



 **SUCCESS METHOD SEMINARS**

Sales Psychology
Βασικές Αρχές Ψυχολογίας
Πωλήσεων

Σημειώσεις σεμιναρίου

Επιμέλεια παρουσίαση
Ευάγγελος Κανίνιας
Qualified Business and Life Mentor
www.iqblm.gr

Βασικές αρχές της Ψυχολογίας Πωλήσεων

ΚΑΝΟΝΑΣ
(mindset)

**Κατά την ψυχολογία πωλήσεων ΔΕΝ ΠΟΥΛΑΜΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
ΙΚΑΝΟΠΟΙΟΥΜΕ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΘΥΜΙΕΣ!**

Λύνουμε προβλήματα, κάνουμε καλύτερη τη ζωή των ανθρώπων με τα προϊόντα & τις υπηρεσίες μας !

Με απλά λόγια :

Στην ψυχολογία πωλήσεων καλούμαστε να κατανοήσουμε δύο πράγματα :

1. Ποιοι είναι οι πελάτες μας (το προφίλ τους)
 2. Τι τους παρακινεί να ξοδέψουν τα χρήματά τους
- Εστιάζουμε κυρίως στις συναισθηματικές ανάγκες του πελάτη και στο τι είναι διατεθειμένος να κάνει για να τις καλύψει.
 - Οι άνθρωποι αγοράζουμε πρώτα με το συναίσθημα και κατόπιν με τη λογική !
 - Αγοράζουμε για να νοιώσουμε καλύτερα κι όχι μόνο από ανάγκη !

Για παράδειγμα : Τι παπούτσια φοράτε, τι ρούχα φοράτε, τι ρολόι φοράτε.....

- Πάνω σε αυτά τα ψυχολογικά κίνητρα εφαρμόζουμε διάφορες τεχνικές πωλήσεων για την ανάπτυξης μιας επιχείρησης !

Τεχνικές Ψυχολογίας Πωλήσεων

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 1

Προσφέρουμε κάτι **ΔΩΡΕΑΝ** !

Όλοι αγαπούν τα δωρεάν πράγματα.

Αυτή η τεχνική που την συναντάμε πολύ συχνά, μειώνει αποτελεσματικά τα ψυχικά εμπόδια και ενστάσεις του πελάτη για να δοκιμάσει κάτι καινούργιο.

Για παράδειγμα :

Συμπληρώνουμε το e-mail μας, για κάποιο δωρεάν αντάλλαγμα

Επιλέγουμε κάποιο προϊόν από μια εταιρεία γιατί μας δίνει επιπλέον κάποιο δώρο

Αγοράζουμε κάποιο 1+1 προϊόν (**Προστιθέμενη Αξία**)

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 2

Χρησιμοποιούμε την ανανέωση (**new version**) !

Οι άνθρωποι είναι πάντα πρόθυμοι να πληρώσουν για νέες βελτιωμένες εκδόσεις. Το θέλουν, το περιμένουν !

Γενικά οι άνθρωποι αγαπάμε τις αναβαθμίσεις, τις βελτιώσεις, τις νέες δυνατότητες και τις καινοτομίες.

Για παράδειγμα :

Οι ευχαριστημένοι πελάτες θα ξαναγοράσουν, την νέα έκδοση.

Όσοι έφυγαν, γιατί δεν τους κάλυπτε η παλιά έκδοση, ίσως τώρα η νέα τους καλύπτει

Πόσοι περιμένουμε το καινούργιο μοντέλο από κάποιον κατασκευαστή, έτσι ώστε να αναβαθμιστούμε ;

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 3

Κριτικές πελατών (**testimonials**) !

Οι κρητικές πελατών και κυρίως των ευχαριστημένων, είναι πολύ δυνατό εργαλείο αύξησης των πωλήσεων !

Καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό, την απόφαση των νέων πελατών.

Για παράδειγμα :

Όλοι μας διαβάζουμε και λαμβάνουμε υπόψη τα σχόλια πελατών, για κάποιο προϊόν που πρόκειται να αγοράσουμε.

Το 95% των ανθρώπων θεωρεί πολύ αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης, τις κριτικές πελατών.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 4

Χρησιμοποιείτε την Περιέργεια !

