



Σημειώσεις σεμιναρίου

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

Τα τρία είδη των Πωλητών

1. Από επιλογή (για εργασία)
2. Από ανάγκη (εταιρική)
3. Από επιρροή (για καριέρα)

Ο «Νόμος» της Ανταμοιβής

Αμείβεσαι σύμφωνα με αυτό που προσφέρεις.

Η αμοιβή σου είναι σε άμεση αναλογία με τρία πράγματα:

1. Πόσο καλά το κάνεις
2. Ποια είναι η ζήτηση
3. Πόσο δύσκολο είναι να σε αντικαταστήσουν

Αιτία κι Αποτέλεσμα

Οι ΠΩΛΗΣΕΙΣ είναι το ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ

Η ΑΙΤΙΑ είναι το MARKETING !

Το Marketing προετοιμάζει κι ανοίγει τον δρόμο στις Πωλήσεις !

Τι σημαίνει Marketing;

Σκοπός η μέγιστη ικανοποίηση αναγκών του πελάτη,

με Στόχο τη μέγιστη δυνατή κερδοφορία για την επιχείρηση. (B.A.M)

Η ομπρέλα

Σήμερα, όσο πιο καλή είναι η ομπρέλα «εταιρεία», τόσο καλύτερα θα είναι τα αποτελέσματα του Πωλητή !

- Οργάνωση-Ανθρωποκεντρική
- Marketing
- Ανταγωνιστική
- Πελατοκεντρική στρατηγική
- Logistic
- Απόθεμα
- Αμεσότητα

Η ρεαλιστική και διαχρονική Αλήθεια

Σε μια εταιρεία που απασχολεί πωλητές:

Το 80% του τζίρου των πωλήσεων
προέρχεται από
Το 20% των πωλητών

(Η αλάνθαστη Αρχή του Pareto) 80/20

Τα είδη του B2B

1. Το B2B λιανικής πώλησης
2. Το B2B χονδρικής-ποσοτικής πώλησης
3. Το B2B δικτύου αντιπροσώπων/μεταπωλητών
4. Το B2B υπηρεσιών

Υπάρχουν κοινά στοιχεία marketing, αλλά διαφέρει η προσέγγιση και η στρατηγική.

Το Α και το Ω για την ΕΠΙΤΥΧΙΑ ! Εργασία vs Δουλειά

Η Εργασία μας είναι : η Ειδικότητά μας

&

Η Δουλειά μας είναι μια: η Δημιουργία Χρήματος !

Προσοχή στο : Αγαπώ την Εργασία μου vs Χρήμα !

Από εδώ ξεκινάνε όλα !

Ποια είναι η «δουλειά» του Πωλητή ;

 Η δουλειά του ΠΩΛΗΤΗ είναι μια - να πουλάει !

Δηλαδή, να μετατρέπει τους υποψήφιους ενδιαφερόμενους πελάτες σε δυνητικούς πελάτες κι όχι να μιλάει σε αγνώστους, «εισβάλλοντας» απρόσκλητος στον εργασιακό τους χρόνο και χώρο.

Αυτό παίζει μεγάλο ρόλο στην επιτυχία σου στις πωλήσεις και μην το ξεχνάς ποτέ !

Επαγγελματική Αυτοεκτίμηση λέγεται !

Μισθός vs Ποσοστά

Ο επαγγελματίας Πωλητής..... δουλεύει μόνο με ποσοστά !

Η ΠΑΓΙΔΑ, του "σταθερού μισθού" και της "ασφάλειας"

τύπου «σε πληρώνω για να κάνεις και αυτά», παραδόσεις, εισπράξεις κτλ... καταλήγοντας να είσαι ένας υπάλληλος που κάνει και πωλήσεις !

Αν είσαι επαγγελματίας πωλητής, κάνεις μόνο την δουλειά σου, σαν ελεύθερος επαγγελματίας !

Κάνεις, αυτό που πρέπει κι όχι αυτό που μπορείς ! (να το θυμάσαι καλά αυτό)

Μόνο έτσι θα αποκτήσεις ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ.

Τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου Πωλητή B2B

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.*

Τα τρία βασικά επίπεδα επικοινωνίας:

- *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 πώς το λέμε, σε παρουσιάσεις, ομιλίες, συζητήσεις μας.*

Επίπεδα επικοινωνίας:

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

Τα δύο πρώτα επίπεδα (Σωματική & Λεκτική) επικοινωνίας επιδέχονται πολλαπλών ερμηνειών.

Αντιθέτως η Σηματική επικοινωνία, έχει μια και μοναδική έννοια.

Τα σήματα, π.χ. ένα σήμα της τροχαίας που απαγορεύεται η αναστροφή, 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

Αρχές Άρτιας επικοινωνίας :

- Συνέπεια
- Ειλικρίνεια
- Διαφάνεια
- Αξιοπιστία
- Αναπτύξτε σχέσεις εμπιστοσύνης
- Ακούστε προσεκτικά
- Κατανοήστε τον συνομιλητή σας
- Δείξτε του πως συμφωνείτε, όπου βεβαίως το πιστεύετε
- Χαμογελάτε – το χαμόγελο φτιάχνει το κλίμα

Μια σημαντική αρχή στην ψυχολογία: η συμπεριφορά επιστρέφει-γεννάει συμπεριφορά, στο ίδιο μήκος κύματος.

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

- Πρόσεχε την εμφάνισή σου!
- Χαμογέλα και να είσαι ευγενικός !
- Να είσαι φιλικός και όχι φίλος, με τους πελάτες!
- Μίλα απλά και μην κατηγορείς, ειδικά τον «ανταγωνισμό» !
- Να πιάνεις «κουβεντούλα»
- Κάνε μόνο θετικές κουβέντες!
- Μην μιλάς συνέχεια αλλά : Να ακούς! Να ακούς! Να ακούς!
- Μην αντιδικείτε – κρατήστε την ψυχραιμία σας
- Να δείχνεις ενδιαφέρον
- Να θυμάσαι ονόματα
- Μίλα γι' αυτούς
- Δείχνε αναγνώριση
- Να κάνεις φιλοφρονήσεις, έξυπνα κομπλιμέντα
- Ζήτα συγνώμη, αν έσφαλες!
- Να είσαι «ηθικά αδίστακτος»
- Πρόσεχε τις παρέες σου !!!

Το Ιδανικό προφίλ του σύγχρονου Πωλητή B2B

- *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*

Business χρώμα στην ομιλία

- *Η χρήση θετικών εκφράσεων-λέξεων, πάντα δημιουργεί ευνοϊκότερο κλίμα και απλουστεύει τα πράγματα.*
- *Ανάλογα με την περίσταση, 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
- Οικονομικό όφελος
- Ποσό
- Πρόταση
- Ας...
- Να φανούμε χρήσιμοι
- Πόσο κοντά είμαστε ;
- Θέμα
- Τώρα
- Εναλλακτικό πρόγραμμα αποπληρωμής
- Άλλες εταιρείες του κλάδου

Τι πιστεύει πελάτης σήμερα γι' αυτόν ;

- *Είμαι σπουδαίος και απαιτώ σεβασμό !*
- *Θέλω να καταλάβεις τις ανάγκες μου !*
- *Θα με βοηθήσουν οι ιδέες σου ;*
- *Ποια είναι τα στοιχεία ;*
- *Ποια είναι τα εμπόδια ;*
- *Αποφασίζω το τι θα κάνω ;*
- *Εγκρίνω/ απορρίπτω !*

Τον Έλεγχο σε κάθε σχέση τον έχει αυτός που νοιάζεται (ή δείχνει ότι νοιάζεται) λιγότερο !

Γενικά, θέλει να έχει τον έλεγχο της σχέσης, αλλά τελικά δεν τον έχει ή νομίζει ότι τον έχει ! Απλά, γιατί είναι αυτός που νοιάζεται περισσότερο, αν ο πωλητής το χειριστεί τεχνικά ! (Το ανέλυσε ο Ψυχίατρος Gordon Livingston)

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!*

Η Δέσμευση

- *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 μόνο για τα οφέλη !

