



Nadergharibnavaz



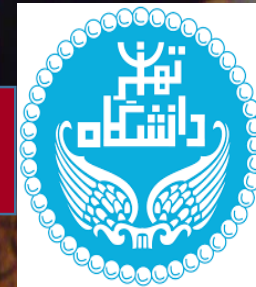
Web:www.Gharibnavaz.com



22/08/30



کارشناسی مدیریت دولتی



کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی



دانشگاه شهید بهشتی
Shahid Beheshti University

دکتری مدیریت بازرگانی



دانشگاه شهید بهشتی
Shahid Beheshti University

تکنیکهای پرزنت مشتری با رویکرد Nero Sell

عدم اطمینان

اطمینان

Selling is the transfer of Emotions

خوش پوشی،
خوش گویی،
خوش بویی،
خوش رویی،
خوش خولقی،
خوش قولی
خوش خرجی
خوش حالی

۱- برتری و سرتری (ارزش افزوده)

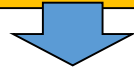
POP&POD

۲- برازندگی و بُرندگی

۳- بُرندگی

۴- بُرندینگ

یک پرزنت خوب همیشه همراه با سوال و جواب و به طور دو طرفه انجام می شود.



هنگام پرزنت کردن باید مانند یک پزشک نیاز مشتری را تشخیص داده باشیم و بعد از آن مشتری را پرزنت کنیم.



نوع گفتار - لحن صدا - خوش لباسی - خوش بویی

ملاحظات پرزنتیشن فروش

۱- کنجاوی

مغز به هر چیز عجیب، غیر معمول و تازه توجه نشان می دهد. وقتی یک پدیده جدید باشد سطح هورمون نوروآدرنالین و دوپامین بالا می رود. این هورمون با تمرکز در آمیگدال باعث افزایش تمرکز و هشیاری می گردد. مغز انسان سورپرایز را خیلی دوست دارد.



دکتر نادر غریب
dergharibnavaz



ملاحظات پرزنتیشن فروش

طراحی و دکوراسیون اتاق پرزنتیشن
داشتن مدل و خلاصه کلمات (اقتدار)
پرسش سوالات عجیب و عمیق (در چه سطحی از عملکرد کارشناسان اخراج می شوند)
استفاده از ابزار (آهن ربا- خط انداختن روی رال)
در شروع اطلاعات دست اول به مشتری دادن و چرخش به سمت مطالب دیگر