Οι άνθρωποι είναι περίεργοι, ειδικά όταν λάβουν λίγες πληροφορίες.

Αν αυτές οι πληροφορίες τους κεντρίζουν το ενδιαφέρον, τότε σίγουρα θέλουν να μάθουν περισσότερα.

Δίνουμε λοιπόν ένα στοιχείο, μια μικρή γεύση, έτσι ώστε τους ανοίξουμε την όρεξη !

Για παράδειγμα :

Ξεκινάμε μια ιστορία και την αφήνουμε πάνω στο καλύτερο !

Η περιέργεια θα παρακινήσει τους πελάτες και θα ψάξουν περισσότερα για το προϊόν σας ή την υπηρεσία σας.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 5

Δημιουργήστε αίσθηση επείγοντος/μοναδικότητας !

Οι άνθρωποι αγαπάμε να είμαστε οι πρώτοι ή οι μόνοι που θα δοκιμάσουμε κάτι.

Αγαπάμε υποσυνείδητα, να έχουμε κάτι μόνο εμείς και να το απολαμβάνουμε.

Αν μπορείτε να προβάλετε ότι μόνο λίγοι θα έχουν την τύχη να έχουν πρόσβαση σε αυτό, τότε θα πουλήσετε περισσότερο.

Επίσης οι προσφορές περιορισμένου χρόνου, αυξάνουν την αίσθηση του επείγοντος.

Για παράδειγμα :

Πως αισθανθήκατε όταν οδηγήσατε το νέο σας καινούργιο αυτοκίνητο και δεν υπήρχαν όμοια στη γειτονιά, στο δρόμο και γενικότερα στην πόλη σας ;

Πως αισθανθήκατε για τα νέα αθλητικά παπούτσια, που δεν φορούσε κανείς ίδια στην προπόνηση ;

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 6

Χρησιμοποιείτε Εκπτώσεις (πραγματικές) !

Οι εκπτώσεις έχουν μεγάλη δυναμική, στην μετατροπή υποψηφίων πελατών σε ενεργούς.

Υποσυνείδητα, τραβούν την προσοχή και παρακινούν σε δράση.

Σημαντικό :

Οι εκπτώσεις σε €, αποδίδουν καλύτερα από τις ποσοστιαίες σε % !

Επίσης το οπτικό τρικ, του ελάχιστα μικρότερου αριθμού τιμής, αποδίδει καλύτερα, όπως για παράδειγμα το 39,99€ αντί του 40,00€, ανάλυση του εγκεφάλου πάντα ξεκινάει από το πρώτο ψηφίο !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 7

Χρησιμοποιείστε δυνατά γραφικά (**εικόνες**) !

Οι άνθρωποι είμαστε οπτικά όντα, γι' αυτό και οι φωτογραφίες που χρησιμοποιούμε είναι πολύ σημαντικές !

Μια δυνατή εικόνα παρακινεί συναισθηματικά τον πελάτη, βοηθώντας τον να συνδεθεί με το προϊόν ή την υπηρεσία μας αυξάνοντας παράλληλα το *brand awareness* (αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας). Οι σωστές εικόνες, προκαλούν έντονα συναισθήματα και ταύτιση !

Για παράδειγμα :

Δεν θα διαφημίζαμε ποτέ την Ελλάδα, βάζοντας μια φωτογραφία με ουρανοξύστες, γιατί δεν αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα.

Αντιθέτως, θα δείχναμε τα αρχαία και τα νησιά μας.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 8

Βρείτε έναν κοινό εχθρό με το πελάτη !

Ως εχθρό ονομάζουμε το οτιδήποτε μας εμποδίζει απ' το να πετύχουμε ή να αποκτήσουμε κάτι.

Μπορεί να είναι οτιδήποτε, ένα προϊόν, μια κατάσταση, μια εταιρεία οτιδήποτε !

Για παράδειγμα :

Αν έχουμε ένα γυμναστήριο, ο κοινός εχθρός που έχουμε με τον πελάτη είναι η αναβλητικότητα, η βαριεστημάρα, ο καναπές, η κακή φόρμα κ.ο.κ.

Πρέπει να εστιάσουμε στην αντιμετώπιση του κοινού εχθρού κι όχι σε τιμές προγραμμάτων και διάφορες ορολογίες !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 8

Βρείτε έναν κοινό εχθρό με το πελάτη !