Πώς εσύ, με ότι έχεις μέσα στην τσάντα σου, τους κάνεις καλύτερη τη ΖΩΗ !

Τα δυο βασικά εμπόδια (φόβοι) στην πώληση

- **Ο φόβος της απόρριψης** (από πλευρά του πωλητή)
- **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

ΣΤΟΧΟΣ: Το κέρδος χρημάτων από τις πωλήσεις !

ΣΚΟΠΟΣ: Να βοηθάς τους πελάτες-συνεργάτες σου, να κατανοήσουν την Αξία όσων τους προτείνεις για το δικό τους όφελος. Γίνε σύμβουλος!

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 ;

Η διαδικασία της πώλησης B2B

- Η συνεργασία B2B είναι μια πολύ εύθραυστη διαδικασία !
- Τα δεδομένα της μπορεί να αλλάξουν ανά πάσα στιγμή.
- Απαιτείται από την πλευρά του πωλητή, ιδιαίτερη προσοχή και ευαίσθητους χειρισμούς.
- Γενικά, ο πωλητής είναι ευάλωτος και ανά πάσα στιγμή καλείται να διαχειριστεί διάφορες καταστάσεις, που πολλές φορές δεν προκάλεσε.
- Στο B2B οι πελάτες απαιτούν περισσότερα !
- Το online B2B δεν είναι εχθρός σου, αλλά μέσο ανάπτυξης που λειτουργεί ως duplicator (πολλαπλασιαστής) !

Οι τέσσερις σημαντικοί παράγοντες

- 1. Πειστική επικοινωνία** που σημαίνει πληροφόρηση, πειθώ, διαφοροποίηση.
- 2. Η πώληση είναι εκ φύσεως κάτι εύθραυστο.** Ευαίσθητη σε μικρές αλλαγές.
- 3. Η πώληση πρέπει να είναι αποδεκτή από τον πελάτη.** Η μεγάλη πίεση στον πελάτη μπορεί να αποβεί μοιραία. Οι άνθρωποι λατρεύουν να αγοράζουν, αλλά μισούν να τους πουλάνε !
- 4. Η πώληση χρειάζεται να έχει τη λογική σειρά βημάτων.** Υπάρχουν κάποιες βασικές αρχές αλλά δεν υπάρχει ένας και μοναδικός τρόπος πώλησης. Κάθε φορά, κάθε συνάντηση, κάθε πελάτης χρειάζεται να προσαρμόζονται ανάλογα με τις περιστάσεις.

Βασικές αρχές για επιτυχία

- 1. Επειδή τα προϊόντα/υπηρεσίες B2B θεωρούνται υψηλού κόστους, οι πελάτες θέλουν να είναι βέβαιοι ότι συνδιαλέγονται με τη σωστή επιχείρηση και το σωστό άτομο.**
- 2. Βάλε τον εαυτό σου στη θέση του πελάτη για λίγο.** Πως μπορεί να ξέρει ότι ένα προϊόν θα έχει τα αποτελέσματα που θέλει; Αν δεν έχουν ξαναδουλέψει μαζί σας, σε κρίνει από τον τρόπο που πουλάς.
- 3. Γι' αυτό, φρόντισε να είσαι γνώστης, ικανός και αξιόπιστος.**
- 4. Πωλησιακή παραγωγικότητα σημαίνει, να προσέχεις το κόστος του κλεισίματος μιας δουλειάς-συνεργασίας.** Επιδιώκουμε την μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη, με μέγιστη δυνατή κερδοφορία για την εταιρεία μας. (B.A.M. – Βασική Αρχή Μάρκετινγκ)

Τι είναι ΠΩΛΗΣΗ σήμερα ;

- Η πώληση είναι μια συσσωρευτική διαδικασία.
- Έχει βήματα και κάθε βήμα πρέπει να ολοκληρώνεται σωστά.

