم می‌شود. وقتی شما چنین معاملاتی را اولویت‌دهی کنید، احتمالاً فروش‌های بیشتری را در واحد زمان خواهید داشت. این کار به نوبه خود، به شما در سرعت بخشیدن به چرخه فروشتان کمک خواهد کرد.

### ۶-مدت زمان پاسخ دهی را کاهش دهید

گاهی با مشتریانی مواجه می‌شوید که دیرتر از آنچه انتظار داشتید پاسخ شما را می‌دهند و یا بالعکس؛ شما دیرتر پاسخ آن‌ها را می‌دهید. البته این لزوماً یک فاجعه نیست. چیزی که می‌تواند به شما کمک کند، مشخص کردن مدت زمان برای پاسخ‌هایی است که به مشتریانان می‌دهید. مشخص کردن مدت زمان به این معنا است که سعی کنید در کمتر از مدت زمان تعیین شده پاسخگوی مشتریانان باشید تا به چرخه فروشتان سرعت ببخشید.

تعیین مدت زمان پاسخگویی، تجربه مشتریانان را بهبود می‌بخشد، اعتماد سازی می‌کند و روند فروش را برای هر دو طرف تسریع می‌کند. تسریع روند فروش نیز به معنی سرعت بخشیدن به چرخه فروش است.





سعی کنید در کمتر از مدت زمان تعیین شده

پاسخگوی مشتریان باشید تا به

چرخه فروشتان سرعت ببخشید.

مدیریت

## ۷- دسترسی به خدمات را به صورت خودکار درآورید و پاسخ‌ها را پیگیری کنید

اگر تجارتی گسترده با صدها فروش دارید، رسیدگی دستی به هر کدام از آن‌ها امری بسیار چالش برانگیز خواهد بود. احتمالاً پاسخ‌دهی و پیگیری‌هایی را از قلم خواهید انداخت که بطور حتم بر میزان فروش شما تاثیر منفی خواهد گذاشت. با خودکارسازی امکان دسترسی به خدمات، به وسیله ابزارهای ایمیلی (که قابلیت شخصی سازی ایمیل‌های ارسالی را به کاربر می‌دهند)، می‌توانید از پیگیری مشتریانی که هنوز پاسخ داده نشده‌اند اطمینان حاصل کنید. این خودکارسازی، به شما کمک می‌کند گفتگویتان با مشتری‌ها را ادامه دهید و از بی‌پاسخ گذاشتن آن‌ها جلوگیری کنید. اینگونه، تلاش شما برای وارد کردن مشتری به چرخه فروش، ثمربخش خواهد بود.

با پیگیری ایمیل‌های ارسالی خود، می‌توانید از زمان باز شدن ایمیل

خود توسط مشتریان باخبر شوید. انجام این کار به شما کمک می‌کند تا آمادگی بیشتری نسبت به اتفاقات آینده داشته باشید، گام‌های بعدی خود را برنامه‌ریزی کنید و چرخه فروشتان را سریع‌تر کامل کنید.

### ۸- مدارک اجتماعی را جمع‌آوری کرده و به نمایش بگذارید

ممکن است به مشتریانی برخورد کنید که در یک مرحله مشخص از چرخه فروش گیر کرده باشند یا مشتریانی در وبسایت خود داشته باشید که برای ثبت نام مردد هستند. این موارد وقتی اتفاق می‌افتند که مشتریان شما از نتیجه بخش بودن محصولاتان مطمئن نیستند. در این مواقع، مدارک اجتماعی می‌توانند به شما در تصدیق اعتبار و صلاحیت محصولاتان کمک کنند تا چنین شک و شبهه‌هایی برای مشتریانتان باقی نماند.

مدارک اجتماعی در قالب بررسی‌های موردی و رضایت‌نامه‌هایی از جانب برندهای مشهوری که از محصول شما بهره برده‌اند، ارائه می‌شوند. اینکه یک برند شناخته شده از محصول شما استفاده کرده باشد، نشانه خوبی از معتبر بودن محصول شما خواهد بود. اینگونه، محصول شما بین مشتریانتان اعتمادسازی کرده و باعث می‌شود بتوانید آن‌ها را سریع‌تر از مراحل چرخه فروش خود عبور دهید.



با انتشار نظرات کاربران و مصرف کنندگان خدمات و محصولات خود می‌توانید برای مشتریان جدید اعتماد سازی کنید و به چرخه فروشتان سرعت بخشید.