Ως εχθρό ονομάζουμε το οτιδήποτε μας εμποδίζει απ' το να πετύχουμε ή να αποκτήσουμε κάτι.

Μπορεί να είναι οτιδήποτε, ένα προϊόν, μια κατάσταση, μια εταιρεία οτιδήποτε !

Για παράδειγμα :

Αν έχουμε ένα γυμναστήριο, ο κοινός εχθρός που έχουμε με τον πελάτη είναι η αναβλητικότητα, η βαριεστημάρα, ο καναπές, η κακή φόρμα κ.ο.κ.

Πρέπει να εστιάσουμε στην αντιμετώπιση του κοινού εχθρού κι όχι σε τιμές προγραμμάτων και διάφορες ορολογίες ! Εστίαση στη λύση και τα οφέλη !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 9

Χρησιμοποιήστε Influencers !

Μια πολύ σύγχρονη τεχνική για να πουλάτε περισσότερο. Θέλετε ανθρώπους που να εμπιστεύονται και να λένε : Αφού το λέει ο/η τάδε ότι είναι καλό, τότε σίγουρα είναι καλό. Πάντα υπήρχαν influencers, πόσες και πόσες διαφημίσεις έχουμε δει, με διάσημους να προτείνουν κάποια προϊόντα αλλά τώρα βρίσκεις και απλούς ανθρώπους στα social media, που έχουν κοινό και την δύναμη επηρεασμού.

Βασική προϋπόθεση είναι, ο influencer που θα χρησιμοποιήσετε να απευθύνεται στο ιδανικό κοινό σας.

Ο τρόπος αμοιβής του influencer ποικίλει, μπορεί να είναι εφάπαξ ή με ποσοστά ή με κάποιο κωδικό ειδικής έκπτωσης στα προϊόντα σας.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 10

Χρησιμοποιήστε το storytelling

Οι ιστορίες είναι πολύ καλός τρόπος για να βάλετε το μυαλό των πελατών σας να εμπλακεί με το προϊόν και να σας βοηθήσει να πουλήσετε περισσότερο.

Οι ιστορίες δημιουργούν συναισθήματα, εικόνες προσομοίωσης, έτσι ώστε ο πελάτης να οδηγηθεί από την παρούσα κατάσταση στο σημείο που θέλει και θέλετε να φτάσει.

Να ταυτιστεί και να πει τελικά ΝΑΙ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ, ΤΟ ΘΕΛΩ !

Συμπέρασμα :

Μια καλή ιστορία, έχει την δύναμη να αυξήσει την αντίληψη, την εμπιστοσύνη και την σύνδεση του πελάτη με την εταιρεία σας.

Γι' αυτό μην επικοινωνείτε απλά ιστορίες, δημιουργείτε συναισθήματα ευχαρίστησης !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 11

Χρησιμοποιήστε αριθμούς !

Οι αριθμοί και τα στατιστικά στοιχεία δημιουργούν αξιοπιστία σε όσα επικοινωνείτε.

Μπορεί ως άνθρωποι να λειτουργούμε συναισθηματικά, παρόλα αυτά χρειαζόμαστε και επιχειρήματα για να πειστούμε.

Οι αριθμοί και τα στατιστικά παραπέμπουν στον σκεπτικισμό.

Βασική προϋπόθεση όμως, να είναι ρεαλιστικοί κι αξιόπιστοι !

Συμπέρασμα :

Δείξτε στατιστικά πωλήσεων. Αναφέρετε πόσοι άνθρωποι προτείνουν τα είδη σας. Οι αριθμοί τραβούν τη προσοχή !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 12

Κάντε τον πελάτη να αισθανθεί μοναδικός !

Το ενδιαφέρον και η αίσθηση της μοναδικότητας, είναι από τα βασικά κίνητρα που παρακινούν τους ανθρώπους. Σε όλους μας αρέσει να νιώθουμε σημαντικοί, να αναγνωρίζουν την αξία μας και την μοναδικότητά μας κι επομένως αυτό μας ωθεί να κάνουμε επιλογές που μας κάνουν να αισθανόμαστε όμορφα.

Δείξτε τα όλα αυτά, μέσα από το προϊόν ή την υπηρεσία σας, κάνοντας τους ανθρώπους να αισθανθούν όμορφα και να νοιώσουν μοναδικοί !

