

Testiranje limitov in zaključevanje v prodaji

Ena izmed osnovnih tehnik uspešnega prodajalca je testiranje limitov v prodaji.

Poenostavljeno povedano: tipičen prodajalec, ko predstavi produkt, vpraša stranko: »Ali boste kupili?« kar ima en pozitiven in dva negativna uinek.

Pozitivni uinek je, da prodajalec vsaj "poizkuša" zaključiti posel. Negativni

uinek pa je v prvi vrsti, da mora kupec sprejeti odločitev in to je ta negativna, je

prodaje kmalu konec (približno tako, kot če bi trnek povlekel iz vode, ne da bi

vedel, ali je riba vgriznila v vabo). Drugi negativni uinek je, da se prodajalci s to

tehniko osredotočajo večinoma na sebe in svojo prezentacijo, ne pa toliko na stranko in to se vidi, sliši in čuti. Ker je naivnih kupcev vedno več, tovrsten agresiven pristop vedno bolj deluje.

Kako torej drugače?

Najprej je potrebno spremeniti miselno prodajalca in sicer je njegova vloga, da se odloči in svetuje, kateri izdelek/storitev lahko doda vrednost stranki. S tem razmišljanjem ustvari pristen in iskren poslovni odnos, v katerem lahko oba pridobita na dolgi rok (to je glavni cilj). Vseskozi pa dober prodajalec testira limite stranke, na primer na naslednje načine (seveda z obveznim prikimavanjem):

1) Posploševanje (primer: tovrstni vzglavniki so navadno med 80 in 100 evri in tako lahko resnično no...)

2) Metafore (npr: Ga. ki je bila pred vami, si je kupila visokokvalitetni vzglavnik za 110 € ker je želela resnično no...)

3) Napredni jezikovni vzorci (predstavljajte si, da je cena kvalitetnega vzglavnika 70 € in lahko resnično no...)

Bistvo testiranja limitov je, da ne govorimo o konkretnem prodajnem izdelku in da takoj, ko omenimo ceno/dobavni rok opozorimo na drugi limit, opazujemo reakcijo stranke. Če je le-ta: + pozitivna, na primer prikimavanje nazaj, nadaljujemo z emocionalnim vključevanjem stranke in posledično s samoumevnim nakupom s čim manj dodatnimi informacijami. - negativna reakcija, potem znižamo limite in poiskujemo znova z drugo zgoraj navedeno tehniko.

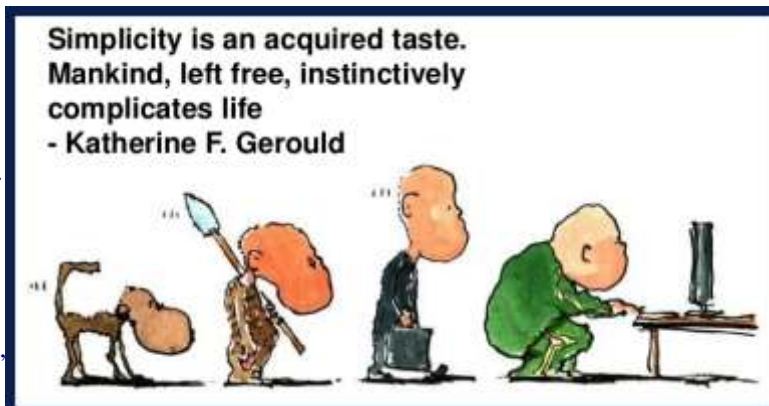
Če ni reakcije oz. če ne opazimo, postavimo dodatna vprašanja glede vrednot, jih uporabimo in ponovimo testiranje limitov na isti ravni.