ملاحظات پرزنتیشن فروش

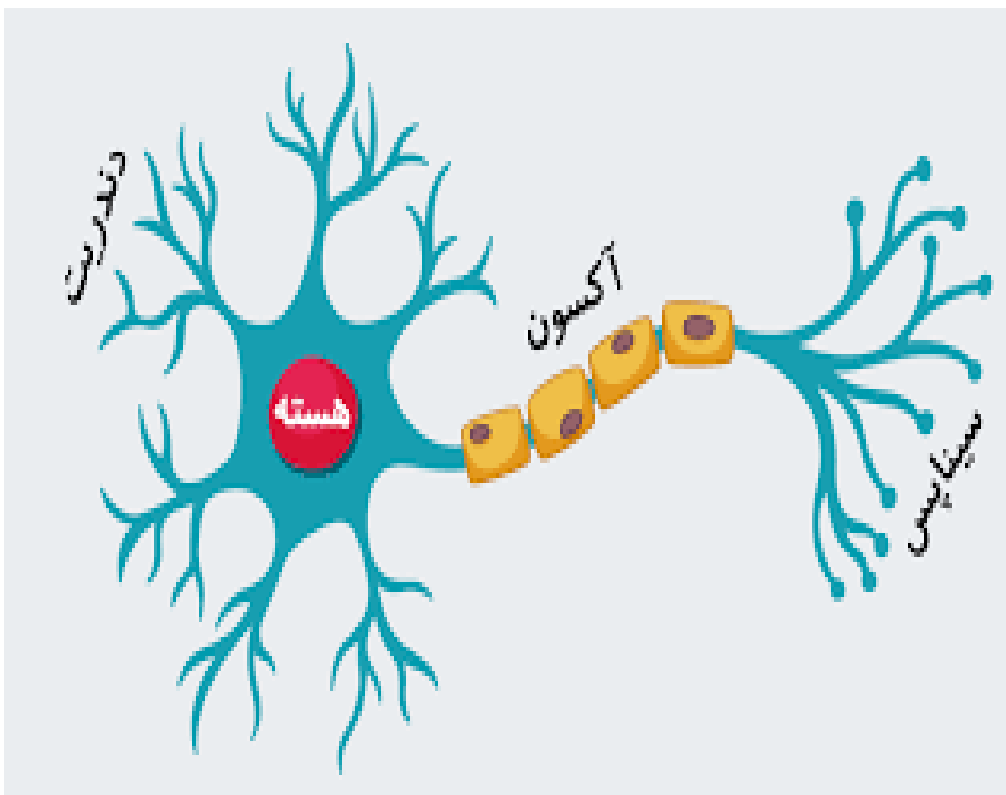
۲- ارایه سرفصل

مشخص کنیم از کجا شروع و به کجا خواهیم رسید ، مغز دایما دنبال قدم بعدی است.

۳- شفافیت

برای اینکه مشتری راحتتر تصمیم به خرید بگیرد وقتی در مغز خود آگاه تصمیمی می گیریم هزاران نورون باید با همدیگر ارتباط برقرار کنند. جهت اخذ تصمیمات سنگین و بحرانی باید نورون های بیشتری در مغز با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. از این رو انرژی زیادی باید مصرف شود. مغز جهت تصمیمات بحرانی و حساس ترجیح می دهد انرژی کمتری صرف کند. هر قدر پیچیدگی و بحران بالا برود تمایل به سمت Pattern Monster بیشتر می شود

Pattern Monster



Neural Maps

مغز ۱۰۰ میلیارد عصب دارد که به آن نورون می گویند.
هر نورون این قابلیت را دارد که به ۱۰ هزار نورون دیگر وصل شود.

سیناپسهایی که اطلاعات بیشتری را با همدیگر رد و بدل می کنند قوی تر شده و برای خود یک کریدور می سازند.

برای خلق یک الگوی ذهنی باید هزاران نورون به همدیگر وصل شوند.
مبنای بسیاری از شناختها و ادراکها تعامل همزمان این نقشه ها با همدیگر است.

The most important function is Energy Saver
مغز با موفقیت در تعارض است. عمر انسانهایی که کارهای تکراری انجام می دهند.

ملاحظات پرزنتیشن فروش

۳- شفافیت

تحقیقات متعدد نشان داده است که مغز در آن واحد نمی تواند بیش از ۴ تا ۷ سرفصل باز داشته باشد.