Όταν ο πελάτης αισθανθεί έτσι, τότε αγοράζει και γίνεται πιστός ακόλουθος των προϊόντων και της εταιρείας σας.

Γίνεται ο καλύτερος διαφημιστής σας !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 12

Κάντε τον πελάτη να αισθανθεί μοναδικός !

Το ενδιαφέρον και η αίσθηση της μοναδικότητας, είναι από τα βασικά κίνητρα που παρακινούν τους ανθρώπους. Σε όλους μας αρέσει να νιώθουμε σημαντικοί, να αναγνωρίζουν την αξία μας και την μοναδικότητά μας κι επομένως, αυτό μας ωθεί να κάνουμε επιλογές που μας κάνουν να αισθανόμαστε όμορφα.

Δείξτε τα όλα αυτά, μέσα από το προϊόν ή την υπηρεσία σας, κάνοντας τους ανθρώπους να αισθανθούν όμορφα και να νοιώσουν μοναδικοί !

Όταν ο πελάτης αισθανθεί έτσι, τότε αγοράζει και γίνεται πιστός ακόλουθος των προϊόντων και της εταιρείας σας.

Γίνεται ο καλύτερος διαφημιστής σας !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 13

Επικοινωνήστε την αυθεντία σας !

Ενώ οι άνθρωποι από τη φύση μας ακολουθούμε το πλήθος, μπορεί να ακολουθήσουμε ένα μεμονωμένα άτομο ή μια εταιρεία, αν τους κάνουμε να αντιληφθούν ότι είμαστε ειδικοί (experts) σε αυτό τον τομέα.

Μπορείτε να προωθήσετε τον εαυτό σας ή την εταιρεία σας ως **expert** για να πουλήσετε περισσότερο, αναφέροντας τις διακρίσεις και τα βραβεία σας ή άτομα κι εταιρείες με κύρος που υποστηρίζουν την γνώση και την αυθεντία που έχετε στον τομέα σας.

Εάν έχετε πελάτες με κύρος και κοινωνικό εκτόπισμα, χρησιμοποιήστε τους για να αυξήσετε την δυναμική σας.

Είναι απίστευτο, το πως η προβολή της αυθεντίας σας κατατάσσει υψηλότερα στην συνείδηση του αγοραστικού κοινού.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 13

Επικοινωνήστε την αυθεντία σας !

Ενώ οι άνθρωποι από τη φύση μας ακολουθούμε το πλήθος, μπορεί να ακολουθήσουμε ένα μεμονωμένα άτομο ή μια εταιρεία αν τους κάνουμε να αντιληφθούν ότι είμαστε ειδικοί (experts) σε αυτό τον τομέα.

Μπορείτε να προωθήσετε τον εαυτό σας ή την εταιρεία σας ως **expert** για να πουλήσετε περισσότερο, αναφέροντας τις διακρίσεις και τα βραβεία σας ή άτομα κι εταιρείες με κύρος που υποστηρίζουν την γνώση και την αυθεντία που έχετε στον τομέα σας.

Εάν έχετε πελάτες με κύρος και κοινωνικό εκτόπισμα, χρησιμοποιήστε τους για να αυξήσετε την δυναμική σας.

Είναι απίστευτο, το πως η προβολή της αυθεντίας σας κατατάσσει υψηλότερα στην συνείδηση του αγοραστικού κοινού.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 14

Ψυχολογία χρώματος !

Γνωρίζατε ότι τα χρώματα προκαλούν περισσότερα συναισθήματα κι επηρεάζουν αποφάσεις ;

Υπάρχει ειδικότητα, που ασχολείται με την επίδραση των χρωμάτων στην ψυχολογία των αγοραστών.

Τα χρώματα καθορίζουν τη διάθεσή μας κι έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν τις αποφάσεις μας, επομένως παίζουν πολύ σπουδαίο ρόλο, στο να κάνετε το μήνυμά σας αποτελεσματικό !

Ο ανθρώπινος εγκέφαλος επεξεργάζεται οπτικές πληροφορίες 60.000 φορές πιο γρήγορα από το κείμενο.

Για παράδειγμα :

Το κόκκινο συνδέεται με την ενέργεια και το πάθος.