Πώληση σήμερα είναι :

Η διαδικασία κατά την οποία ένας άνθρωπος Χ βοηθά έναν άλλο άνθρωπο Ψ, να συμπεράνει / αποφασίσει ότι το προϊόν / υπηρεσία που πουλάει ο Χ, έχει μεγαλύτερη αξία / χρησιμότητα, από το οικονομικό αντάλλαγμα το οποίο ζητά !

Όλο το «Μυστικό» είναι η κατανόηση της 'Αξίας (Value) !

Τα 7 βήματα της διαδικασίας αγοραστικής απόφασης

- **Αυτή η ανάλυση**, βοηθά τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές να κατανοήσουν καλύτερα πώς λαμβάνονται αποφάσεις, σχετικά με τις αγορές προϊόντων ή υπηρεσιών.
- **Αυτά τα βήματα** συνθέτουν ένα μοντέλο, που περιγράφει την εμπειρία του καταναλωτή από την αναγνώριση της ανάγκης, μέχρι τη μετα-αγοραστική συμπεριφορά.

1) Αναγνώριση της ανάγκης: Ο καταναλωτής συνειδητοποιεί ότι έχει μια ανάγκη ή ένα πρόβλημα που πρέπει να επιλυθεί. Αυτό μπορεί να είναι είτε μια πρακτική ανάγκη (π.χ., πείνα) είτε μια ψυχολογική επιθυμία (π.χ., αναζήτηση κύρους).

2) Αναζήτηση πληροφοριών: Ο καταναλωτής ερευνά για πληροφορίες σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία που θα καλύψει την ανάγκη του. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει διαδικτυακή αναζήτηση, συζήτηση με φίλους, ανάγνωση αξιολογήσεων κ.λπ.

3) Αξιολόγηση πιθανών λύσεων: Ο καταναλωτής συγκρίνει διάφορες επιλογές, βασισμένος σε κριτήρια όπως η τιμή, η ποιότητα, οι κριτικές άλλων χρηστών ή η προσωπική εμπειρία.

- 4) Λήψη απόφασης αγοράς:** Αφού αξιολογήσει τις επιλογές, ο καταναλωτής λαμβάνει την τελική απόφαση για το ποιο προϊόν ή υπηρεσία θα αγοράσει.
- 5) Αγορά:** Η πραγματική διαδικασία της αγοράς πραγματοποιείται. Μπορεί να περιλαμβάνει την πληρωμή και την απόκτηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- 6) Κατανάλωση/χρήση:** Ο καταναλωτής χρησιμοποιεί το προϊόν ή την υπηρεσία για να καλύψει την ανάγκη ή την επιθυμία του.
- 7) Μετα-αγοραστική συμπεριφορά:** Ο καταναλωτής αξιολογεί την εμπειρία του με το προϊόν ή την υπηρεσία. Εδώ μπορεί να δημιουργηθεί ικανοποίηση (ή δυσαρέσκεια), η οποία επηρεάζει μελλοντικές αγορές και συστάσεις σε άλλους.

Η σωστή προετοιμασία για μια συνάντηση B2B

- Να εστιάζεις την προσοχή σου στο συγκεκριμένο πελάτη. Να πας διαβασμένος !
- Να είσαι έτοιμος και με αυτοπεποίθηση, για όλα όσα πρόκειται να κάνεις, ώστε να γλιτώσεις χρόνο. Φρόντισε να μην πλατιάζεις !
- Να έχεις μια διαδικασία στο μυαλό σου, που πρέπει να ολοκληρώσεις βήμα-βήμα ! **Παρουσίαση-Οφέλη-Οφέλη-Οφέλη-Κλείσιμο**
- Να έχεις όλα τα απαραίτητα βοηθητικά εργαλεία μαζί σου. (προσπέκτους, ένα σύντομο promo-video, δείγματα, διαφημιστικά, κτλ.)

