

JAK PROFESJONALNIE SPRZEDAWAĆ – streszczenie najważniejszych treści ze szkolenia

Dlaczego ludzie kupują? - Ludzie kupują, ponieważ produkt/usługa daje im **ZADOWOLENIE, ZASPAKAJA POTRZEBĘ i ODCZUCIE KORZYŚCI**. Ludzie nie czynią zakupów dla cech towaru, lecz z powodu **KORZYŚCI**, jakie on daje.

Korzyści, są zakotwiczone w potrzebach: **bezpieczeństwo, funkcjonalność zgodna z ich specyficznymi potrzebami (np. prostota czy zaawansowanie – każdy szuka innej funkcjonalności) pewność, wygoda, komfort, prestiż, oszczędność czasu i pieniędzy, wysiłku, estetyka, wygląd, atrakcyjność**.

Rozmawiaj z klientem językiem korzyści stosując model cecha – zaleta – korzyść, aby znaleźć tą potrzebę klienta i odnieść do niej odpowiednie korzyści.

Okazuj klientowi szacunek w każdym działaniu i zachowaniu. Okaż zainteresowanie sprawami klienta, bądź dla niego doradcą w biznesie i razem z nim szukaj dla niego najlepszych rozwiązań.

Klienci oczekują od Ciebie i firmy:

- **Dokładności w obsłudze** – zgodności zamówienia, właściwych rezerwacji, ustalonych godzin kontaktów itp.
- **Dostępności w obsłudze** – odpowiednia ilość osób, sprzętu, osób do kontaktu, łatwość w dojeździe, właściwych godzin kontaktu.
- **Partnerstwa** – chcą być ich wysłuchał oglądał ich biznes i potrzeby „ich oczami”, a także by były dostosowane do ich wieku i sposobu rozumowania i pojmowania rzeczywistości.
- **Porady** – kiedy klient może się czegoś od nas nauczyć (konsultant, ekspert w swojej dziedzinie). Choć tu już bywa różnie: niektórzy klienci nie lubią rad.

PRACA Z KLIENTEM

Aby znaleźć potrzeby klienta musisz mieć **umiejętność słuchania** - jest ona podstawowym narzędziem dobrego kontaktu i osiągnięcia porozumiewania z Klientem. Proporcja w rozmowie z klientem dla handlowca to 70% słuchania 30% mówienia. Docierając do potrzeb klienta pamiętaj, że właściwe jest stosowanie pytań otwartych – pytaj o potrzeby zadając pytania JAK, CO, KIEDY, DLACZEGO. Aktywne słuchanie jest wyrazem **zainteresowania, akceptacji, zaufania, życzliwości szacunku i sympatii** dla Klienta. Przy aktywnym słuchaniu stosuj metody: odzwierciedlenia, parafrazowania, klaryfikacji i potwierdzenia.

W pracy z klientem wykorzystaj zasadę: **Ludzie czują większą sympatię do osób im podobnych**. Opłaca się wykorzystać tę regułę i odwzorować stosowaną przez klienta formę przekazu, a także tempo i sposób mówienia. Pamiętaj przy tym, że ludzi dzielimy na wzrokowców, słuchowców i kinestetyków i przekaz do nich dostosuj wykorzystując właściwy kanał komunikacyjny.

EFEKTYWNE MODELE SPRZEDAŻY I OBIĘCJE

Przy pracy z klientem stosuj perswazyjny model sprzedaży, którego istota zawiera się w następujących etapach: otwarcie, opis sytuacji, uzgodnienie potrzeb, pomysł (propozycja), szczegóły, korzyści dla klienta, zamknięcie sprzedaży.

W procesie sprzedaży mogą pojawić się obiekcje klienckie (zastrzeżenia), przy ich likwidacji stosuj etapy: przyjęcia do wiadomości, zrozumienia i klasyfikacji, potwierdzenia zastrzeżeń, odpowiedzi w odpowiednim formacie.

JAK RADZIĆ SOBIE Z TRUDNYM KLIENTEM

Jak poradzić sobie z klientem stosującym **zastraszanie**? Zyskaj szacunek klienta stawiając mu czoła i nie pozwalając sobą pomiatać. Przyciągnij jego uwagę, często i stanowczo powtarzając jego nazwisko, nie pozwól sobie przerywać. Ustal, o co tak naprawdę klientowi chodzi, a potem stanowczym i wyraźnym tonem streść, co od niego usłyszałeś.

Określ swoje potrzeby i wyjaśnij klientowi ich znaczenie, a potem złóż klientowi nowa propozycję, określając obopólne korzyści. Na sam koniec podsumuj określając, co zrobisz, do kiedy i w jaki sposób. Jeżeli trzeba sporządź z rozmowy dokument.