Το πορτοκαλί με την διασκέδαση, την θετικότητα και την καλή υγεία.

Το κίτρινο με την αισιοδοξία και τη χαρά.

Και το μπλε με την εμπιστοσύνη.

Η χρήση της ψυχολογίας των χρωμάτων, είναι ένας πολύ έξυπνος τρόπος, για να καθοδηγήσετε τις επιλογές των πελατών σας.

Για παράδειγμα :

Έχετε προσέξει ότι τα κουμπιά (CTA) προτροπής σε αγορά, συνήθως είναι σε κόκκινο ή πορτοκαλί χρώμα ;

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 15

Αξιοποιήστε τον πόνο !

Όπως ήδη έχετε κατανοήσει, το συναίσθημα παίζει κυρίαρχο ρόλο στις αποφάσεις μας.

*Γνωρίζατε ότι ο πόνος όμως είναι πιο δυνατός από την ευχαρίστηση ;
Βρείτε τα σημεία πόνου των πελατών σας και δείξτε τους πως μπορούν να τα ξεπεράσουν, δίνοντάς τους λύσεις.*

Που πονάνε ; Που υστερεί ο πελάτης σας και τι αντίκτυπο έχει αυτός ο πόνος στη ζωή του και την καθημερινότητά του ;

Θα διαπιστώσετε ότι είναι απίστευτα αποδοτική αυτή η τεχνική και οι πωλήσεις σας θα αυξηθούν.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 16

Αίσθηση του ανήκειν !

Όλοι έχουμε την έμφυτη επιθυμία να ανήκουμε σε μια κοινωνία, σε ένα σύνολο.

Το εξηγεί πολύ καλά ο Maslow στην πυραμίδα ιεραρχίας αναγκών του ανθρώπου.

Γι' αυτό κάνοντας τους υποψήφιους πελάτες να αισθάνονται ότι γίνονται μέρος μιας ευρύτερης ομάδας, μπορείτε να τους κάνετε να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή στο μήνυμά σας.

Συμπέρασμα :

Χτίστε κοινότητες και ομάδες.

Δείξτε ότι δουλεύετε ομαδικά.

Δημιουργήστε εξαιρετική υποστήριξη πελατών πριν και μετά την πώληση.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 17

Χρησιμοποιήστε την αμοιβαιότητα !

Στους ανθρώπους δεν αρέσει να νοιώθουν ότι χρωστάνε σε κάποιον !

Θα θέλουν οπωσδήποτε να σας το επιστρέψουν.

Συμπέρασμα :

Προσφέρετε πρώτα ΔΩΡΕΑΝ υλικό, εργαλεία, δείγματα κ.α.

Έτσι δημιουργείτε αμοιβαιότητα και κερδίζετε την εμπιστοσύνη τους.

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 18

Πουλάτε οφέλη κι όχι χαρακτηριστικά !

Οι περισσότερες εταιρείες διαφημίζουν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τους, εξάλλου εξαιτίας αυτών των χαρακτηριστικών οι άνθρωποι θα δουν αποτελέσματα, σωστά ;

ΛΑΘΟΣ !!!

Τα χαρακτηριστικά στερούνται συναισθηματικής σύνδεσης, είναι άψυχα, είναι λογικά.

Οι άνθρωποι νοιάζονται μόνο για τα δικά τους προβλήματα και πως μπορείτε εσείς να τους τα λύσετε.

Η προώθηση των αποτελεσμάτων, των οφελών είναι αυτό που βοηθάει τους πελάτες να κατανοήσουν πώς το προϊόν ή υπηρεσία σας θα βελτίωνε τη ζωή τους !

Για παράδειγμα :

Όταν μια γυναίκα αγοράζει μια αντιρυτιδική κρέμα προσώπου, δεν την ενδιαφέρει ή φόρμουλα κατασκευής της, αλλά το ότι χωρίς ρυτίδες θα είναι πιο όμορφη !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 19

Η φόρμουλα PAS (Problem-Agitate-Solve) Πρόβλημα-Σύγχυση-Επίλυση!

Αυτή η τεχνική είναι ένα καλό storytelling.

Ξεκινάμε εντοπίζοντας το πρόβλημα και στη συνέχεια διεγείρουμε το ενδιαφέρον αναφέροντας τα σημεία με τα οποία ταυτίζονται οι πελάτες μας.

