



Nieważne czy handlujesz śliwkami, czy sprzedajesz ubezpieczenia na życie. Jeśli znasz podstawowe reguły zawierania transakcji i podejmowania decyzji, będziesz mistrzem w swojej dziedzinie.

Katarzyna Czekala-Patoleta

JAK BYĆ SKUTECZNYM sprzedawcą?

- Nie ma racjonalnych decyzji - wszystkie decyzje są emocjonalne! To twierdzenie może wydawać się kontrowersyjne, nie zmienia to jednak faktu, że jest prawdziwe. Wszystkie nasze decyzje są podejmowane w oparciu o jakieś tam emocje. Czasem są one świadome, a czasem zupełnie nie - mówi **Piotr Ciechociński, z firmy Inari**, zajmującej się doradztwem i szkoleniami w zakresie technik i psychologii sprzedaży. Podstawowym warunkiem przekonania potencjalnego klienta do naszego towaru jest wiara w ten produkt. Jeśli sami nie jesteśmy pewni, że oferujemy komuś coś naprawdę dobrego, bardzo dużo wysiłku wkładamy w maskowanie naszej niepewności, a i tak wiele osób wyczuje fałsz i nawet nie wiedząc w pełni dlaczego nie da się przekonać. Dobry sprzedawca musi, chce i jest przekonany do tego co oferuje. Jego potencjalny klient musi być pod wrażeniem, że ma kontakt z człowiekiem, szczęśliwym, zadowolonym z życia oferującym z przekonaniem konkretny produkt. Gdy zastanowimy się, co rzadko robimy, jak sprzedawca powinien się zachowywać żeby nas przekonać możemy się zdziwić czego oczekujemy od przedstawiciela handlowego, doradcy klienta. Sprzedawcy mówią o sobie, że nie sprzedają towaru, usług, tylko sprzedają siebie. To na podstawie tego jak wyglądają, jak się zachowują, jak mówią (nie, co mówią - to rzecz trzeciorzędna) i ich klient podejmuje decyzję o kupnie. To nie jest tak, że musimy sprzedawać coś naprawdę rewolucyjnego, żeby nam się udało - twierdzi P. Ciechociński. - Każdy produkt, no prawie każdy ma jakieś wady, to znaczy nie jest idealny dla wszystkich. Ważne, żeby nie ukrywać wad produktu ale podkreślać jego zalety. W trakcie rozmowy sztuką jest aby wydobyc od potencjalnego klienta jakie ma oczekiwania, co go naprawdę interesuje. Jest to o tyle trudne, że sam klient czasami nie jest w stanie określić swoich potrzeb. Dobra obserwacja zachowań klienta, sposób formułowania swoich myśli to nie wszystko. Dobry sprzedawca powinien być również pilnym obserwatorem otoczenia klienta. Z tego, jak wygląda, na przykład, miejsce jego pracy, (książki, kalendarz, inne drobiazgi) można wiele wynioskować. To wszystko sprzedawca składa w całość, w trakcie trwania rozmowy koryguje swoją ocenę i na tej podstawie jest w stanie przedstawić te cechy produktu, na podstawie których potencjalny klient podejmuje decyzję. Bardzo dobry sprzedawca przedstawia również wady danego produktu. Bez sensu? Nie. Dobry sprzedawca, bardzo dobrze wie, że nie należy sprzedawać na siłę choć ze swoim doświadczeniem w tej mierze mógłby wcisnąć co chce. Długofalowo opłaca się zainwestować w klienta czy szerzej - inwestować w rynek. Powiedzieć, że ten produkt jemu może nie odpowiadać i może być w niedalekiej przyszłości niezadowolony z transakcji. Taki klient poczuje się doceniony, poważnie potraktowany i w przyszłości coś kupi, przekaże informacje swoim znajomym. Czasami się zdarza, że ze śmiechem mówi - teraz wiem co złego mnie spotka i kupi. Na przykład jakieś ubezpieczenie na życie jest bardzo wszechstronne ale jest dość drogie. Ważne jest wtedy, by podkreślić właśnie tę wszechstronność i nie ukrywać ceny, wtedy klient wie, że płaci za tę właśnie wszechstronność i być może bardziej mu się to opłaca, niż kilka tańszych ubezpieczeń na różne warianty. To, jak przedstawimy zalety sprzedawanej rzeczy wpłynie na pogląd klienta. Oszukiwanie bądź zatajanie pewnych cech na dłuższą metę wyjdzie na naszą niekorzyść, ponieważ jeśli osoba odkryje, bądź potem dowie się o niekorzystnych cechach produktu

