

كيف يتخلص رائد الأعمال من مخاوفه؟

بقلم ليزا جيرارد

كثيراً ما يواجه معظم صغار رجال الأعمال صعوبات في عملية البيع وترويج المنتج للعميل يتمثل أهمها في انعدام الثقة في أنفسهم، أو في المنتجات التي يعرضونها والتخوف من عدم إتمام الصفقة. ومع ذلك، يبشرنا الخبراء بأن هذه المخاوف يمكن التغلب عليها بالتدريب، والممارسة، واتخاذ القرارات السليمة.

يذكر الخبراء فيما يلي بعضاً من أكثر المخاوف شيوعاً وكيفية التغلب عليها:

الأول:

أن يترك انطباعاً سلبياً في المرة الأولى:

نعلم جميعاً مدى أهمية الانطباع الأول.. فإذا ترك البائع انطباعاً سيئاً في المرة الأولى، فقد وقع في خطأ فادح، ما قد يؤثر فيه تأثيراً سلبياً. وللتغلب على هذه المشكلة، تنصح لارينا كاسي، مؤلفة كتاب Clients and More ، Clients: Create an Endless Stream of New Business with the Power of Psychology (McGraw-Hill, 2011) بإظهار المصداقية بمظهرك وتصرفاتك، وذلك لأن مظهرك يعبر عن شخصيتك. كذلك عليك التركيز على السلوكيات غير اللفظية كالابتسامة، وغيرها من صور لغة الجسد.

الثاني:

أن يرفض العملاء خدماتك ومنتجاتك: ان جهود البيع قد تبوء بالفشل، يقول جو ستيوارت، المالك والمدير العام لشركة Danco Transmission ، "أكثر المخاوف التي كانت تراودني، أن يرفض العملاء التعامل معي". وللقضاء على مثل هذه المعضلة، يرى بيتر شالارد خبير علم نفس الأعمال أن فهم الأسباب الكامنة وراء الرفض قد يساعد في تحسين المنتج وترويجه بشكل أفضل؛ إذ يقول: "في

رأيي أن الأسلوب الأمثل للتخلص من هذا الخوف يكمن في المواجهة، فكلما واجهت خوفك، كانت النتائج أفضل".

الثالث:

أن ينظر إليك الناس على أنك مستغل وانتهازي: ومع الأسف، يراود هذا الشعور كثيرًا من رجال الأعمال. ولكن كيف يمكن التغلب على هذا الخوف؟ تقترح "كاسي" التركيز أكثر على التحدث مع العميل لمعرفة احتياجاته جيدًا والسعي إلى تلبيةها على النحو المرضي.

الرابع:

ألا تنجح في إرضاء العميل: من أكبر المخاوف التي قد يشعر بها البائع هو أن يفشل في تلبية مطالب العميل ومعرفة احتياجاته جيدًا. لذا عليه السعي نحو بناء الثقة بين الطرفين، ومن ثم، خلق فرص أكبر لترويج المنتجات وبيعها.