Πλάνο

- Κάνε την απαιτούμενη έρευνα πριν πας να μιλήσεις !
- Βάλε ξεκάθαρους στόχους – Ξ.Α.Σ.
- Σχεδίασε το είδος της συνάντησης.
- Εξακρίβωσε το είδος και τις ερωτήσεις που θα κάνεις.
- Οργάνωσε τυχόν υποστηρικτικά βήματα.
- Προνόησε, για τυχόν προβλήματα και μη επιθυμητές επιλογές που μπορεί να προκύψουν από την πλευρά του πελάτη.
- Μην πας ποτέ σε μια συνάντηση απροετοίμαστος !

Στρατηγική

Πάντα χρειάζεται να έχεις στρατηγική!

- *Επαφές μέσα στον οργανισμό του πελάτη (γνωριμίες).*
- *Άλλες επαφές (συνάδελφοι/ συνεργάτες).*
- *Ανάλυση εργασιών περασμένου έτους, που συμπεριλαμβάνουν τάσεις ή ευκαιρίες που ανακάλυψαν.*
- *Ανταγωνιστική δραστηριότητα και συγκρίσεις δυνατών/αδύνατων σημείων, σχετικά με την εξυπηρέτηση, την κερδοφορία, τους όρους κ.τ.λ.*
- *Στόχοι επόμενου έτους.*
- *Συνολική μορφή συνεργασίας.*
- *Επαφές που πρέπει να γίνουν στο μέλλον.*
- *Σκοπός κάθε επαφής/κλήσης, χρονοδιαγράμματα και προθεσμίες.*

Τα βήματα μιας συνάντησης B2B

Να θυμάσαι :

Εσύ είσαι ο ηγέτης αυτής της συνάντησης !

Το να προτείνεις την ατζέντα, μπορεί να σε βοηθήσει να πάρεις τα ηνία της συνάντησης.

Βήματα :

1. **Άνοιγμα**, που κυρίως έχει να κάνει με την **εξακρίβωση και ανάλυση των αναγκών του πελάτη.**
2. **Παρουσίαση** της δικής σου πρότασης για τις ανάγκες αυτές, προσφέροντας λύσεις.
3. **Σχεδιασμός και διαχείριση αντιρρήσεων.**
4. **Δέσμευση στο να προχωρήσετε.** (Αυτή η δέσμευση πρέπει να είναι στο μυαλό σου από την αρχή της συνάντησης Ξ.Α.Σ)

1. Άνοιγμα που κύρια έχει να κάνει με την εξακρίβωση και ανάλυση των αναγκών του πελάτη.

Να θυμάσαι τα δυο πρώτα από αυτά που πιστεύει ο πελάτης σήμερα γι' αυτόν:

- Είμαι σπουδαίος και θέλω να με σέβονται – να κατανοούν τις ανάγκες μου.
- Εκδήλωσε θερμά τον θαυμασμό σου, για ότι σου τον προκαλεί !

Φρόντισε:

- Να κάνεις τον πελάτη να νιώσει σπουδαίος, στα δικά του μάτια και να συμφωνήσεις με τις ανάγκες που δηλώνει ότι έχει.
- Να κάνεις **ερωτήσεις χρήσεως**, έτσι ώστε να μάθεις πως δουλεύουν ως σήμερα.
- Να κατανοήσεις τι ψάχνουν και τι ζητούν από εσένα και την εταιρεία σου.
- Ποια είναι τα αγοραστικά κίνητρά τους ;

2. Παρουσίαση της δικής σου πρότασης για τις ανάγκες αυτές, προσφέροντας λύσεις.

- Οι προτάσεις σου να γίνονται κατανοητές* στον πελάτη!
- Να είναι ελκυστικές.
- Να είναι πειστικές.
- Να πέρνεις *feedback* από τον πελάτη για τα προηγούμενα! Αν δηλαδή έχουν γίνει όλα κατανοητά από την πλευρά του.

***Πώς να κάνεις τις ιδέες σου κατανοητές**

- Ο σχεδιασμός της συνάντησης σου με τον πελάτη να είναι γύρω από τις **δικές του** ανάγκες. Γι' αυτό να χρησιμοποιείς την **παράφραση**.
- Να υπάρχει μια λογική σειρά.
- Να έχεις οπτικά βοηθήματα.
- Να αποφεύγεις τεχνικές ορολογίες και υπερθετικά λόγια. Μίλα ΑΠΛΑ !

