Szkolenia Marek Lebiedziński

Jakich możliwości jeszcze nie odkryłeś?

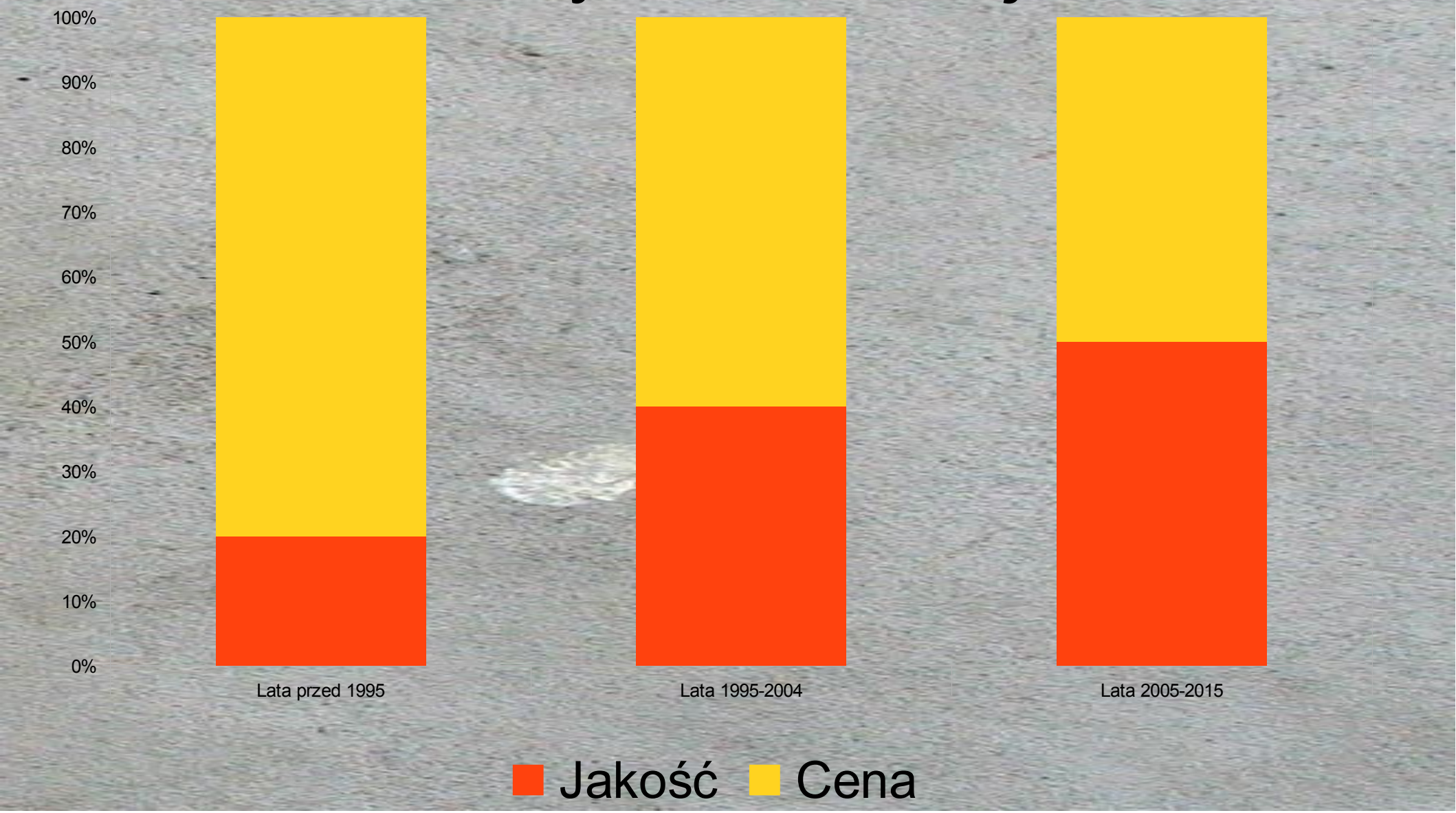
- Szkolenia sprzedażowe
- Szkolenia z obsługi klienta
- Usługi menadżerskie

T: 882 00 66 66
W: www.mlszkolenia.pl
E: poczta@mlszkolenia.pl

Jak skutecznie odstraszyć klienta?