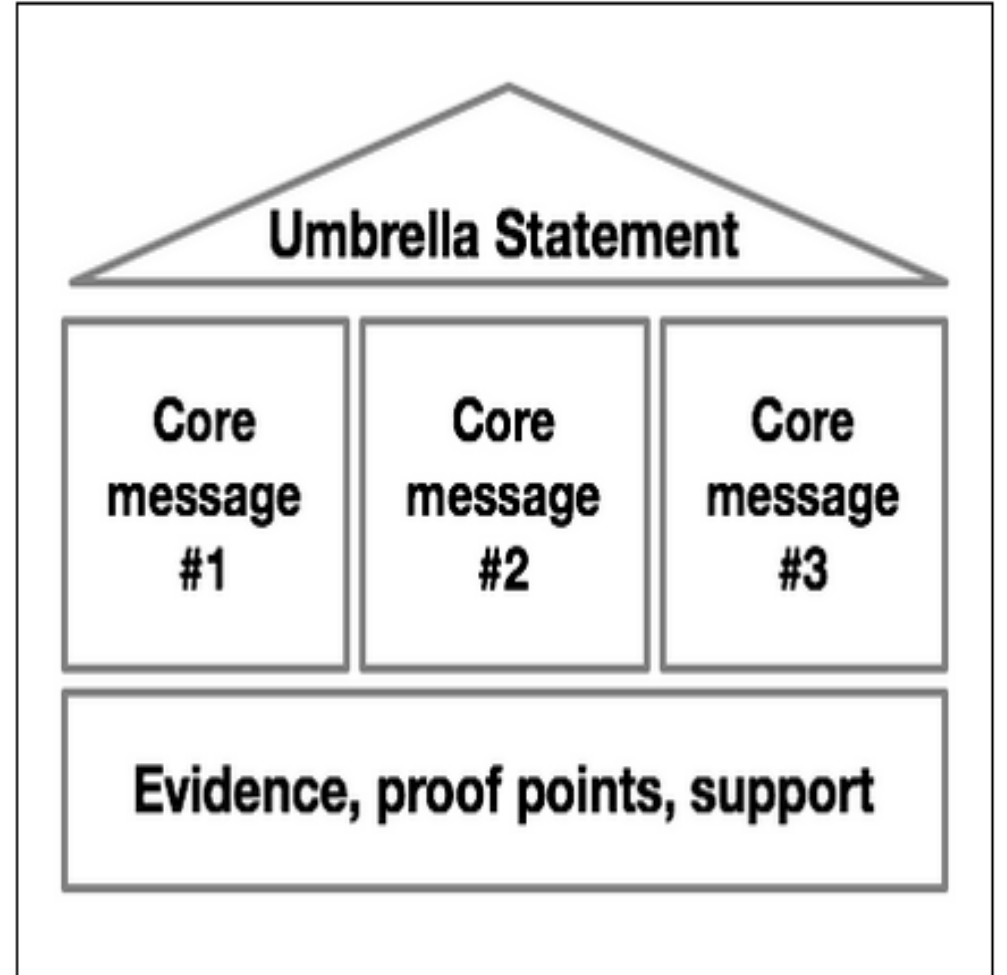
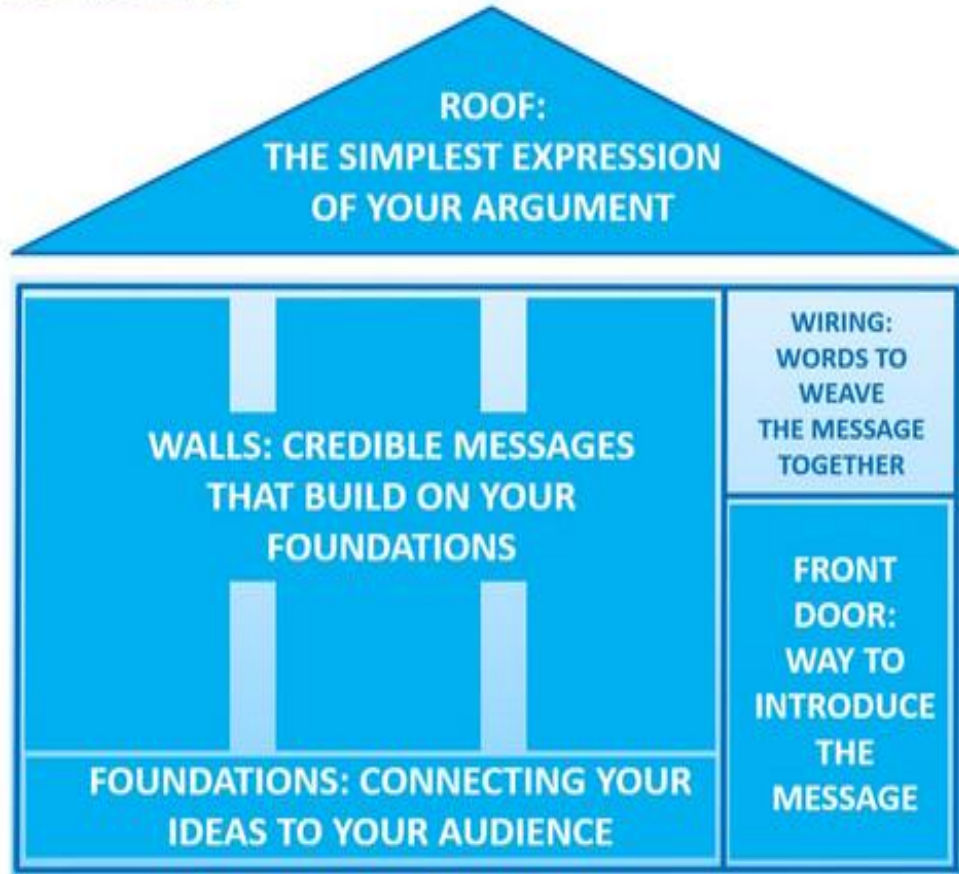
از این رو با افزایش پیچیدگی تمایل به سمت الگو(رقیب) بیشتر خواهد شد

در صورت روبرو شدن با چالش مشتریان بلافاصله روش ها و الگوهای قبلی را مرور می کنند.