Το να κάνεις μια παρουσίαση είναι κάτι απλό και επιτυχημένο, μόνο αν ακολουθείς τους εξής βασικούς κανόνες:

- Ένα θέμα τη φορά.
- Να εξηγείς στον πελάτη τι σημαίνει γι' αυτόν στη γλώσσα των αποτελεσμάτων.
- Να του δείχνεις τι σημαίνει σε οφέλη !
- Να έχεις αποδεικτικά στοιχεία εκεί που χρειάζεται.
- Να ελέγχεις την πρόοδο παίρνοντας συνέχεια ανατροφοδότηση.
- Να παρέχεις τα αποδεικτικά στοιχεία, αν σου ζητηθούν !
- Να ξέρεις σε ποιον απευθύνεσαι. Απευθύνεσαι σε κάποιον που αποφασίζει; Εισηγείται; Θα σε συστήσει σε άλλους; Είναι απλά χρήστης;
- Μια επιτυχημένη παρουσίαση απαιτεί καλή προετοιμασία.
- Ποιοι είναι οι παράγοντες κλειδιά; Ταχύτητα, κατανόηση, λειτουργικότητα, ξεκάθαρα μηνύματα.
- Έμφαση στα αποδεικτικά στοιχεία !

3. Σχεδιασμός και διαχείριση αντιρρήσεων.

- *Ρώτα αν οι προτάσεις σου έγιναν κατανοητές από τον πελάτη!*
- *Φρόντισε να είναι ελκυστικές. Μίλα για ΟΦΕΛΗ κι όχι για τεχνικά χαρακτηριστικά !*
- *Να είναι πειστικές, κάνοντας για παράδειγμα αναφορά σε κάποιον τρίτο.*
- *Να πάρεις feedback από τον πελάτη για τα προηγούμενα! Αν δηλαδή έχουν γίνει όλα κατανοητά από την πλευρά του.*

Για να είσαι σίγουρος ότι η διαδικασία κινείται προς τον δικό σου Ξ.Α.Σ, η ακριβής ανατρο-φοδότηση (feedback) είναι αναγκαία συνέχεια. Παρατηρώντας, περιμένοντας και ακούγοντας τις απαντήσεις του πελάτη, ρωτώντας τη γνώμη του.

- *Απάντα σε ότι τον προβληματίζει, ως σύμβουλός του κι όχι ως πωλητής. Αν καταφέρεις να τον κάνεις να σε δει ως σύμβουλο, τότε ΚΕΡΔΙΣΕΣ !*

4. Δέσμευση στο να προχωρήσετε.

Αυτή η δέσμευση πρέπει να είναι στο μυαλό σου από την αρχή της συνάντησης Ξ.Α.Σ.

(Ξεκάθαρος Αντικειμενικός Σκοπός)

- *Μόνο όταν ο πελάτης έχει κατανοήσει τα οφέλη ζητάμε να προσχωρήσουμε στην ολοκλήρωση της συνεργασίας-παραγγελίας.*
- *Αν έχει απορίες πρέπει να τις συζητήσουμε. Αν θέλει να σκεφτεί κάτι, πρέπει να γνωρίζετε τι είναι αυτό, έτσι ώστε να μπορείτε να τον βοηθήσετε.*
- *Μπορούμε να δώσουμε έμφαση στα ψυχολογικά οφέλη (π.χ. το branding) που έχουν άμεσα σχέση με την κερδοφορία.*
- *Επίσης μπορούμε να δώσουμε έμφαση στην λειτουργικότητα και στον εξορθολογισμό των διαδικασιών. Αρχή Β.Α.Τ.Α.Υ. !*
- *Εννοείται ότι ή αύξηση της κερδοφορίας, μέσω της πρότασή μας, παίζει πάντα σημαντικό ρόλο στην απόφαση του πελάτη.*

