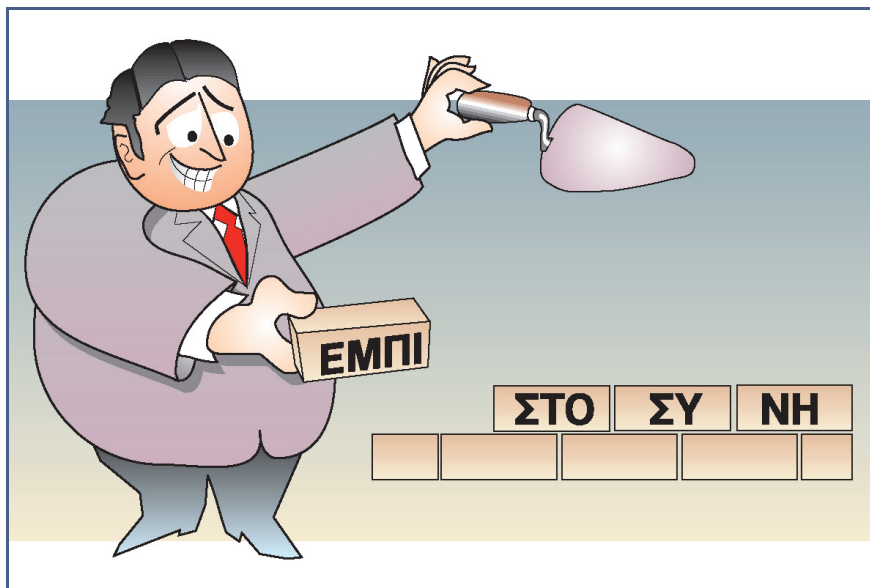


25

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΚΦΡΑΣΕΙΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΠΟΥ ΠΟΥΛΑΝΕ!



Με βάση την εμπειρική γνώση θα γίνει αναφορά σε κάποιες εκφράσεις-κλειδιά που ενισχύουν και ενδυναμώνουν την πρόταση πώλησης, προσδίδουν δε έναν τύπο έλξης που συνδυάζει το λογικό και συναισθηματικό πεδίο και υποκινούν το ενδιαφέρον του υποψήφιου πελάτη στην κατεύθυνση λήψης αγοραστικής απόφασης.

Οι εκφράσεις-κλειδιά επηρεασμού είναι:

- ... Εμείς επιτυγχάνουμε έναν *εκπληκτικό συνδυασμό*, αυτόν της υψηλής ποιότητας, της ανταγωνιστικής τιμής και των ευέλικτων τρόπων αποπληρωμής (συνιστούν τις 3 βασικές παραμέτρους σε επίπεδο σύγκρισης με ανταγωνιστές).
- ... Είναι βέβαιο ότι από τη στιγμή που θα πάρετε την *απόφαση να συνεργασθούμε* στο συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία, θα γίνετε ο καλύτερος συνεργάτης μας...
- ... Εκτιμώ ότι έχετε «στα χέρια σας» μια *μοναδική ευκαιρία*. Και όλα αυτά με μια μόνο κίνηση...
- ... *Τα πολλαπλασιαστικά οφέλη* που θα προκύψουν από μια τέτοια συνεργασία θα είναι *εντυπωσιακά*. Θα τα διαπιστώνετε καθημερινά με την αυξημένη απόδοση...
- ... *Είμαστε πραγματικά υπερήφανοι* για την ποιότητα των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρουμε...
- ... *Αυτό που κυρίως μας διακρίνει* είναι η επαγγελματική συνέπεια, η υπευθυνότητα και η ειλικρίνεια στις σχέσεις μας με τους πελάτες...
- ... *Αυτό που θα σας πω το λέω με κάθε ειλικρίνεια*. Οι ίδιοι οι πελάτες μας που έχουν χρησιμοποιήσει το προϊόν/υπηρεσία αποτελούν τους καλύτερους «*πυρήνες*» που το συστήνουν ανεπιφύλακτα και σε άλλους...
- ... Είναι γεγονός ότι *όποιος ξεκινήσει συνεργασία μαζί μας* δεν φεύγει ποτέ...
- ... Προσφέρουμε ένα *ολοκληρωμένο «πακέτο»* σειράς προϊόντων/υπηρεσιών...
- ... Είναι βέβαιο ότι *αποδεικνύεται περίτρανα* τόσο η *καινοτομία* όσο και η *ποιοτική υπεροχή* του συγκεκριμένου προγράμματος...

