

ΠΩΛΗΤΗΣ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ



BUSINESS & LIFE MENTORING

www.iqblm.gr

ΕΚΔΟΣΕΙΣ IQBLM

Πρόλογος



*Ένας οδηγός
που θα σας βοηθήσει να είστε πιο αποτελεσματικοί στις
πρόσωπο με πρόσωπο πωλησιακές επαφές σας*

Τα πρώτα λεπτά καθορίζουν το αποτέλεσμα

Να θυμάσαι ότι για την πρώτη εντύπωση, δεν έχουμε ποτέ δεύτερη ευκαιρία !

- Στα 4 πρώτα λεπτά σχηματίζουμε για πάντα το 90% της γνώμης μας για τον άνθρωπο με τον οποίο συναντιόμαστε για πρώτη φορά.
- Καθοριστικός παράγοντας διαμόρφωσης της εικόνας και της ψυχολογίας των πρώτων λεπτών είναι το συναίσθημα το οποίο μεταφέρουμε.
- Οι άνθρωποι μας ταυτίζουν με το συναίσθημα το οποίο τους μεταφέρουμε.
- Σκεφτείτε πως εάν στην πρώτη γνωριμία σας με έναν άνθρωπο διακατέχετε από άγχος – νευρικότητα και αυτά τα 2 συναισθήματα τα μεταφέρετε στη συνάντησή σας τότε ο άνθρωπος με τον οποίο γνωρίζετε θα σας θυμάται για πάντα με αυτά όταν σας ανακαλεί σαν μορφή, σαν εικόνα, όταν μιλά για εσάς και μεταφέρει την άποψή του για εσάς.
- Αντιθέτως, εάν επιδείξετε φιλικότητα, σοβαρότητα, τα λόγια σας είναι έξυπνα, είστε εγκρατείς, με χαμόγελο, ευχάριστη διάθεση τότε θα κάνετε μία καλή πρώτη εντύπωση για την οποία θα ανταμείβεστε για πάντα από τους ανθρώπους με τους οποίους αναπτύξατε αυτές τις σχέσεις.



- Ο ανθρώπινος εγκέφαλος διαθέτει νευρωνικά δίκτυα τα οποία επιτελούν πολλαπλές δραστηριότητες και λειτουργίες σε νανοδευτερόλεπτα. Περνούν πληροφορίες προς αποκωδικοποίηση τις οποίες δεν αντιλαμβανόμαστε.
- Σε έναν άνθρωπο οτιδήποτε επάνω του, μας αναφέρει την ιστορία του.
- Το ντύσιμο του, ο τρόπος συμπεριφοράς, οι κινήσεις, η ομιλία του.
- Εάν είχαμε τη δυνατότητα να δούμε τα νευρωνικά μας δίκτυα την ώρα των πρώτων συναντήσεων, θα παρατηρούσαμε πολλαπλές διεργασίες, αποθήκευση πληροφοριών, αντιγραφή κινήσεων, δημιουργία συνάψεων, ενεργοποίηση δικτύων δηλαδή μία γενική εγκεφαλική αναστάτωση.
- Οι πληροφορίες θα αποθηκευτούν και θα χρησιμοποιηθούν όταν ανακαλούνται.
- **Το 84% της επιτυχίας** διείσδυσης των μηνυμάτων μας έγκειται στην εξωλεκτική επικοινωνία, αυτήν που ονομάζουμε σωματική. Δηλαδή δεν έχει σημασία πρωτογενώς αυτό το οποίο λέμε αλλά πως το λέμε, σε παρουσιάσεις, ομιλίες, συζητήσεις μας.

