JAK ZWIĘKSZAĆ SPRZEDAŻ NA RYNKU STOLARKI OTWOROWEJ



Białystok, 21.03.2015 r.

Przygotowanie:
Joseph Wera

GAUM
GDAŃSKA AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI MENEDŻERSKICH

„SUKCES W BIZNESIE JEST JAK JAZDA NA ROWERZE. ALBO JEDZIESZ NAPRZÓD, ALBO…… UPADASZ.”

Jackson Brown





I. HISTORIA RYNKU





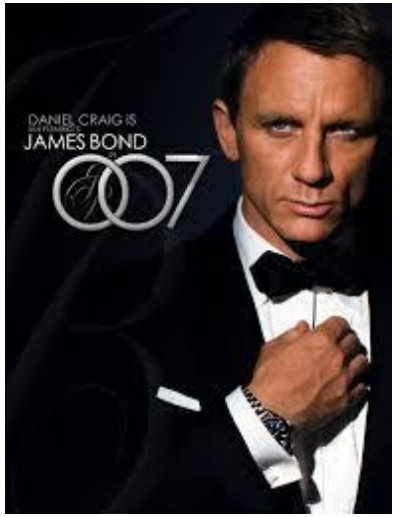
HISTORIA RYNKU POLSKIEGO



HISTORIA PRODUKCJI NOWOCZESNYCH OKIEN











2013

DYNAMIKA EKSPORTU 12%

TERAZ POLSKA

R-EWOLUCJA RYNKU POLSKIEGO







- *1990-1997* - wystarczy być
- *1997-2001* - wzrost jakości produktów
- *2001-2004* - rozwój producentów i produktów
- *2004-2008* - dynamiczny rozwój, eksport
- *2008-2014* - boom eksportowy

EWOLUCJA STRATEGII SPRZEDAŻY

1. Produkcyjna (wiek XIX i 1900-1910)
2. Produktowa (1910-1930)
3. Sprzedażowa (1930-1950)
4. Marketingowo-rynkowa (1950 -……)



II. SKUTECZNE STRATEGIE PRZEWAGI RYNKOWEJ



KONCEPCJA MARKETINGOWA

- Nie ważne co mogę wyprodukować
- Ważne co chce klient
- Nastawienie na jego zadowolenie







KONCEPCJA SPOŁECZNO - RYNKOWA

- Nastawienie na klienta i jego zadowolenie
- Odpowiedzialność - ekologia
- Wizerunek aktywnego uczestnika społeczności
- Akcje społeczne, fundacje





szlachetna PACZKA

PROFIL KLIENTA - lata 90.



- Mało wymagający
- Mieć nowe okna, żeby nie wiało
- Zamontować przed mrozami
- Nie przepłacić - zmieścić się w budżecie

PROFIL WSPÓŁCZESNEGO KLIENTA

- Wymagający
- Świadomy oczekiwań
- Doświadczony
- Wyedukowany



OCZEKIWANIA WSPÓŁCZESNEGO KLIENTA A STRATEGIE SPRZEDAŻY

- Cena
- Estetyka
- Ekonomia+ Ekologia + Bezpieczeństwo
- Profesjonalna obsługa
- Czas - szybko
- Montaż - jakość, termin
- Gwarancja, serwis

- Obniżanie kosztów produkcji
- Wzornictwo/elastyczność
- Nowoczesne technologie

- Kadra + standardy
- Łańcuch dostaw
- Certyfikacja, organizacja
- Procesy i procedury







III. JAK SPRZEDAWAĆ DROŻSZE PRODUKTY



ZAMOŻNY KLIENT

- Prowadzi często sam biznes
- Oczekuję profesjonalnej obsługi
- Świadomy oczekiwań i wyedukowany
- Chcę być traktowany lepiej niż inni
- Chcę szybko i terminowo





NAWIĄZANIE KONTAKTU

- Zauważ go na wejściu
- Uśmiechnij się
- Zrób coś do picia
- Zbuduj relację
- Porozmawiaj o jego projekcie



ZBADAJ POTENCJAŁ KLIENTA



- Pytaj o wizję i marzenia
- Zbadaj dokładnie potrzeby
- Określ co jest ważne
- Ustal budżet klienta
- Sprawdź czy wiesz wszystko zanim złożysz ofertę

ARGUMENTACJA

- Argumentuj dlaczego warto kupić lepsze okna
- Dopasuj argumentację do typów klienta
- Stosuj zasadę kontrastu w argumentacji
- Odwołuj się do wiedzy i fachowości klienta





POSTAW NA JAKOŚĆ



- Pokaż, dlaczego warto zapłacić więcej
- Przygotuj się na pokonanie obiekcji cenowych
- Rób wyliczenia- cyfry przekonują
- Zamiast DROGIE mów NIENAJTAŃSZE

OFERTA WARIANTOWA

- Wariant tani- 90% potrzeb klienta



- Wariant optymalny -100 % potrzeb



- Wariant droższy- 120 % potrzeb



ZAMYKANIE SPRZEDAŻY

- Nie naciskaj
- Pozostaw wybór klientowi - niech czuje, że wybiera
- Dopasuj zamknięcie do typu klienta
- Negocjuj cenę dając satysfakcję psychologiczną
- Dopytaj, kiedy klient się waha



IV. ROLA MONTERA W PROCESIE SPRZEDAŻY



STEREOTYP FACHOWCA



„Kto Panu to zrobił?”

„ ***Doskonałość to robienie zwykłych rzeczy w niezwykły sposób***”

Booker Washington

amerykański działacz społeczny



MARKETINGOWA POSTAWA PRACOWNIKA MONTAŻU

- Wygląda na perfekcjonistę i jest kompetentny
- Wie, że ma wpływ na sprzedaż firmy
- Jest świadomy, że ma wpływ na wizerunek firmy
- Wie, że od niego zależy zadowolenie klienta
- Zna ofertę własnej firmy
- Lubi swoją pracę



WYGLĄD PERFEKCJONISTY

- Czystość
- Schludność
- Czyste buty
- Zadbany wygląd
- Uniformy firmowe



POSTAWA I ZACHOWANIE

- Chęć pomocy w rozwiązywaniu problemów klienta
- Przestrzeganie zasad savoir-vivre'u
- Cierpliwość
- Usłużność
- Uczciwość
- Rzetelność



OSOBOWOŚĆ ZAWODOWCA

- Umiejętność nawiązywania i prowadzenia rozmowy
- Optymizm, entuzjazm
- Empatia
- Takt
- Kreatywność
- Samoorganizacja
- Samokrytycyzm



WIEDZA I UMIEJĘTNOŚCI



- Znajomość i umiejętność technik montażu
- Podstawowa wiedza o sprzedaży
- Orientacja w ofercie konkurencji
- Znajomość sprzedawanych produktów
- Słuchanie innych
- Jasne formułowanie zadań
- Znajomość języka polskiego w wersji dla kulturalnych ludzi

JAK ZBUDOWAĆ PRZEWAGĘ NAD KONKURENCJĄ



- Podejdź do biznesu całościowo - STRATEGIA firmy
- Zbuduj SILNĄ MARKĘ pod potrzeby klienta
- Rozwijaj UMIEJĘTNOŚCI handlowe pracowników
- Inwestuj w ROZWÓJ pracowników montażu

SAMYCH SUKCESÓW!!!





DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ



Przygotowanie i prowadzenie:

Joseph Wera
Dyrektor Zarządzający
j.wera@gaum.pl tel.: 600-061-706
www.gaum.pl