uzna nas za oszusta. A wtedy jesteśmy straceni zarówno dla tej osoby, jak i za pewne dla wszystkich jej znajomych. Czasem warto nawet nie zawrzeć umowy/transakcji, a wyjść na rzetelnego sprzedawcę, wtedy klient do nas wróci i być może zakupi coś innego, a na pewno poleci nas znajomym. Pracując w handlu bądź też usługach warto pamiętać o kilku ważnych sprawach. Najważniejsze jest być sobą. Jeśli zbyt mocno gramy np. wesołość będąc osobą raczej poważną, chcąc nie chcąc da się to wyczuć i wypadniemy niezręcznie. Lepiej wtedy postawić na profesjonalizm i skupić się na informacjach na temat produktu. Równie ważne jak wiedza fachowa na temat tego, co sprzedajemy, jest schludność, punktualność i mowa ciała. To, jak zachowujemy się podczas sprzedaży jest ważniejsze od tego, co mówimy. Badania dowodzą, że przekonanie klienta do naszych usług zależy zaledwie w 7% od wiedzy fachowej, a aż w 53% od mowy naszego ciała. Jeśli więc zachwalamy produkt sami będąc zdania, że jest on kiepski, nawet mimo naszych usilnych starań, nikt się na to nie nabierze.

Sprzedaż przez telefon

Wbrew pozorom praca konsultantów telefonicznych nie jest tak łatwa, jak nam się wydaje. Rozmowa telefoniczna jest trudniejsza niż rozmowa wprost. Mamy do dyspozycji tylko słowa i wyobraźnię klienta. Tą wyobraźnię należy umiejętnie kierować. Tu też dużą rolę grają emocje. Na pewno Państwo spotkali się z telefonem, gdy głos ze słuchawki coś chce nam sprzedać. Ludzie wylewają na dzwoniących całą frustrację np. z powodu nieudanego dnia w pracy. Dlatego należy pamiętać, że klienta należy uważnie wysłuchać i oddzielić to, co dotyczy nas i produktu/ usługi, którą chcemy sprzedać a co nie. Pamiętać należy aby się na początku wyraźnie przedstawić i poinformować jasno i zwięźle o temacie rozmowy, wtedy klient już mniej więcej wie, czego od niego oczekujemy. Dobrze jest już na samym początku rozmowy zainteresować czymś rozmówcę tak, by sam chciał dalszego ciągu konwersacji. Potencjalny klient zawsze sobie (podświadomie) wyobraża przebieg rozmowy. Sprzedawca powinien wytrącić z tego schematu, wtedy okazuje się, że druga strona zaczyna być ciekawa dalszego ciągu. Słucha z uwagą i zrozumieniem. Ważne jest aby rozmawiając przez telefon być skupionym na rozmówcy. Przez telefon również słychać zdenerwowanie, zmęczenie a nawet uśmiech. Tak, należy się uśmiechać, przecież każdy woli rozmawiać z kimś pogodnie nastawionym do życia, niż z przysłowiowym smutasem. Jeśli więc czeka nas trudna rozmowa, należy się zastanowić: czy wiemy czego chcemy, czy jesteśmy przekonani, czy jesteśmy pozytywnie naładowani jeżeli tak - weźmy głęboki oddech, uśmiechnijmy się i dopiero podniemy słuchawkę!

Inari Piotr Ciechociński

ul. Kwiatowa 22A
05-092, Izabelin-Dzieskanówek
tel. 519 183 134