Μην βιαστείτε να δώσετε την λύση !

Εστιάστε στον πόνο, έτσι ώστε να βιώσουν την κατάσταση που περιγράφετε, η οποία (τι σύμπτωση) είναι η κατάσταση που βιώνουν οι ίδιοι ! Πρέπει πρώτα να δημιουργηθεί αρκετή ένταση συναισθημάτων.

Αν η ιστορία σας έχει δομηθεί σωστά, η λύση έρχεται ως λύτρωση, κάνοντας τον πελάτη να πει το επιθυμητό : ΝΑΙ ΑΥΤΗ ΕΙΝΑΙ Η ΛΥΣΗ ΣΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΜΟΥ !

Κατόπιν όλα γίνονται πιο εύκολα.

Το PAS είναι από τις πιο διαχρονικές τεχνικές πωλήσεων !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 20

Δημιουργία προσμονής !

Είναι σίγουρο ότι, ουκ ολίγες φορές περιμένουμε το επόμενο επεισόδιο της αγαπημένης μας σειράς. Είναι αυτό που όταν είμαστε στο πιο έντονο σημείο... εμφανίζεται το άτιμο : η συνέχεια στο επόμενο επεισόδιο !

Οι άνθρωποι, οι πελάτες χρειάζονται αυτή την αναμονή για να τους κρατήσει το ενδιαφέρον, ώστε να τους κάνει να επιστρέψουν και γιατί όχι να αγοράσουν περισσότερα.

Το φαινόμενο αυτό ονομάζεται φαινόμενο Zeigarnik. Δηλώνει ότι οι άνθρωποι είναι πιθανό να θυμούνται ελλιπείς πληροφορίες παρά πλήρεις, γιατί το κομμάτι που λείπει μένει δυνατά μέσα στο μυαλό τους, δημιουργώντας τους ανυπομονησία κι αναστάτωση.

Οπότε δημιουργήστε προσμονή με διάφορους τρόπους, ώστε οι πελάτες να θέλουν να επιστρέψουν για να λάβουν ή να μάθουν περισσότερα !

ΤΕΧΝΙΚΗ Νο 21

Black Jack !

*Κρατήστε το **ΑΠΛΟ** !*

Όταν όλοι μας προτρέπουν, να τα κάνουμε όλα πιο έντονα, πιο φανταχτερά, πιο εντυπωσιακά, για να τραβήξουμε την προσοχή, στην πραγματικότητα δουλεύει όμως τελείως το αντίθετο !

Σύμφωνα με την θεωρία της απλότητας (ST) το ενδιαφέρον των ανθρώπων έλκεται από απλές καταστάσεις. Αυτή η θεωρία μπορεί να αξιοποιηθεί πολύ αποτελεσματικά στο marketing και στις πωλήσεις.

Οι άνθρωποι τείνουν να αποφεύγουν ότι τους μπερδεύει ή τους ζορίζει.

Είτε πρόκειται για προϊόν, είτε για εμπειρία που προσφέρετε, κρατήστε το απλό !

Μην ταλαιπωρείτε τον πελάτη, κάντε του το, όσο πιο απλό γίνεται !

Η εμπειρία πελάτη (User Experience ή UX) είναι ύψιστης σημασίας για τις πωλήσεις !

Συνοψίζοντας,

Ο ανθρώπινος εγκέφαλος είναι τόσο περίπλοκος, που υπάρχουν πολλοί τρόποι για να τον διεγείρετε και να πουλήσετε περισσότερο.

Αυτές ήταν οι πιο βασικές τεχνικές.

Σίγουρα έχετε πλέον εμπεδώσει πολύ καλά, ότι η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ .ΛΗΣΕΩΝ παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη στρατηγική marketing που θα ακολουθήσετε.

Χρειάζεται να πειραματιστείτε όμως, για να δείτε τι δουλεύει καλύτερα για εσάς.

Εφαρμόζοντας όλες αυτές τις τεχνικές ψυχολογίας πωλήσεων είναι σίγουρο ότι θα αυξήσετε τις πωλήσεις σας.

Σας ευχαριστώ πολύ και σας εύχομαι, μέσα από την καρδιά μου,

καλές πωλήσεις !

Μέντωρ

Ευάγγελος Κανίνιας