سعی می کنند از تجارب قبلی استفاده کنند.

ملاحظات پرزنتیشن فروش

Towards a new
Message House approach



ملاحظات پرزنتیشن فروش

۴- تضاد (Contrast)

در ابتدا مساله یا درد برای مشتری تحلیل می شود

Stay a way-----Toward Reward



دکتر نادر غریب نواز

Insta:Nadergharibnavaz



میلیاردها نورون در این قسمت وجود دارند
که از طریق یک فیبر پنبه ای به یکدیگر متصل شده اند. اطلاعات
بین دو نیمکره در حال رفت و آمد هستند.
Corpus Callosum

این فیبر در خانمها خیلی پیشرفته تر و توسعه یافته تر از آقایان عمل
می کند.

نیمکره چپ: پردازش اطلاعات روتین و آشنا
نیمکره راست: پردازش اطلاعات جدید

منطق، علم، دلیل،
استدلال، شناخت

هنر، خلاقیت،
حس ششم،
احساس، خلاقیت

دکتر نادر غریب نواز

Instagram:Nadergharibnavaz

اینجا طرح مساله و مشکل
می کنیم
درد ها و رنج ها را در این
قسمت عنوان می کنیم

اینجا جواب منطقی می
دهیم
از آینده صحبت می کنیم

منطق، علم، دلیل،
استدلال، شناخت

هنر، خلاقیت،
حس ششم،
احساس، خلاقیت

مغر به طور ناخود آگاه بسیاری از مشکلات و
مسایل گذشته را به سمت چپ منتقل می کند.

مغر به طور ناخود آگاه بسیاری از امید ها و
مسایل آینده را به سمت راست منتقل می کند.

سمت چپ حضار

سمت راست حضار

دکتر نادر غریب نواز

Instagram:Nadergharibnavaz





نحوه نمایش محصول



دکتر نادر غریب نواز
Insta:Nadergharibnavaz



نحوه نمایش محصول



دکتر نادر غریب نواز
Insta:Nadergharibnavaz



ملاحظات پرزنتیشن فروش

۵- قدرت بصری

هنگام اخذ تصمیمات سخت به کورتکس پیشانی فشار زیادی وارد می شود. تصمیم گیری پیچیده می گردد. کار کورتکس پیشانی را راحتتر کنیم حدود ۲۵٪ ظرفیت مغز به پردازش تصاویر اختصاص دارد. بیش از سایر حواس پنجگانه. نمونه محصول - تصویر آن -

۶- اطمینان و اعتماد

مغز حیوانی اطمینان را معادل با نجات می داند. عدم اطمینان را معادل با تهدید انسانها موجوداتی ناشی از عادت ، تکرار و ثبات هستند.

Certainty=Drive level of Certainty upward
Credibility=You have done it before

دکتر نادر غریب نواز

Insta:Nadergharibnavaz

جلب اعتماد و اطمینان

۱- رضایت نامه ها ---- قانون سوم چلدینی --- استدلال شخص ثالث

۲- لیست مشتریانی که قبلا با شما کار کرده اند

۳- تاییدیه های انجمن ها: تلگرام- واتس آپ

۴- گارانتی ها و وارانتهی ها

۵- دمو و تست

روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات

Reeves and Colleague in the Madison Avenue
I Am Blind
It is springtime and, I am Blind



شیوه و ترتیب معرفی محصول

چگونه معرفی کنیم؟

ایراد محصول را بگوییم یا نه؟
Blemished Frame(2012)

دو پیش شرط دارد:

۱- نباید محصول خیلی پیچیده و به فرایند پردازش طولانی
احتیاج داشته باشد.

۲- جمله منفی بعد از جمله مثبت بیاید

روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات





همه انسانها تنوع را دوست دارند. اما تنوع بیش از حد می تواند مخرب باشد.