مدیرپرو

### ۹- ایرادات معمول را از همان ابتدا رفع کنید

اگر در میانه راه با ایرادی روبرو شوید، معاملات شما ممکن است از چرخه فروش خارج شوند. این ایرادات اغلب در مراحل بعدی بسیار مشکل‌ساز می‌شوند. پس بهترین کار این است که ایرادات را از همان ابتدا رفع کنید. می‌توانید این کار را با پرسیدن سؤالاتی مربوط به ایرادات شایعی که قبلاً در چرخه فروش با آن‌ها مواجه شده‌اید، انجام دهید.

در برخی حوزه‌ها، سؤالات می‌توانند اینگونه باشند:

- آیا با قطعیت به دنبال راه حلی برای خرید هستید؟
- نصب و راه‌اندازی، اجزایی هزینه‌بر هستند. آیا مشکلی با این قضیه ندارید؟
- آیا با امضای قراردادی انحصاری مشکلی ندارید؟
- آیا با شرایط پرداخت پیش‌پرداخت مشکلی ندارید؟

- آیا اشکالی ندارد که عقد قراردادتان به اطلاع عموم برسد؟
  - به چند ساعت کمک از جانب تیم مهندسی خود نیاز دارید؟
- نکته کلیدی در اینجا این است که شرایطی را که احتمال برهم زدن معامله شما را دارند، پیدا کنید و زودتر با مذاکره آن‌ها را حل کنید. در نتیجه، مشتریانی که با شرایط مشخص شده معامله مخالف هستند، زودتر از چرخه خارج می‌شوند. بقیه نیز بدون نیاز به صرف وقت بیشتر، معامله را زودتر انجام خواهند داد. در هر دو حالت، شما در زمان صرفه‌جویی کرده و به چرخه فروش خود سرعت می‌بخشید.

### ۱۰- گسترش فروش را بر عهده تیم بازاریابی بگذارید

همانند خودکارسازی دسترسی به خدمات و پیگیری‌ها، داشتن یک تیم بازاریابی که در امور فروش به شما کمک کند، ضامن رشد و گسترش فروش شما خواهد بود. تیم‌های بازاریابی اکثراً در هنگام ایجاد جریان‌های ورودی فروش وارد عمل می‌شوند. تیم بازاریابی شما می‌تواند از طریق بازاریابی محتوایی و تبلیغات اینترنتی در پلتفرم‌هایی غیر از ایمیل، به شما در دیده شدن کمک کند. در دنیای دیجیتال، دیده شدن نقشی به شدت حیاتی در افزایش میزان فروش دارد.

تیم‌های بازاریابی همچنین می‌توانند به شیوه‌های گوناگون، در یافتن تامین

کنندگان و ایجاد مدارک اجتماعی برای محصول شما موثر باشند. همانطور که گفته شد، این مدارک اجتماعی می‌توانند در میانه چرخه، فروش ایجاد کنند. اینگونه، شما می‌توانید تمرکز خود را بر طرح‌ریزی نقطه نظرات خود، درک تجارت خود و از بین بردن بلا تکلیفی‌ها بگذارید و زودتر به نتیجه برسید.



### ۱۱- زودتر با تصمیم گیرنده آشنا شوید

یکی از دلایلی که طول می‌کشد تا معامله‌ای انجام شود، می‌تواند این باشد که شما قبلاً با تصمیم گیرنده آشنا نشده بودید. گاهی اوقات، ممکن است شما خریدار خود را با تصمیم گیرنده اشتباه بگیرید. تصمیم گیرنده به فردی اطلاق می‌شود که در سازمان هدف شما، بودجه خرید را در اختیار دارد. تصمیم گیرندگان بخاطر کمبود وقت، اغلب ممکن است مستقیماً با شما در ارتباط نباشند. اما به نفع شماست که از قبل با آنها آشنا شوید. این کار به شما کمک می‌کند تا از وضعیت معامله در سازمان هدف مد نظرتان آگاه

شوید. به شما اطمینان می‌دهد که چرخه فروشتان را بیشتر از چیزی که لازم است طول نمی‌دهید. آشنایی زودتر با تصمیم گیرنده در نهایت، بطور موثری در پیش بردن سریع‌تر معامله در چرخه فروش خود و زودتر به اتمام رساندن آن، به شما کمک می‌کند.