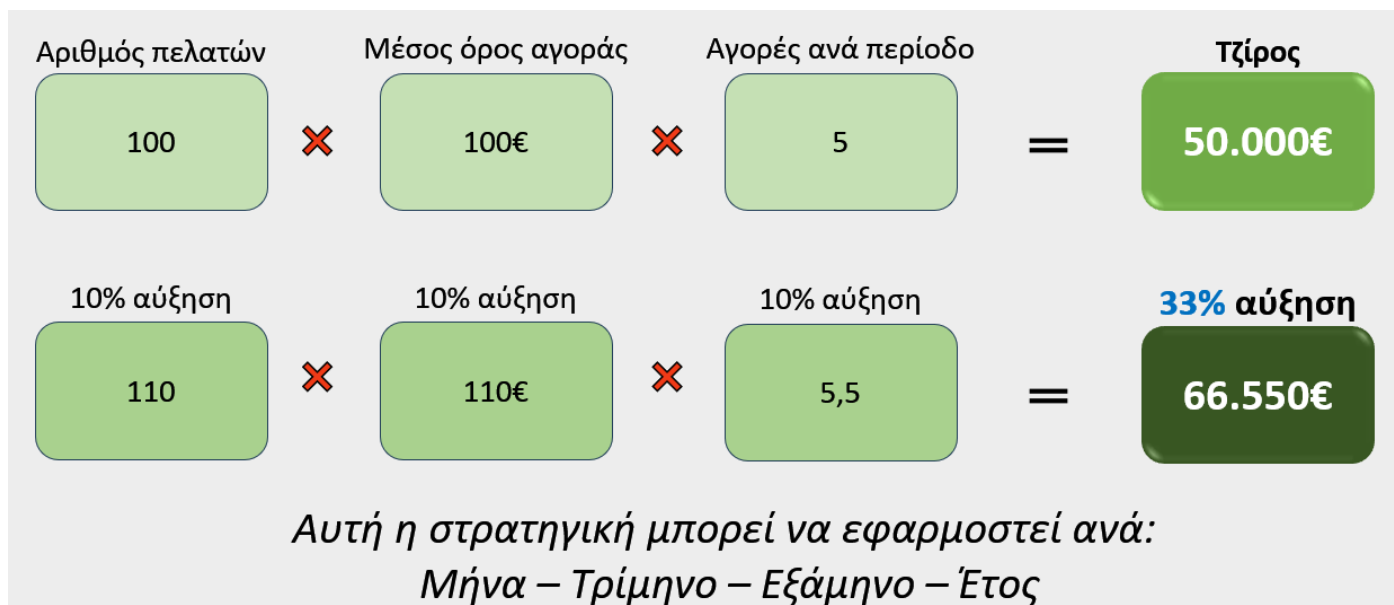
Follow up

Η επαφή συνεχίζεται και είναι διαρκής !

- *Να ποικίλεις τις μεθόδους των επαφών (τηλεφωνικά, e-mails, φυσική παρουσία, αποστολή βοηθητικών εργαλείων κτλ.)*
- *Να επιβεβαιώνεσαι ότι όποιος επηρεάζει αποφάσεις, είναι στην εμβέλεια της επικοινωνίας σου.*
- *Να δημιουργείς ενδιαφέρον στις επαφές σου. Αυτό σημαίνει ότι δεν αρκεί να δηλώνεις «παρών» αλλά να παρέχεις πληροφόρηση, ενημέρωση, συμβουλές και να τα χρησιμοποιείς όλα αυτά σαν την πλατφόρμα για να πουλήσεις. Αυτά σε διαφοροποιούν !*
- *Να προσέχεις και να εντοπίζεις κάθε πιθανή ευκαιρία για μελλοντικές πωλήσεις. Μάτια ανοιχτά και αυτιά τεντωμένα !*

BONUS

Στρατηγική, για αύξηση του τζίρου πωλήσεων κατά 33%



Στρατηγική, για αύξηση του τζίρου πωλήσεων κατά 20%



Συνοψίζοντας

- **Οι πωλήσεις αποτελούν κομμάτι του μάρκετινγκ.**

Πράγμα που σημαίνει ότι, οι πελάτες μπορεί και να γνωρίζουν πράγματα για εσάς προτού συναντηθείτε.