Τρία είναι τα βασικά επίπεδα επικοινωνίας:

- Σωματική
- Σηματική
- Λεκτική (προφορικός και γραπτός λόγος)



- **Τα δύο πρώτα επίπεδα** επικοινωνίας επιδέχονται πολλαπλών ερμηνειών.
- **Αντιθέτως η Μονοσήμαντη επικοινωνία**, δηλαδή έχει μια και μοναδική έννοια, είναι η Σηματική επικοινωνία, τα σήματα (π.χ. ένα σήμα της τροχαίας που **απαγορεύεται η αναστροφή**, έχει μόνο μία έννοια, δεν επιδέχεται αμφισβήτησης πήγαινε ή μην πας, το σήμα απαγορεύεται το κάπνισμα, όταν ο security σε ένα χώρο σου δείχνει προς τα που να πας, κ.α.

Κατά τη διάρκεια της πρώτης εντύπωσης, τηρήστε όλες τις αξίες της
Άρτιας και Ηθικής Επικοινωνίας

- Συνέπεια
- Ειλικρίνεια
- Διαφάνεια
- Αξιοπιστία
- Αναπτύξτε σχέσεις εμπιστοσύνης από καθήκον και όχι από ιδιοτέλεια
- Ακούστε προσεκτικά
- Κατανοήστε τον συνομιλητή σας
- Δείξτε του πως συμφωνείτε όπου βεβαίως το πιστεύετε
- Μην αντιδικείτε
- Να είστε ψύχραιμοι
- Χαμογελάτε

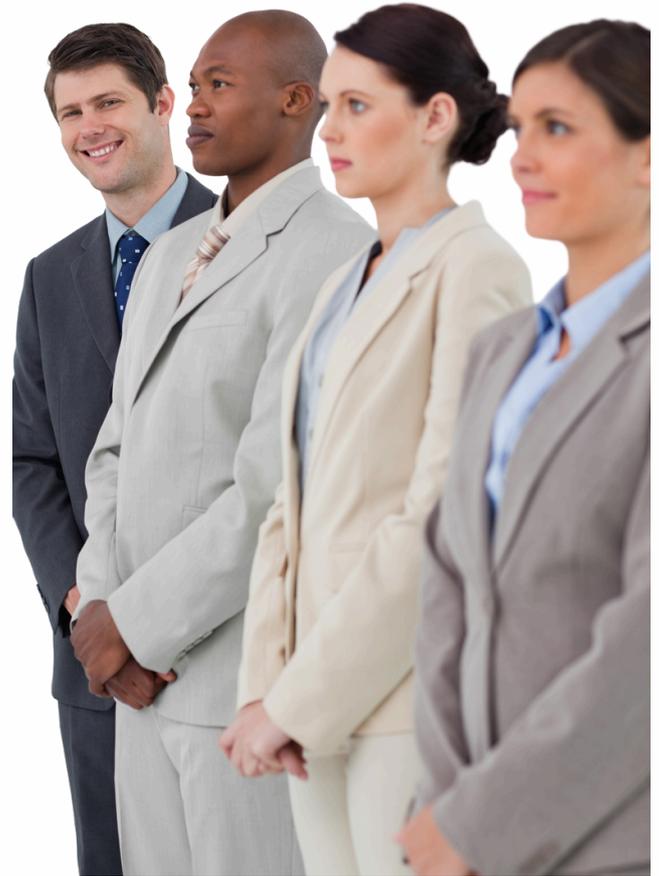
Να θυμάσαι ότι υπάρχει μια αρχή στην ψυχολογία: η συμπεριφορά επιστρέφει-γεννάει συμπεριφορά, στο ίδιο μήκος κύματος.

Τηρώντας και πρεσβεύοντας όλες αυτές τις αξίες, θα διαπιστώσετε ότι αυτόματα οι άνθρωποι σας ανοίγουν την πόρτα της συνεργασίας και η επιτυχία σας είναι δεδομένη ! (αρκεί βέβαια να είναι ανταγωνιστικά τα προϊόντα σας)

**Πριν πουλήσεις όλα αυτά που έχεις στην τσάντα σου, πρέπει
πρώτα να μάθεις να πουλάς σωστά τον εαυτό σου!**

Γι' αυτό:

