

прогажба

ТЕМЕЛИ НА ПРОДАЖБАТА И ПРОДАЖНИ РАЗГОВОРИ



Продавајте со страст



Автор: Драгица Корењак, дипл. менаџер, советник за развој на продажни мрежи, www.dkorenjak.eu

Успехот во продажбата е плод на долго и напорно работење. Важно е клиентите да имаат доверба во продавачите и емоционално да се поврзат со нив бидејќи конкуренцијата е немилосрдна, а клиентите ќе побараат нов продавач ако не се задоволни со услугата и ако не го добиле тоа што им е ветено.

Потребата за продажба е сè поизразена, така што стратегиите и техниките што помагаат во постигнувањето на успехот во продажбата, во денешно време, се поважни од кога било.

Темелите на професионалната продажба, денес, се во изградбата и одржувањето на односите со купувачот, кои почиваат на довербата и веродостојноста. Продавачот секогаш треба да го има на ум златното

Единственото нешто што го имаш на овој свет е тоа што знаеш да го продадеш.

И смешно е притоа да си продавач, а воопшто да не го знаеш тоа. (Артур Милер)

правило да постапува со клиентите онака како што тој би сакал да постапуваат со него при продажба на некоја услуга. Треба да се насочи само кон тоа како да им помогне на купувачите да донесат правилна одлука, и тоа онака како што тој би посакал да му помогне некој. Најголемата радост што може да ја постигнете во професијата и која ќе предизвика внатрешно задоволство е да станете свесни дека со вашето работење го менувате светот на подобро. Најдобрите продавачи секогаш следат одреден пример на однесување според следниот редослед: создавање однос, утврдување проблем, нудење решение. Сите три дела мора да се спроведуваат по правилен редослед: преглед, дијагноза и рецепт, токму како што прават и докторите. Притоа треба да се знае дека главните определби за успешна продажба се позитивното размислување, доброто здравје и добриот изглед, познавањето на понудата во целост, вмрежување и константна потрага по нови клиенти, способност за презентација, разгледување забелешки, стекнување доверба и емоционална интелигенција.

Продажни разговори

За стандарден модел на продажен разговор нема рецепт, ниту ќе го има, бидејќи продажниот разговор треба секогаш и постојано да се приспособува на моменталната ситуација, состојбата и материјалните можности на клиентот. Продажниот разговор без приказна не е интересен, досаден е и студен, особено кога не сте доволно вешти соговорници, односно продавачи, бидејќи продажбата го бара вистинскиот пристап. Компонентите за добра приказна се: едноставност, неочекуваност, конкретност, веродостојност и емоции.

Во продажната професија нема пречки, освен оние што сами си ги поставувате со двоумењето и стравовите. Додека зборувате, клиентот слуша, а воедно може да размислува за други работи. Кога ќе поставите прашање, вниманието на клиентот е насочено кон вас. Кога поставувате прашање, добивате можност да ве слушнат. Поради тоа, иднината им припаѓа на оние луѓе што знаат да поставуваат добри

прогажба

ТЕМЕЛИ НА ПРОДАЖБАТА И ПРОДАЖНИ РАЗГОВОРИ



▶ прашања и внимателно да ги слушаат одговорите, а многу подобро е во продажниот разговор да вклучите и интересна приказна. Луѓето се социјални суштества кои веруваат во приказни и ги живеат своите. Вашите услуги или производи мора да ги направите препознатливи. *Во маркетингот веќе не станува збор за работиштите што ги правите, туку за приказните што ги раскажувате.* (Сет Годин).

Купувачите се „селат“ на онлајн-купување!

Онлајн-продажба – трендови и иднина. Продавачите мора да знаат дека помладите генерации, особено милениумците, многу добро се снаоѓаат со новите технологии. Интензивно користат интернет и прават голема база на корисници, на која клиентите мораат што повеќе да им се приближат. Истражувањето на консултантската агенција „Конверсејшн груп“ покажа дека:

→ 65% од луѓето на кои контактите од социјалните мрежи им препорачале одреден производ на крајот го купиле;

Најдобрите продавачи секогаш следат одреден пример на однесување според следниот редослед: создавање однос, утврдување проблем, нудење решение. Сите три дела мора да се спроведуваат по правилен редослед: преглед, дијагноза и рецепт.

→ Дури 95% од корисниците на социјалните мрежи дале и примиле препорака за одреден производ или услуга;

→ 91% од купувачите ја препорачуваат компанијата ако се задоволни од вашата презентација.

Токму затоа од продажбата мора да создадете препознатлив бренд на социјалните мрежи:

1. Станете видливи. Вашиот бренд не е само тоа што е, туку и тоа што го работите;
2. Станете автентични. Бидете единствени и тоа што едноставно сте!
3. Бидете лични. Споделете со следбениците и свои лични мисли. Секогаш заблагодарете се за коментарите и за примените пораки;
4. Споделете го своето знаење и искуство. На тој начин ќе изградите доверба и препознатливост (видливост);
5. Инсистирајте. Потребно е само да почнете. Ако сте редовно активни и упорни, вашиот успех нема да избега.

Секако, важно е да бидете постојано активни на социјалните мрежи што ги користите и редовно да ги ажурирате! Целта е да ги поттикнете задоволните клиенти да напишат убав збор за производот/услугата што ја купиле од вас. Тоа ќе ви значи и вам, но и на купувачите кои можеби се сомневале околу купувањето на тој производ/услуга. ■



За авторот:

Драгица Корењак работи како независна консултантка и мотивационен говорник за продажни мрежи, а на нејзините работилници за техники во продажбата и управување со продажната мрежа досега учествувале повеќе од 30.000 луѓе.

Таа е менаџер за управување со деловни системи, има 30 години искуство во продажбата, маркетингот и менаџментот. Долги години предавала на Факултетот за деловни студии „Геа колеџ“. Добитник е на наградата за најуспешен претприемач во Словенија, а автор е и на две книги „Тajna uspjeha u izravnoj prodaji“ и „Znanost i komunikacija u mrežnom marketing“.

Одржува семинари во сите земји од регионот, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Србија, Црна Гора и во Македонија.