- **Η πώληση πρέπει να περιστρέφεται γύρω από τον κάθε πελάτη και τις ανάγκες του.**

Δεν είναι κάτι, που κάνετε το ίδιο σε όλους τους πελάτες.

Η πώληση πρέπει να αντανακλά την αγοραστική διαδικασία.

- Δεν μπορείς να τα βάζεις με τους υποψήφιους πελάτες.
- Να θυμάσαι όταν συναντάς εριστικούς ή μη συνεργάσιμους πελάτες, την βασική αρχή των πωλησιακών διαπραγματεύσεων :

« Θέλω να κάνω τη δουλειά μου ή να έχω δίκιο; »

- Πρέπει να δουλέψεις, στο να τους βοηθήσεις να κάνουν τη διαδικασία της λήψης της απόφασης πιο εύκολη, κάνοντας όλα όσα αναλύσαμε, μόνο έτσι θα σε προτιμήσουν!

Η πώληση απαιτεί προετοιμασία.

- Η πώληση πρέπει να διεξάγεται με τον κατάλληλο τρόπο. Δεν πρέπει να είναι πιεστική αλλά ούτε και χαλαρή. Να έχεις ενσυναίσθηση και να μη χάνεις το συμβουλευτικό σου ύφος.
- Η πώληση χρειάζεται να ενσωματώνει αποτελεσματική εξακρίβωση των αναγκών του πελάτη.

Η πώληση πρέπει να διέπεται από δημιουργική περιγραφικότητα.

- Να είσαι ξεκάθαρος και διαυγής με τις περιγραφές σου. Να χρησιμοποιείς δυνατές εκφράσεις χωρίς τεχνική ορολογία! Μίλα στη γλώσσα τους.

Η πώληση πρέπει να κατευθύνεται από τα οφέλη.

- Να δίνεις ξεκάθαρα συγκεκριμένα οφέλη. Να μπορείς να βάζεις σε σειρά προτεραιότητας τα οφέλη που να είναι κομμένα και ραμμένα στα μέτρα του πελάτη που έχεις απέναντί σου. Να τα κάνεις να κυριαρχούν στη συζήτηση και να τα σχετίζεις με τα αποτελέσματα.

Η πώληση είναι μια σύνθετη διαδικασία και χρειάζεται να μπορείς να τη διαχειρίζεσαι.

- *Να μπορείς να ενορχηστρώσεις την όλη διαδικασία.*
- *Να ακούς, να συγκεντρώνεσαι και να κρίνεις πως και τι ακριβώς πρέπει να κάνεις για τον πελάτη σου.*
- *Η αυτοπεποίθηση μετράει καθώς επίσης και η πρακτική.*
- *Οι δεξιότητες πωλήσεων δεν σταματούν να μαθαίνονται.*

Η αποτελεσματικότητα στις πωλήσεις πρέπει να έχει μακροχρόνια προοπτική. Μην βιάζεσαι !

- *Να κρατάς την επαφή. Η αυξημένη επιμονή είναι ένας οικονομικός τρόπος για να αυξήσεις τις πωλήσεις σου. Να έρχεσαι συνέχεια σε επαφή και να μη χάνεσαι.*
- *Να αναζητάς συστάσεις, να φτιάξεις στρατηγική για κάθε πελάτη, να αναλύεις τη φύση του, ειδικά τους μεγάλους πελάτες, και να θυμάσαι ότι είναι πάντα ευκολότερο να κλείνεις δουλειές με εκείνους που σε ξέρουν, που σε έχουν χρησιμοποιήσει και έχουν μείνει ικανοποιημένοι στο παρελθόν, αντί να ψάχνεις νέους πελάτες.*

Σας ευχαριστώ πολύ και σας εύχομαι καλές πωλήσεις !

Μέντωρ

Ευάγγελος Κανίνιας