- Πρόσεχε την εμφάνισή σου!
- Χαμογέλα!
- Μίλα απλά
- Μην κρίνεις
- Να πιάνεις «κουβεντούλα»
- Κάνε μόνο θετικές κουβέντες!
- Πρόσεχε τις παρέες σου!
- Δείχνε αναγνώριση
- Να δείχνεις ενδιαφέρον
- Να ακούς!
- Να θυμάσαι ονόματα
- Μίλα γι' αυτούς
- Να κάνεις φιλοφρονήσεις
- Να είσαι ευγενικός!
- Ζήτη συγνώμη αν έσφαλες!
- Να είσαι φιλικός και όχι φίλος, με τους πελάτες!
- Να είσαι ηθικά «αδίστακτος»



Το ιδανικό προφίλ του σύγχρονου πωλητή διαπροσωπικής επαφής

Χαρακτηριστικά:

- *Επιβλητικός στην παρουσία*
- *Business εμφάνιση*
- *Σύγχρονος στα επικοινωνιακά μέσα*
- *Ευρηματικός (marketing - ανάγκες πελατών)*
- *Επεξηγηματικός και όχι κουραστικός, ΓΝΩΣΗ !*
- *Ξεκάθαρος*
- *Να ακούει, να αφουγκράζεται!*
- *Επικοινωνιακός*
- *Καθαρή άρθρωση λόγου*
- *Προσαρμοστικός*

Και με ένα μαγικό τρόπο.... οι πόρτες θα ανοίγουν.



Χρωμάτισε την ομιλία σου

Η χρήση θετικών εκφράσεων-λέξεων, πάντα δημιουργεί ευνοϊκότερο κλίμα και απλουστεύει τα πράγματα.

Ανάλογα με την περίπτωση, επιλέξτε ποιες θετικές λέξεις ταιριάζουν στο ύφος της συζήτησης.

Αρνητικές εκφράσεις

- Να αγοράσετε
- Αγορά
- Υπογραφή
- Συμβόλαιο
- Προκαταβολή
- Επίδειξη, ενημέρωση
- Να σας αποδείξω / εξηγήσω
- Ραντεβού
- Έκπτωση
- Τιμή
- Προσφορά
- Γιατί δεν...
- Να βοηθήσουμε
- Πόσο απέχουμε ;
- Πρόβλημα
- Σήμερα
- Χρηματοδότηση
- Ανταγωνισμός

VS

Θετικές εκφράσεις

- Να έχετε, Να αποκτήσετε
- Επένδυση
- Επιβεβαίωση
- Συμφωνία
- Μέρος του ποσού
- Αξιολόγηση
- Να μοιραστώ μαζί σας
- Συνάντηση
- Κέρδος
- Ποσό
- Πρόταση
- Ας...
- Να φανούμε χρήσιμοι
- Πόσο κοντά είμαστε ;
- Θέμα
- Τώρα
- Εναλλακτικό πρόγραμμα αποπληρωμής
- Συνάδελφοι

Ας ξεκαθαρίσουμε όμως, τι είναι πώληση και ποια τα χαρακτηριστικά της !

Η κατανόηση του τι είναι πώληση, είναι σε ακριβή αναλογία με τα αποτελέσματα του κάθε επαγγελματία των πωλήσεων.