در یک تحقیق که توسط دانشگاه استنفورد و کلمبیا در پارک Menlo در کالیفرنیا توسط شینا لینگ انجام شد
در هفته اول ۲۴ نوع مربا و مقدار خرید ۳٪
در هفته دوم ۶ مدل مربا و مقدار خرید ۳۰٪



روشهای پرزنت محصولات





شیوه و ترتیب معرفی محصول

لمس شدن محصول توسط مشتری

ارایه نکردن آیتمهای زیاد و متنوع

ارایه بر اساس جنسیت و تاثیر گذاری

فروشنده زن هنگام مواجهه با خریداران؟
فروشنده مرد، هنگام فروش و خدمات پس از فروش

روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



داستان سرایی



\$500



دکتر نادر غریب نواز
Insta:Nadergharibnavaz

داستان سرایی

داستانها در فرهنگ ها نقش مهمی بازی می کنند.
تحقیق رابین نشان می دهد که افراد ۶۵٪ از زمانشان به خاطره
تعریف کردن و داستان گفتن اختصاص پیدا می کند.

قبل از اینکه خواندن و نوشتن به وجود آید تاریخ و عقلانیت از طریق
داستان سرایی نسل به نسل منتقل شده است.

در یک آزمایش که توسط دانشگاه پرینستون برگزار شد از یک خانم
خواسته شد تا برای حضار داستانی را تعریف کند.

داستان سرایی

از این رو وقتی داستان سرایی می کنید فعالیت های نورونی مغز شما و مغز مشتری سینک می شود.
فهم متقابل اتفاق می افتد، وقتی شما احساسی می شوید، منطقی ،

نورون های آینه ای (UCLA)

در یک آزمایش به یک نفر گفتند که داستانی را تعریف کند و در حین گفتن داستان بخندد، به نفر مقابل گفتند که او هم بخندد. در ادامه گفتند حالا اگر نفر راوی خندید شما نخند. اما دیدند که نورونهای خنده در مغز روشن شد.

نورون های آینه ای

دربازی فوتبال وقتی قهرمان مورد علاقه شما دریبل می زند شما هم در ذهن خود دریبل می زنید و حتی پای خود را تکان می دهید.

داستان سرایی

۱- شرایط و مشتری و داستان باید نزدیک باشد.

۲- شخصیت سازی کنید
تا آنجا که امکان دارد شخصیت مشتری خود را واقعی کنید. اگر امکان دارد از نام مشتری هم استفاده کنید.

۳- محتوا:
خیلی با احساس شرایط و حالاتی که شخصیت تجربه کرده است را توصیف کنید.

۴- چالش:
باید تصویری از مشکلات ، چالشها و دردهای مشتری ارایه کنید. سعی کنید احساس ایجاد شده را در خود داشته باشید. نورون های آینه ای به کار بیافتند.

۵- واسطه و کاتالیزور: محصولات شما چه حرفی برای گفتن دارند.