- ... Δεν θα ήταν υπερβολή να έλεγα ότι η αρχική δοκιμή χρήσης του προϊόντος «μεταφράστηκε» από το 90% των εταιριών στη συνέχεια σε μόνιμη υιοθέτησή του...
- ... Απευθυνόμαστε σε στρατηγικά σημεία πωλήσεων, μεταξύ των οποίων έχουμε επιλέξει και εσάς...
- ... Μας ενδιαφέρει να δημιουργήσουμε μια εμπορική σχέση στη βάση της αμοιβαίας εμπιστοσύνης και ειλικρίνειας...
- ... Εμείς θέλουμε να διαμορφώσουμε μαζί σας μια σχέση που να εγγυάται τις καλύτερες προοπτικές μιας επιτυχημένης συνεργασίας...
- ... Εμείς θεωρούμε τον καλό συνεργάτη, αν μου επιτρέπετε, αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησής μας και θέλουμε ειλικρινά να νιώθει το ίδιο και εκείνος...
- ... Απώτερος στόχος μας είναι να διευρύνουμε τη συνεργασία μας σε όλες τις κατηγορίες των προϊόντων μας...

Διαξενκτική τακτική/πρόταση πώλησης

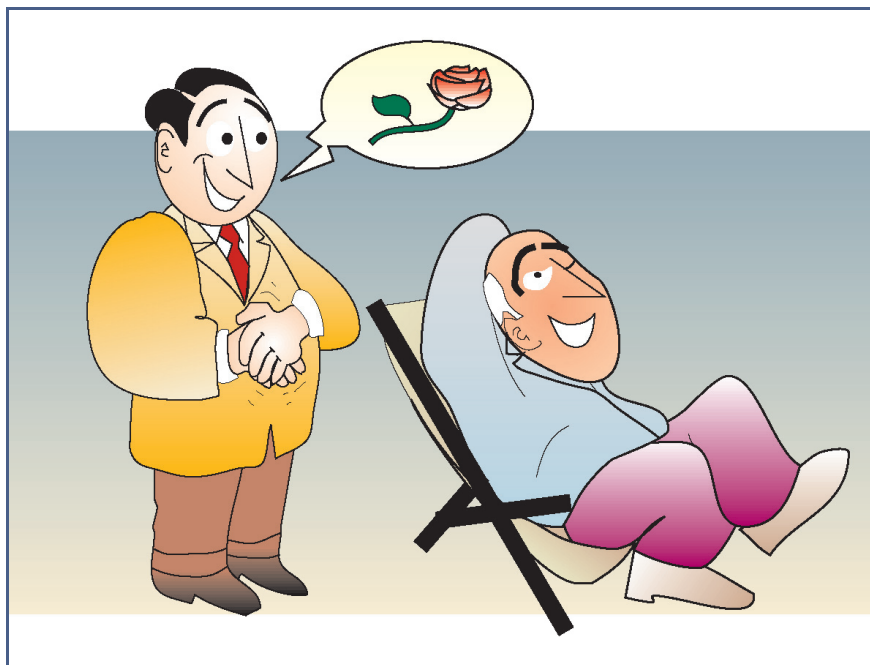
Έχω να σας παρουσιάσω δύο (2) διαφορετικά σενάρια πωλήσεων που πιστεύω καλύπτουν σίγουρα τις βασικές σας απαιτήσεις στις κατηγορίες των προϊόντων που σας παρέχουμε...

- Το ένα σενάριο ... με έκπτωση 10%
- Το άλλο σενάριο ... με έκπτωση 15%

Ποιο από τα δύο (2) θα επιλέγατε ώστε να ξεκινήσουμε τη συνεργασία μας!