- **Πώληση** είναι μια διαδικασία, όπου ένα άτομο (πωλητής) βοηθάει ένα άλλο άτομο (πελάτης) να κατανοήσει ότι το προϊόν ή υπηρεσία που του προτείνει να αγοράσει, έχει μεγαλύτερη αξία από το χρηματικό αντίτιμο που του ζητάει να πληρώσει. **Αυτό είναι ΠΩΛΗΣΗ σήμερα !** (ξαναδιάβασέ το)
- Να θυμάστε ότι όλοι αγοράζουμε αυτό που επιθυμούμε κι όχι αυτό καθαυτό που έχουμε ανάγκη. (δες τι ρολόι φοράς....σίγουρα όχι το πιο φθηνό). Γι' αυτό φροντίστε να μετατρέπετε την ανάγκη σε επιθυμία αγοράς !
- Οι πελάτες αγοράζουμε συναισθηματικά. Αγοράζουν **ΕΜΑΣ-ΟΦΕΛΗ-ΕΠΙΘΥΜΙΕΣ**. (όλοι είμαστε πελάτες κάποιων)
- Μην κοιτάς μόνο τις χαμηλότερες τιμές, φρόντισε να καλύπτεις ανάγκες! Όσο και χαμηλότερη τιμή να προσφέρεις, πάντα θα υπάρχει κάποιος που θα πουλά φθηνότερα. Μην κάνεις αυτό το λάθος, του φαύλου κύκλου χαμηλότερης τιμής, γιατί έτσι θα βγαίνει κερδισμένος μόνο ο πελάτης.
- Μην μπερδεύεις τον πελάτη λιανικής με τον πελάτη B2B χονδρικής. Και οι δυο έχουν κοινά χαρακτηριστικά κάλυψης αγοραστικών αναγκών, αλλά για διαφορετικό σκοπό. Ο πρώτος αγοράζει για να καλύψει προσωπικές του αγοραστικές επιθυμίες, ο δεύτερος αγοράζει για να καλύψει αγοραστικές επιθυμίες τρίτων, δημιουργώντας κερδοφορία. Πάντα να διερευνάς ποια είναι τα αγοραστικά κριτήρια-κίνητρα του πελάτη σου!

Ποιους εμπιστεύονται οι πελάτες, ειδικά σήμερα;

Οι πελάτες και γενικά οι άνθρωποι, εμπιστεύονται, συμπαθούν, πιστεύουν και τελικά αγοράζουν, από εκείνους που τους μοιάζουν.

- Άρα ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά που πρέπει να διαθέτει ο πωλητής είναι η **Προσαρμοστικότητα**.
- Οι πελάτες δεν εμπιστεύονται **Φοβισμένους κι Αγχωμένους** πωλητές! Ο πελάτης οσφρίζεται την αγωνία του πωλητή στο να πουλήσει κι όταν το αισθανθεί αυτό, τότε αντιδρά, απορρίπτοντας τον πωλητή. Προσοχή, αυτό είναι δύσκολα αναστρέψιμο!
- Επίσης θα πρέπει να τονίσουμε, ότι παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, ποιος είναι στην έδρα του, ο πελάτης ή ο πωλητής; Αυτός που είναι στην έδρα του έχει πλεονεκτική θέση στην διαπραγμάτευση πώλησης, εκτός αν υπάρχει τόσο μεγάλη ανάγκη συνεργασίας του πελάτη με τον πωλητή, οπότε αλλάζουν-αντιστρέφονται τα δεδομένα. Όποιος προσεγγίζει πρώτος είναι σε πιο αδύναμη θέση ελέγχου. Η μεγάλη επιτυχία στις πωλήσεις είναι να σε προσεγγίζουν οι πελάτες πρώτοι, έτσι ώστε να αγοράσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σου !



Η Δεύσμευση

Μάθε να ζητάς «δεσμεύσεις» για να σε θεωρούν σωστό επαγγελματία.

- Βάζε χρονικά περιθώρια, «ο χρόνος είναι η ζωή σου»!
- Αν είναι να χάσεις, ας χάσεις μια ώρα αρχύτερα.
- Μην συμπονάς την κλάψα!
- Να φροντίζεις τους ήδη πελάτες σου, γιατί αυτοί είναι η άυλη περιουσία σου και οι δωρεάν διαφημιστές σου.
- Να θυμάσαι ότι, κάθε φορά που δεν ζητάς-διεκδικείς, μαθαίνεις τους άλλους να μην σου δίνουν! (αυτό ισχύει παντού στη ζωή)



Τι **ΔΕΝ** ενδιαφέρει τους πελάτες σήμερα ;



- Δεν τους ενδιαφέρει αν είστε ο καλύτερος πωλητής.
- Δεν τους ενδιαφέρει πόσα διπλώματα έχετε.
- Δεν τους ενδιαφέρει αν η εταιρεία σας πέρσι βγήκε πρώτη.
- Δεν τους ενδιαφέρει αν η ψυχολογία σας είναι πεσμένη λόγω κρίσης.
- Δεν τους ενδιαφέρει αν δεν έχετε πιάσει τους στόχους.
- Δεν ενδιαφέρονται γενικώς για εσάς!