### ۱۲) فرآیند فروش خود را چند مرحله ای کنید

وقتی از قصد مشتری برای خرید مطمئن شدید، او را متقاعد کنید که تا به اتمام رسیدن فروش، نسبت به شرکت شما تعهداتی به جز صرفا خرید کردن داشته باشد. وقتی مشتریان شما خود را متعهد به شما بدانند، مولفه‌های دیگری مثل زمان و انرژی خود را نیز برایتان صرف می‌کنند.

انجام این کار، می‌تواند ضمانتی باشد برای اینکه مشتریان شما روند خرید خود را پیوسته جلو ببرند و در نهایت آن را به اتمام برسانند. برای مثال، داشتن تعهد از سوی مشتری، باعث می‌شود تا او شما را به تصمیم گیرندگان و سران سازمانی خود معرفی کند.

اینگونه، فرآیند فروش شما به یک مرحله (یعنی فقط خرید) خلاصه نمی‌شود. داشتن فرآیند فروشی چند مرحله ای، تاثیر بسزایی بر فروشتان می‌گذارد که به شما در انجام فروش‌های بیشتر و نیز کوتاه کردن چرخه فروش کمک می‌کند.



### ۱۳-روابط سرد را بزداييد

زمانی که روند فروش قوی دارید، اطمینان حاصل کنید که برای معاملات سرد شده خود (معاملاتی که از تب و تاب افتاده و بی اهمیت شده باشند) برنامه‌ای خواهید داشت. همانطور که مشخص است، ممکن است به دست آوردن معاملات امری دشوار باشد، اما اغلب معاملات سرد بالاخره از چرخه فروش خارج خواهند شد. گسترش این معاملات سود چندانی برای شما در پی نخواهد داشت. اینگونه معاملات جدا از هدر دادن زمان تیمتان، یک

چرخه فروش طولانی نیز روی دستتان خواهند گذاشت. یک راه عالی برای جلوگیری از این اتفاق، زدودن معاملات سرد است. اولویت‌دهی نکردن معاملات سرد و ادامه دادن با دیگر معاملاتی که اولویت بالایی دارند، به شما کمک می‌کند تا تمرکز بیشتری بر انجام معاملات خود داشته باشید. برای مثال، معاملات سردی را که در مرحله خاصی از فروش به مدت ۱۲ روز بی‌پاسخ مانده‌اند، با انجام پیگیری‌های متعدد مشخص کنید. انجام این کار به چرخه فروش شما سرعت خواهد بخشید.

### سخن آخر

چرخه فروش از مراحل تشکیل شده است که هر کدام شامل گام‌هایی تکراری می‌شوند و فروشندگان با اجرای آن، مشتریان بالقوه را به مشتریان بالفعل تبدیل می‌کنند. واضح است که طرح‌ریزی یک چرخه فروش کارآمد، باعث می‌شود تا تیم فروش شما بدانند در هر مرحله چه اقداماتی لازم است انجام دهد. اینگونه، تیم فروش شما نسبت به دیگر تیم‌های فروشی که به حال خود رها شده‌اند، برتری بزرگی دارد.

چرخه‌های فروش طولانی که ماه‌ها یا حتی سال‌ها به طول می‌انجامند، زمان و منابع زیادی می‌طلبند. هرچه بیشتر برای انجام یک معامله کار کنید، قطعاً مجبور به صرف وقت و هزینه بیشتری نیز هستید. اما این، همه



معایب چرخه‌های فروش طولانی نیست. مواردی وجود دارند که حتی اگر تمام وقت و پول‌های دنیا را هم در اختیار داشته باشید، باز نتوانید به یک فروشنده تمام عیار تبدیل شوید. از معایب چرخه‌های فروش طولانی به جز زمان‌بر و هزینه‌بر بودن، می‌توان به بلاتکلیفی، افزایش احتمال پیدایش رقیبی سرسخت و دستیابی به سودی ناچیز اشاره کرد.

کوتاه کردن چرخه فروش می‌تواند تاثیر بسزایی بر کارایی عملیات فروش، سود فروش، روحیه تیم و درآمدهای تجارت شما بگذارد. کوتاه کردن چرخه فروش به قدری اهمیت دارد که باید جزو اولویت‌های برتر تیم‌های فروش قرار گیرد.

اولین روشی که از بین ۱۳ روش گفته شده برای سرعت بخشیدن به چرخه فروش خود بکار خواهید برد کدام مورد است؟

آیا روش‌های دیگری برای سرعت بخشیدن به چرخه‌های فروش سراغ دارید؟