**چک‌لیست فروش حضوری**

|  |  |
| --- | --- |
| وسایل شخصی و حرفه‌ای | |
|  | لباس رسمی و اتو کشیده، کیف اداری، کفش تمیز و واکس زده (هماهنگی رنگ و جنس) |
|  | عطر، اسپری، خوشبو کننده دهان |
|  | کارت ویزیت |
|  | خودکار و دفترچه یادداشت با سربرگ شرکت |
| وسایل پرزنت محصول یا خدمت | |
|  | کاتالوگ یا بروشور چاپی |
|  | نمونه محصول (در صورت امکان) |
|  | لپ‌تاپ یا تبلت |
|  | استانداردها و گواهینامه های محصول |
|  | فرم پیشنهاد قیمت و فرم ثبت سفارش |
|  | پرزنتر (Presenter) یا لیزر پوینتر |
|  | فلش (USB) نسخه بکاپ فایل‌ها |
|  | پرزنتیشن پاورپوینت یا PDF |
|  | ویدئو یا انیمیشن معرفی محصول |
|  | نمودارها و اینفوگرافیک‌ ها |
| آمادگی قبل از ملاقات | |
|  | تحقیق درباره مشتری (نیازها، موقعیت، صنعت، تصمیم‌گیرنده‌ها) |
|  | آماده کردن بروشور، کاتالوگ یا نمونه محصول (سفارشی شده در صورت نیاز) |
|  | نمونه محصول (در صورت امکان) |
|  | تعیین هدف مشخص از ملاقات (معرفی، فروش، مذاکره، بستن قرارداد) |
|  | تمرین معرفی کوتاه و حرفه‌ای |
|  | آماده‌سازی پاسخ به اعتراضات احتمالی مشتری |
|  | آماده‌سازی پاسخ به اعتراضات قیمتی |
|  | مقایسه محصولات با محصول رقبا و تسلط به مزیت های رقابتی |
| شروع ملاقات | |
|  | خوشامدگویی، لبخند بزنید و ایجاد فضای صمیمی |
|  | روحیه بالا، انرژی خوب، آداب معاشرت و نگرش مثبت |
|  | معرفی خود و همکار (در صورتی که از تیم شما شخص دیگری شما را همراهی می‌کند) شرکت به‌صورت کوتاه و تاثیرگذار |
|  | ایجاد ارتباط چشمی با مشتری و صحبت کوتاه درباره موضوعات مشترک |
| کشف نیاز مشتری | |
|  | پرسیدن سوالات باز برای کشف مشکلات و نیازها |
|  | گوش دادن فعال و یادداشت نکات مهم |
|  | بررسی دغدغه‌ها و اولویت‌های مشتری |
| ارائه محصول/خدمت | |
|  | معرفی ویژگی‌ها (Features) |
|  | توضیح مزایا (Advantages) |
|  | بیان منافع و نتایج برای مشتری (Benefits) – تحلیل FAB |
|  | استفاده از نمونه، دموی عملی یا داستان موفقیت مشتریان قبلی |
|  | تمرکز بر حل مشکل مشتری، نه فقط توضیح محصول |
| مدیریت اعتراضات | |
|  | گوش دادن بدون قطع کردن |
|  | همدلی و درک نگرانی مشتری |
|  | پاسخ منطقی و شفاف به اعتراض |
|  | ارائه تضمین‌ها (گارانتی، خدمات پس از فروش، پشتیبانی) |
| بستن فروش | |
|  | پرسیدن سوال‌های پایانی برای تایید خرید |
|  | پیشنهاد گزینه‌های پرداخت یا قرارداد |
|  | جمع‌بندی مزایا و منافع اصلی برای مشتری |
|  | استفاده از تکنیک‌های نهایی‌سازی فروش (مثل "فرض خرید") |
| پیگیری پس از ملاقات | |
|  | ارسال پیام (پیامک، واتساپ، تلگرام و ...) یا ایمیل تشکر |
|  | ارسال پیشنهاد کتبی یا پیش‌فاکتور |
|  | زمان‌بندی تماس یا ملاقات بعدی |
|  | ثبت اطلاعات در CRM برای پیگیری آینده |