

Используйте пять научных фактов для повышения продаж

Код		Автор	Вячеслав Грачев
Создать дату	2016-08-16 20:45:40	Последнее обновление	2016-08-16 20:47:44
Рейтинг	☆☆☆☆☆	Голосов	7

Чтобы хорошо продавать, нужно быть не только искусным оратором, но и психологом. Необходимо знать, на какие «кнопки» нажать, чтобы повлиять на решение человека. Мы раскроем секреты, о которых молчат самые успешные продавцы.

СПОНТАННОСТЬ

В принятии решения человек обычно руководствуется подсказками сознания, которое работает по определенному алгоритму. Интересно, что приказ, который отдает мозг, — по большей части импульсивный. Получается, что человек принимает спонтанное решение. Порой оно не зависит от количества денег или потребностей. Рано или поздно каждый из нас совершит незапланированную покупку.

Как эти знания максимально использовать в продажах? Подталкивайте людей к необходимому вам действию с помощью правильных призывов. Это должно быть побуждение, содержащее желание человека, например, «Купите!», «Попробуйте!», «Получите!» и т.д. Промелькнув перед его глазами несколько раз, оно способно запустить алгоритм внезапной покупки.

Плохой пример: «Заказ билетов». Прочитав эту фразу, отождествляете ли вы себя с определенным действием? Совсем по-другому работает кнопка «Забрать свой билет», правда?

КАРТИНКА В ПРИОРИТЕТЕ

Возможно, вам известен факт, что человеческий мозг сканирует изображения быстрее, чем текст. Однако применяете ли вы это?

Фото вашего товара/услуги на сайте должны быть качественными и привлекательными. Важно не только показать продукцию, но и продемонстрировать ее применение. Если вы продаете автомобиль, показывайте едущих в нем людей, а если ноутбук — то девушку, которая за ним работает.

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА

В цветовом восприятии растворились сотни нюансов, воздействующих на нас. Выбирая корпоративный цвет и гамму сайта, руководствуйтесь характеристиками целевой аудитории (пол, возраст, национальность и др.). Если вы не можете определиться — выбирайте синий цвет, к которому человеческий мозг относится с доверием. Вы обратили внимание, какой цвет берут за основу Windows, Facebook, V Kontakte, Twitter, LinkedIn и другие известные мировые компании

ЧЕЛОВЕК ХОЧЕТ ДОВЕРЯТЬ

Доверие маркетологи не зря называют «кнопкой оптимизации конверсии». Для привлечения внимания мы используем картинку, но чтобы показать свои преимущества и рассказать о гарантиях, используем, конечно же, слова. Чтобы активировать ту самую волшебную кнопку, которая способна заставить человека сделать покупку, используйте правильные слова. Вот несколько из них: проверенный, сертифицированный, гарантированный, надежный, достоверный, официальный. Помните, что главный залог успеха — честность по отношению к клиентам. Поэтому каждое сказанное или написанное слово должно соответствовать действительности.

СКАЗАВ ОДИН РАЗ ДА...

Если человек несколько раз отвечает на вопросы утвердительно, то шанс, что он будет продолжать в том же духе, очень велик. Поэтому задавайте своему клиенту больше вопросов, на которые он не сможет ответить ничего, кроме «да». И, скорее всего, он согласится на ваше предложение. Или хотя бы на какое-то из них. Если не купить, то получить пробник или подписаться на рассылку.

Запомните, чем лучше вы понимаете, как работает человеческий мозг, тем лучше вы будете продавать. Но этого, как вы понимаете, недостаточно. Изучайте тенденции рынка, целевую аудиторию, ее потребности, желания и возможности. Не забывайте все тестировать.