۶- تضاد

۷- نتیجه

روشهای پرزنت محصولات

شیوه تخفیف دادن

شیوه و ترتیب معرفی محصول

لمس شدن محصول توسط مشتری

ارایه نکردن آیتمهای زیاد و متنوع

ارایه بر اساس جنسیت و تاثیر گذاری

ارایه بر اساس ارزش و قیمت

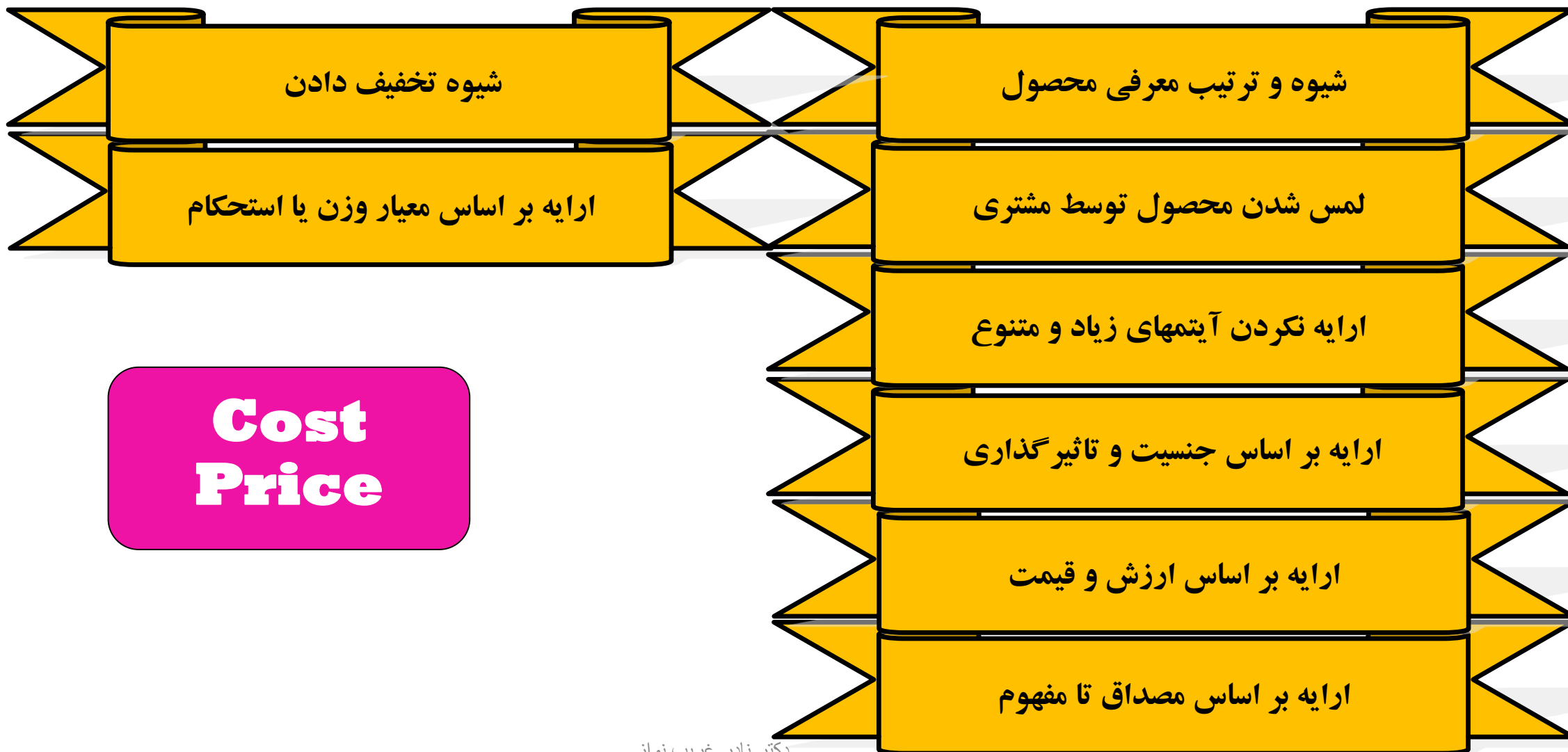
ارایه بر اساس مصداق تا مفهوم

چند مرحله داشته باشد
تخفیفهای بیشتر به افراد بالاتر منتقل شود

روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



روشهای پرزنت محصولات



Experience Frame

روان شناسان اجتماعی

۱- خرید کالا

۲- خاطره خرید کالا یا خدمت

انسانها با محصول سریعتر تطبیق پیدا می کنند تا خاطره و تجربه استفاده از آنها
مثلا شما به ماشین جدید خود خیلی زود عادت می کنید و برایتان عادت می شود اما
خاطره آن بعد از فروش آن ماشین در ذهن شما پایدار خواهد ماند.

از این رو در فروش به جای تاکید بر خود محصول بر خاطرات و تجربیاتی که از طریق
استفاده این محصول می تواند برای مشتری ایجاد شود تاکید کنید

روشهای پرزنت محصولات



Label Frame

تحقیقی در شهر شیکاگو
Positive Label

گروه یک= توسط معلم به آنها گفته شد که شما تمیز و مرتب هستید ، فوق العاده هستید.
گروه دو= شما باید تمیز باشید، سعی کنید آشغال نریزید، آشغالها رو آخر کلاس بردارید.
گروه سه= گروه کنترل بود

داشتن به جای خریدن
پیش نویس به جای قرارداد
پیش فاکتور به جای فاکتور

روشهای پرزنت محصولات