Τι **Ενδιαφέρει** τους πελάτες σήμερα :



- Ενδιαφέρονται για αποδεικτικά στοιχεία!
- Ενδιαφέρονται για το πως εσύ, μετατρέπεις σε μετρήσιμο γι' αυτούς όφελος, όλα όσα παρουσιάζεις!
- Ενδιαφέρονται για αποτελέσματα και αποδείξεις υπαρκτών περιπτώσεων!
- Ενδιαφέρονται γενικώς μόνο για τον εαυτό τους!

Τα δυο βασικά εμπόδια (**φόβοι**) στην πώληση

1. Ο **φόβος της απόρριψης** (από πλευρά του πωλητή)
2. Ο **φόβος της αποτυχίας** (από την πλευρά του πελάτη)

Και στις δυο περιπτώσεις ο φόβος εξαλείφεται, από το πόσο καλά είναι προετοιμασμένος ο πωλητής, έτσι ώστε να έχει εμπιστοσύνη στον εαυτό του και να μην διακατέχεται από τον φόβο της απόρριψης, έτσι ώστε να μην δημιουργήσει τον φόβο αποτυχίας (λάθος αγοραστικής επιλογής) στον πελάτη.

Ο Στόχος κι ο Σκοπός του πωλητή

- Ως πωλητής έχεις έναν **ΣΤΟΧΟ**: Το κέρδος χρημάτων από τις πωλήσεις !
- Κι έναν **ΣΚΟΠΟ**: Να βοηθάς τους πελάτες σου, να επιλύουν προβλήματα αγοραστικών αναγκών, μετατρέποντάς τους την ανάγκη σε επιθυμία.

Αν θέλεις να πετύχεις το ΣΤΟΧΟ σου...

ποτέ δεν πρέπει να ξεχνάς τον ΣΚΟΠΟ σου !

Οι πέντε αγοραστικές αποφάσεις

Πάντα να έχεις στο μυαλό σου τη σειρά επιχειρηματολογίας που πρέπει να ακολουθήσεις, βασιζόμενη στις πέντε αγοραστικές αποφάσεις που καλείται να πάρει ο πελάτης, ως εξής:

1. Ο ΠΩΛΗΤΗΣ

- Έχει σωστή κρίση ;
- Είναι τίμιος ;
- Έχει γνώση ;

2. **Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ**, είναι σοβαρή, έχει καλό όνομα, είναι εδραιωμένη ;

3. **ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ**, το έχει ανάγκη ;

4. **Η ΤΙΜΗ**, ποια είναι η αγοραστική του ικανότητα-δυναμική ;

5. **ΤΟ TIMING**, είναι η κατάλληλη στιγμή γι' αυτόν, να αγοράσει ;

Κλείνοντας,

σας ευχαριστώ πολύ και σας εύχομαι όλα όσα μελετήσατε, να σας κάνουν έναν αποτελεσματικό και περιζήτητο επαγγελματία των πωλήσεων.



Με εκτίμηση

Ευάγγελος Κανίνιας

Qualified Business and Life Mentor

Πιστοποιημένος Μέντορας Επιχειρηματικότητας και Ζωής

Ελληνική & Διεθνής πιστοποίηση : GLOBAL CERT - N.O.C.N. group UK

Copyright © 2024 IQBLM - All rights reserved.

Πνευματική ιδιοκτησία περιεχομένου - Νόμος 2121/1993