- Czego NIE oczekuje klient?
  - Brak zainteresowania
  - Antypatia
  - Brak finalizacji
  - Niewiedza
  - Długie terminy
  - Niechlujstwo
  - Wysokie ceny?

Oczekiwania klientów kiedyś VS dzisiaj



Sprzedaż 20 lat temu

- Należało posiadać:
  - Dobry punkt
  - Kontakty
  - Wiedzę



Sprzedaż w 2015

- Należy posiadać:
  - Dobry punkt
  - Kontakty
  - Wiedzę
  - Stronę internetową
  - Strukturę marketingową
    - Reklama outdoorowa
    - Internet
    - Bilbordy
    - Radio
    - Prasa
  - Wyszkoloną i zmotywowaną kadrę
  - Plan rozwoju

Opłacalność

- Składowe
  - Cena
  - Jakość
  - Dostępność



Co jest najważniejsze w „opłacalności”

- Cena
- Jakość
- Dostępność
- JAK PRZEDSTAWISZ TO KLIENTOWI



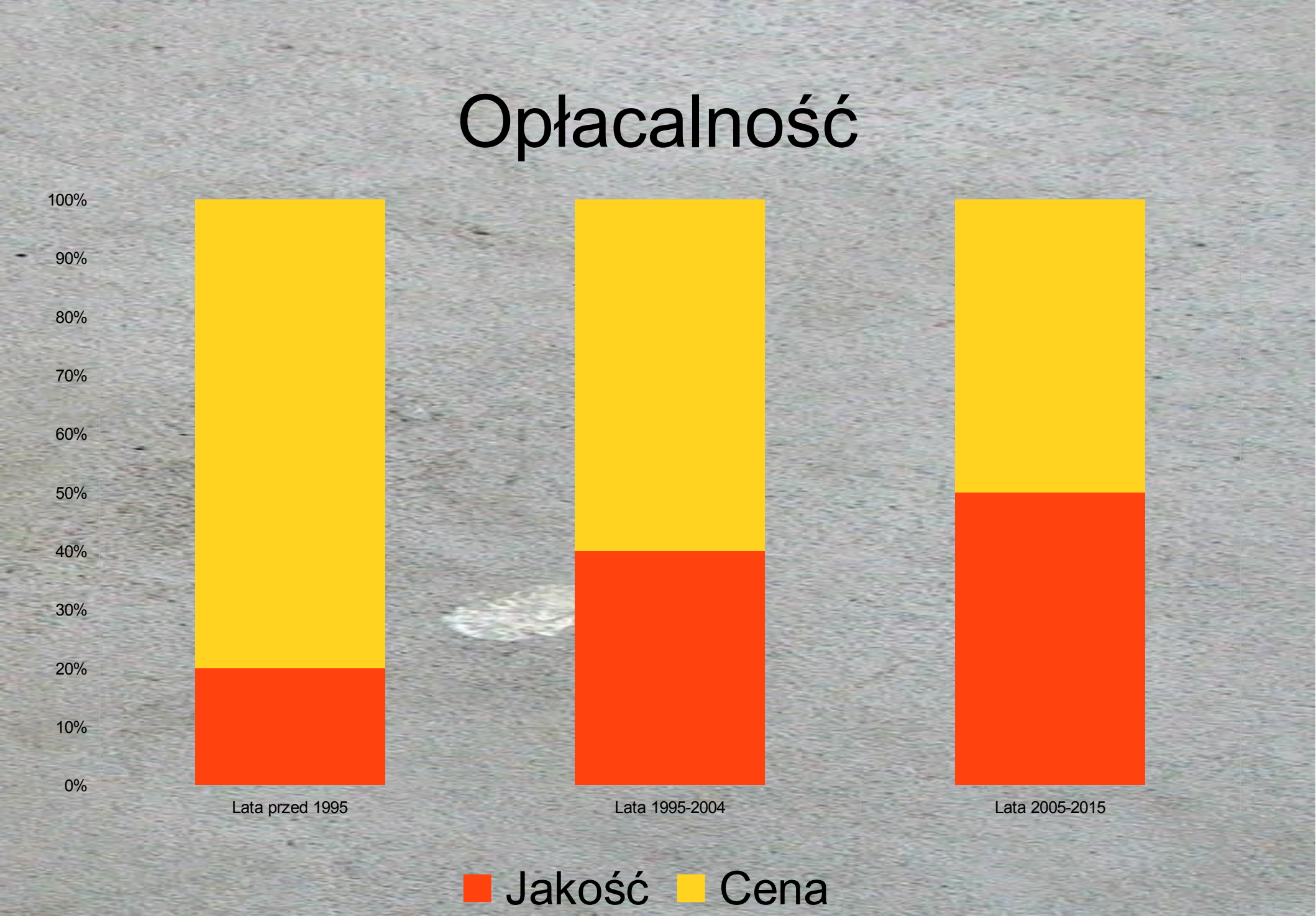
Produkty premium czy klient premium?