26

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΕΙΞΕΙΣ ΤΗΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ «ΩΡΑΣ» ΓΙΑ ΠΩΛΗΤΕΣ



Εκτιμάται ότι στις πωλήσεις η επανάληψη είναι πραγματικά «μητέρα» μάθησης και όχι «μητέρα» κόπωσης και κορεσμού. Οι πρακτικές υποδείξεις που ακολουθούν έχουν αναφερθεί μεμονωμένα και σε προηγούμενα κεφάλαια του βιβλίου, όμως εδώ παρουσιάζονται συγκεντρωμένες κατά τέτοιο τρόπο, που να προκαλούν το «μάτι» να τις αναγνώσει την τελευταία «ώρα» πριν ξεκινήσει η διαδικασία της παρουσίασης πωλήσεων. Οι πρακτικές αυτές υποδείξεις είναι:

- Ποιες είναι οι ανάγκες του υποψήφιου αγοραστή; Είναι βέβαιος ο πωλητής ότι μπορεί να τις καλύψει; Πρέπει να διαλύσει και την παραμικρή αμφιβολία.
- Να προτείνει τη λύση εκείνη στο πρόβλημά του που σχετίζεται άμεσα με τις συγκεκριμένες ανάγκες του.
- Να μην ξεχάσει ότι το μυστικό είναι ένα και μοναδικό. Οι ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις που ξεκινούν από την ανίχνευση των αναγκών έως το «κλείσιμο» της συνεργασίας.
- Ποιο είναι αλήθεια το Κ.Α.Α. (Κέντρο Αγοραστικών Αποφάσεων). Μήπως υπάρχει και κάτι άλλο;
- Σε όλη τη διαδικασία της παρουσίασης να ενθαρρύνει τον υποψήφιο αγοραστή να του πει: «Ναι, μπορούμε να συνεργαστούμε μαζί, για πολλούς λόγους...»
- Να μην ξεχνάει την «Εμπιστοσύνη». Αυτή δημιουργεί το συγκριτικό πλεονέκτημα.
- Λίγο πριν φύγει από το γραφείο-εμπορικό κατάστημα του υποψήφιου αγοραστή, να κοιτάξει πίσω... Μπορεί η τελευταία ματιά να «παίξει» τη μεγαλύτερη σημασία...

27

ΔΕΚΑ (10) ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΜΗ ΧΑΝΕΤΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ



Δεν γίνεται εύκολα πιστευτή η ωφελιμότητα του να δίνει κάποιος συμβουλές σε πωλητές, μιας και οι πωλήσεις δεν αποτελούν μια στατική κατάσταση που επιδέχεται συγκεκριμένους κανόνες έκφρασης και συμπεριφοράς, αλλά αντίθετα συνιστούν μια ιδιαίτερα δυναμική και ευμετάβλητη διαδικασία, που σημαίνει ότι, ανά πάσα στιγμή, τα μέχρι τώρα ισχύοντα είναι δυνατόν να ανατραπούν και τα μέχρι τώρα ανατραπέντα είναι δυνατόν σήμερα να ισχύουν.

Οι δέκα (10) βασικές συμβουλές που πρέπει να έχει κατά νου ο πωλητής ώστε να ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο «απώλειας πωλήσεων» είναι:

1. *Η αδιαφορία*
Όταν εξυπηρετεί έναν ενδιαφερόμενο πελάτη, πρέπει να του δώσει όλη του την προσοχή. Η αδιαφορία ενοχλεί αφάνταστα.
2. *Η υπερβολική οικειότητα*
Αρκετές φορές δημιουργεί πρόβλημα, που τις περισσότερες φορές δεν εκφράζεται.
3. *Η αγενής συμπεριφορά*
Δημιουργεί ένταση και απωθεί.
4. *Η φλυαρία*
Να αφήσει χρόνο στον άλλο να σκεφθεί ή να δείξει ότι του αφήνει χρόνο. Πρέπει να μάθει να ακούει.
5. *Η ανυπομονησία*
Ποτέ να μη δείξει ότι βιάζεται να ξεφορτωθεί τον υποψήφιο πελάτη του.
6. *Η ελλιπής γνώση του αντικειμένου πώλησης*
Είναι αυτή που αφήνει ερωτηματικά...
7. *Η ελλιπής γνώση των τεχνικών πώλησης*
Είναι αυτή που, με μαθηματική ακρίβεια, οδηγεί στην αποτυχία.
8. *Τα λάθη*
Να μάθει να τα αναγνωρίζει και να ζητάει συγγνώμη.

9. *Η ανοικτή διαφωνία με τον υποψήφιο πελάτη*
Να συζητάει μαζί του ή να μετατοπίσει το διάλογο σε άλλο θέμα.
10. *Προσοχή στις κατηγορίες που απευθύνει ο πελάτης στον ανταγωνισμό*
Να μιλάει για τα πλεονεκτήματα του προϊόντος/υπηρεσίας δίχως να κατηγορεί τους ανταγωνιστές. Είναι προτιμότερο και αποτελεσματικότερο.