

Pozdrav još jednom!

U prethodnom modulu smo prošli kroz 4 moguće prodajne situacije:

Lojalan kupac zna šta hoće, lojalan kupac traži savet, nov kupac traži savet i nov kupac zna šta hoće. I u principu ćeš videti da sve prodajne situacije, sa kojima se srećeš u svojoj praksi, mogu da se svrstaju u jednu od ove 4 kategorije.

Dobro. Hajde onda da vidimo u kojoj od ove 4 situacije koristimo koju vrstu prodaje, jer rekli smo da ne može isti princip prodaje svuda da se primenjuje. I samo da se dobro razumemo – u ovom treningu ćeš naći know-how odnosno postupak za 1 od ove 4 situacije, a taj postupak se zove asertivna prodaje. Idemo, dakle, polako.

U prvom vrsti prodaje, kada imamo lojalnog kupca koji zna šta hoće, moj posao kao prodavca je da pohvalim izbor kupca, da pokušam da mu obezbedim što bolje uslove, odnosno da mu auto stigne što pre i da ga slučajno nekako ne razočaram. I to je to. Nikakve filozofije, ispitivanja potreba, zaključenja prodaje...nema potrebe. Sve je jasno. Čovek zna šta hoće, ja ga dobro poznajem, sarađivali smo ranije. Dakle, ne komplikujem, nego isporučujem ono što se od mene traži. I odmah da ti kažem – ova prodaja se ne naziva asertivna prodaja, nego je mi, koji se bavimo obukama prodavaca, nazivamo partnerska prodaja. Daleko od toga da i tu nemamo posebnu metodologiju rada, ali ta metodologija se ne naziva asertivna prodaja i o njoj na ovom treningu nećemo razgovarati.

Dobro, idemo dalje. Situacija broj dva je situacija, u kojoj lojalan kupac, koji nas dobro poznaje, traži savet. Ovde je za mene, kao prodavca, situacija praktično idealna – mogu da predlažem ono, što mislim, da je kupcu potrebno. Ni ova prodaja nije asertivna, relativno je laka, ali ovde postoji jedna velika opasnost, koju sam sretala u mnogim kompanijama. Prodavci, vođeni sopstvenim željama za ostvarenje ciljeva i bonusa takvom kupcu predlažu nešto, što kupcu nije potrebno. Krenu da mu povećavaju račun bez ikakvog smisla, polakome se, i šta misliš, šta će kupac da uradi? Pa u pravu si, verovatno će se okrenuti i otići. Dakle – u ovoj vrsti prodaje, a zovemo je ekspertska prodaja, jer prodavac treba da dobro poznaje svoje proizvode, da bude pravi ekspert za njih i predloži kupcu ono pravo rešenje, u ovoj vrsti prodaje ne koristimo asertivan pristup. I ponavljam – nemoj preterivati sa dodatnom prodajom kupcu, jer bi mogao da ti pobegne glavom bez obzira od tvojih silnih predloga!

OK – stigli smo do one naše treće situacije, gde imam novog kupca, sa kojim nisam nikada sarađivala, a on mi traži savet. Ovaj tip prodaje se zove upravo tako – savetodavna prodaja, jer prodavac ovde treba da jako dobro vlada veštinama otkrivanja pravih potreba kupca i onda da na ove otkrivene potrebe da pravi savet. U ovu situaciju, na primer, često dolaze prodavci, koji se bave prodajom na primer softvera ili nekih drugih složenih rešenja, koje kupac ni ne može toliko dobro da poznaje kao prodavac. Osnovna zamka, u koju ne smeju ovde prodavci da upadnu je, da ne ispitaju dobro potrebe kupca, nego iz nekih pretpostavki daju kupcu rešenje, koje mu se kasnije pokaže kao nedovoljno dobro. Ali hajde sad da se ne zadržavamo ovde, nego da konačno porazgovaramo o situaciji, u kojoj koristiš takozvanu asertivnu prodaju, a to je situacija, kada imaš kupca, sa kojim ranije nije bilo saradnje, ili nije bilo saradnje u skorije

vreme, a on ili ona dobro zna šta želi, ali i šta ne želi. Ti kupci su autonomni u odlučivanju. Misle, da mogu sami da procene, šta je za njih najbolje, odbijaju tvoje predloge, ponekad ne žele ni da te slušaju. Zadovoljni su rešenjem koje imaju ili oni žele da ti kažu koje je rešenje za njih najbolje. A možda je to rešenje i konkurentovo. E, sad, pošto je ovo najizazovniji način prodaje, potrebno je i da tvoje veštine tu budu najbolje razvijene. Ali je isto tako važan i psihološki aspekt ove vrste prodaje, jer ovde ima mnogo odbijanja. Često prodavac čuje onu dobru staru reč NE i ovo mnogima teško pada, jer smatraju da je NE nešto lično, da kupac odbija njih i osećaju se povređeni. E, zato sam htela, pre nego što pređemo na samu metodologiju rada u Asertivnoj prodaji, da porazgovaramo o upravo o psihološkim aspektima ove vrste prodaje. A o tome ćemo pričati već u sledećem modulu. I, što je najvažnije, nećemo samo pričati, nego ću ti dati jednu jednostavnu tehniku, koja će ti učiniti da ti svako odbijanje bude podsticaj za radovanje. Znam da zvuči neobično, ali stvarno je tako! Dakle, vidimo se u sledećem modulu!