

لیست سئوالات خوب و بد:

سئوالات خوب	سئوالات بد
<ul style="list-style-type: none"> • اگه محصول رویایی شما وجود داشت، اون محصول چطور بود؟ (نسبتا خوب) • چرا فلان ویژگی رو می خواین؟ • اگه محصول این ویژگی رو نداشته باشه چی میشه، چه پیامدهایی براتون داره؟ • میشه در مورد آخرین باری که این اتفاق افتاد بیشتر توضیح بدین؟ • روند کارتون رو برام توضیح میدین؟ • برای حل مشکلاتتون چه راه حل‌های دیگه ای رو امتحان کردین؟ • در حال حاضر چطور مشکلاتتون رو حل می کنین؟ • تصمیم‌های مالی رو چه کسی یا کسایی می گیرن؟ (بیشتر B2B) • به نظرتون دیگه با کی صحبت کنم خوبه؟ • به نظرتون سوالی باقی مونده که من نپرسیده باشم؟ 	<ul style="list-style-type: none"> • فکر می کنین ایده‌ی خوبیه؟ • محصولی رو که فلان کار رو انجام بده می‌خرین؟ • برای محصولی که فلان کار رو انجام بده چقدر حاضرین پول بدین؟ • حاضرین مبلغ فلان تومن رو برای محصولی که فلان کارو انجام میده، پرداخت کنین؟

نکات مهم صحبت با مشتری:

"شما اجازه ندارین به مشتری هاتون بگین مشکلات شون چیه و اونا هم اجازه ندارن به شما بگن که چی بسازین. مشکل برای اوناست و راه حل برای شما"

- به جای سوالهای کلی و نظر افراد در مورد آینده، در مورد اتفاقاتی مشخص گذشته ی اونا سوال کنین.
- صحبت با مشتری به صورت پیشفرض قراره اشتباه پیش بره. این وظیفه شماست که مراقب این اشتباه ها باشین و درست جلو برید.
- نظرات شخصی به درد نمی خورن و هر چیزی که در مورد آینده باشه، یه دروغ خوشبینانه‌ست.
- افراد اگه احساس کنن که دوست دارین دروغ بشنوین، حتما بهتون دروغ می گن.
- کافیه یکم سرپیش باشین تا همه دنیا بگن که ایده‌تون عالیه.
- مردم مشکلات شون رو می شناسن ولی نمی دونن چطور باید حلشون کنن. بعضی از مشکلات اهمیت خاصی ندارن.
- تا وقتی که هدف اصلی افراد از انجام کاری رو پیدا نکردین، تمام تیرهاتون رو تو تاریکی شلیک کنین.
- بررسی رفتار مشتری به مشکلات و کاستی ها رو مشخص می‌کنه. حرفهای مستقیم افراد در مورد مشکلاتشون زیاد قابل اتکا نیست.
- اگه اونا قبلا دنبال راه حلی برای مشکلشون نگشتن، پس هیچ دلیلی نداره که بخوان دنبال راه حل شما باشن.
- اگه خواستین بدونین مردم در مورد خرید محصولتون راست می‌گن یا دروغ، ازشون حتما پول درخواست کنین.
- با اینکه خیلی کم پیش میاد کسی بهتون بگه که حاضره بابت محصولتون پرداخت کنه ولی میشه به صورت غیرمستقیم فهمید که اون محصول واقعا چقدر برای مشتری ارزش داره.
- مراقب مشتریهایی که همیشه دوستانه رفتار میکنن ولی هرگز قصد خرید ندارن باشین.
- کمتر حرف بزنین، هرچی بیشتر حرف بزنین، بیشتر کارو خراب می‌کنید، بذارید مشتری حرف بزنه.
- طولانی، پیچیده و رسمیش نکنید. گفت و گوهای کوتاه و صمیمی، راه بهتری برای بدست آوردن اطلاعات در مورد مشتری و نیازهاشه

مشخصات کلی گفتگو:

- مدت زمان برای گفتگو: حداقل ۵ تا ۱۰ دقیقه و حداکثر ۳۰ دقیقه
- چنتا ملاقات: حداکثر ۱۰ مصاحبه برای هر بخش از مشتری (تا زمانی که حرفهای جدیدی میشنوین)
- چند نفر: حداکثر دو نفر همزمان
- بهونه شروع مکالمه: میخوام یه کتاب بنویسم، پایان نامه دارم، از طرف فلان فرد معرفی شدم،