V prodajnem pogovoru lahko zlahka testiramo limite vsaj 3-5 krat, da smo prepričani, do kje bo stranka želela kupiti. Ko zlasti v kombinaciji z ostalimi ACTION tehnikami uporabljamo testiranje limitov v prodaji tako pred zaključkom večinoma vemo, koliko je stranka pripravljena plačati za določen izdelek/storitev, kar bistveno izboljša prodajni rezultat. Prodaja je spoznavanje novih zanimivih oseb in sklepanje iskrenih odnosov. Prodaja je udovita aktivnost, kot lovljenje ribic... sprošujoča in koristna – tiste, ki jih ne boš pojedel, lahko vedno vrneš nazaj v vodo (vedno pa je tvoja odločitev ali boš boljši in bolj užival kot prejšnji).

Poenostavi življenje in reci NE novim neumnostim. Bodi vedno z manj!

Od preprostega življenja smo prišli v življenje tisočih stvari in verjetno je tudi tisto, ko si ga lahko končno tudi poenostavimo. Ni dvoma, da lahko zapremo polovico naših bančnih računov, ki jih ne uporabljamo, ukinemo večino spletnih računov in vsega, kar nas vsaj za sekundo obremenjuje ali otežuje razmišljanje. Tudi pri nakupih moramo vedeti, da vsaka nova stvar ni le stvar (je nova aktivnost, ki nam jemlje denar in čas). Vremenska postaja za leto 15. Avgusta prinese še sestavljanje, brisanje prahu, menjave baterij, prostor za skladiščenje in kar je najpomembnejše, nove misli in skrbi. Brezplačni bančni račun ni brezplačen, saj moramo obnavljati podatke, dvigovati pošto, komunicirati z banko in jo končno celo obiskati. Vsaka malenkost je malenkost,

skupaj v seštevku pa zaradi tega postajamo zombiji, ujeti v kopicah elektronskih naprav in "obveznosti", ki v resnici niso potrebne. Veliko in vedno več je mogoče poenostaviti, le za to moramo in vedeti, da lahko osebna komunikacija in stik z naravo pripomoreta, da opazimo lepoto življenja.



Nova dimenzija razumevanja vpliva

Če je vpliv merjen kot aktivnost, ki jo želimo doseči, ga lahko razdelimo na ACE in sicer ACCEPTING the CONTENT for EXECUTION (sprejemanje vsebine za izvršitev). Ko torej želimo vplivati na nekoga, si želimo pripraviti osebo in situacijo ter primerno vsebino (sugestije in ukaze) in vinkovito posredovati. In vplivati je bolj preprosto, kot si mislimo, saj so na vseh področjih izpiljene tehnike.

"Optimist trdi, da živimo v najboljšem možnem svetu, pesimist se boji, da je res tako."

James Branch Cabell (ameriški pisatelj 1879 – 1958)



Konec pritoževanja naredi spremembo

Veliko ljudi se pritožuje in pritožuje nad vsem, preden ugotovi, da so sami soustvarjalci okolja, v katerem živijo. Spremeni vrednote, prepričanja, sposobnosti in s tem obnašanje in tvoje okolje se bo spremenilo s teboj.

Jokal sem, ker nisem imel evljev, dokler nisem videl loveka, ki ni imel nog. Življenje je polno udovitih stvari. (neznani avtor)



10 predlogov za super življenje:

- 1) stvari, ki jih nisi uporabljal v zadnjem letu daj v izhodno škatlo
- 2) prakticiraj hvaležnost
- 3) za njo jutro pozitivno z nasmehom
- 4) piši dnevnik
- 5) manj pred mediji ... več v naravi
- 6) "izklopi" - vsaj nekaj minut dnevno sam v miru s seboj
- 7) odstrani stres z umiranjem in iščenjem preteklih sicer
- 8) manjkrat reci DA, večkrat poslušaj in premisli
- 9) vsak mesec naredi vsaj eno osebno izboljšavo
- 10) napolni življenje z ljudmi in dogodki, ki jih imaš rad.

Smile !
it's free

doc. dr. Andrej Kovačič
www.andrejkovacic.com/slo
www.komuniciraj.si
info@komuniciraj.si