- Dlaczego łatwiej jest sprzedać produkt premium klientowi premium?
- Bo posiada większy portfel
- Dlaczego można sprzedać produkt premium klientowi ze „szczebla niżej”?
- Opłacalność

Czy opłaca się kupić produkt premium?

- Produkt premium
  - Jakość „+”
  - Dostępność „+”
  - Cena „-”
- Produkt standard
  - Jakość „-”
  - Dostępność „-”
  - Cena „+”

Opłacalność



Jaki najpierw produkt proponujesz swojemu klientowi?

- Najdroższy
- Najtańszy
- Najbardziej opłacalny dla Ciebie
- Produkt ze stanów magazynowych



Jaki najpierw produkt proponujesz swojemu klientowi?

- Żaden
- Wszystkie



Jaki najpierw produkt proponujesz swojemu klientowi?

- Najdroższy
- Najtańszy
- Najbardziej opłacalny dla Ciebie
- Produkt ze stanów magazynowych

- Żaden
- Wszystkie





Badanie potrzeb

- Pytania otwarte:
  - Czego Pan szuka?
  - Jaki kolor się Panu najbardziej podoba?
  - Jakim budżetem Pan dysponuje?
  - Jakie parametry techniczne musi posiadać produkt?
  - Jaki producent Pana interesuje?



Badanie potrzeb

- Ryzyko pytań otwartych:
  - Nie będziemy mogli spełnić WYPOWIEDZIANYCH oczekiwań klienta
  - Klient nie znający się na produktach nie będzie chciał odpowiadać na nasze pytania
  - Klient sam nie wie czego chce

Badanie potrzeb

- Pytania zamknięte:
  - Czy wybrał już Pan kolor?
  - Czy wybrał Pan model?
  - Czy towar chce Pan kupić z montażem czy bez?



Badanie potrzeb

- Ryzyko pytań zamkniętych:
  - Nie będziemy mogli spełnić WYPOWIEDZIANYCH oczekiwań klienta
  - Odpowiedzi nic nie wnoszące do procesu sprzedaży „NIE WIEM”
  - Odpowiedzi nieprawdziwe.

KREOWANIE potrzeb

- Społeczny dowód słuszności
- Opowiadanie historii
- Okazja
- Limit
- Zazdrość



Jak przedstawiać produkty?

- **C**echa + **K**orzyść
- **C**echa + **K**orzyść + **C**echa + **K**orzyść
- **C**echa + **C**echa + **C**echa + **K**orzyść
- **F**inalizacja **C**ząstkowa

C+K+Fc

Finalizacja

- Wybrane znaki sprzedażowe:
  - Wprost
  - Pytania
  - Polepszenie humoru
  - Lekkie obiekcje
  - Lekkie zastrzeżenia
  - Wahania
  - Komplementowanie sprzedawcy
  - Stwierdzenia wybiegające w przyszłość
  - Dźwięki para lingwistyczne
  - Mowa ciała

Finalizacja

- Wybrane techniki finalizacyjne:
  - Pytanie wprost
  - Alternatywa
  - Założenie
  - Procedura
  - Strata
  - Limit
  - Wtórna
  - Twarda

Czego nie robić podczas rozmowy handlowej

- Pytania sugerujące negatywne odpowiedzi
  - Dlaczego nie? Co się nie podoba?
- Brak konkretów / niedopowiedzenia
- Przy braku wiedzy przekładanie spotkania
- BRAK „NIE”



Szkolenia Marek Lebiedziński

Jakich możliwości jeszcze nie odkryłeś?

- Szkolenia sprzedażowe
- Szkolenia z obsługi klienta
- Usługi menadżerskie

T: 882 00 66 66
W: www.mlszkolenia.pl
E: poczta@mlszkolenia.pl