

5 NAČINA

**KAKO DA IZVOĐAČI GRAĐEVINSKIH I
RADOVA NA PREUREĐENJU
UNAPREDE DOBIJANJE PREPORUKA**



Sandler Training®

Značaj preporuka

Za izvođače građevinskih i radova na preuređenju - i, iskreno govoreći, većinu poslovnih ljudi na planeti - pronalaženje novih klijenata je i izvor snage prodaje i zadatak kog se najviše plašimo. Jedan od načina da pronalaženje novih klijenata učinite manje bolnim je da se u velikoj meri oslanjate na preporuke ljudi koji su već zadovoljni Vašim dobrim radom. (Ima smisla, zar ne?)

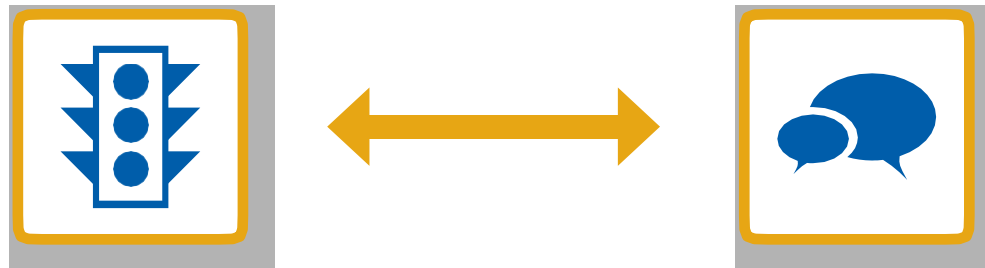
Imajte na umu da Vam 20 odsto ljudi za koje radite nikada neće dati preporuku (jednostavno nije u njihovoj prirodi), a 20 odsto su ljudi koji udovoljavaju drugima i koji će Vas rado preporučiti. Preostalih 60 posto želi da Vam da preporuku, ali ne zna kako.

Vaš posao je da im pomognete kako bi oni pomogli Vama. U nastavku sledi pet načina kako da to uradite.

#1

Tražite preporuku kada Vaš klijent da zeleno svetlo za projekat.

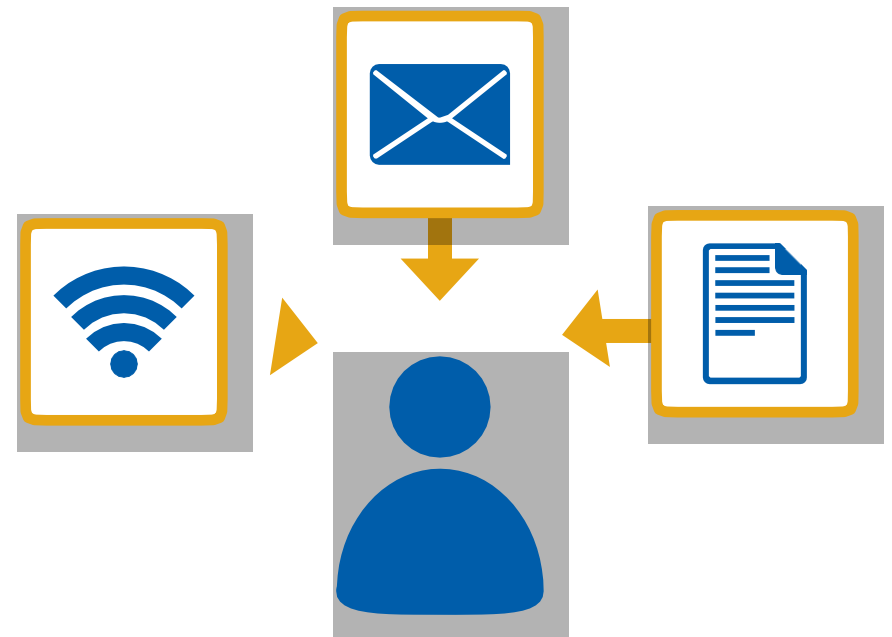
Većina izvođača građevinskih i radova na preuređenju odustaje od traženja preporuke čekajući „pravi trenutak“. Umesto toga, stvorite trenutak sami. Dok se Vaš novi klijent potpisuje na isprekidanoj liniji, neobavezno recite nešto poput: „Jedna stvar koju sam otkrio tokom godina je da se većina mog posla zasniva na preporukama. Da li biste me predstavili prijatelju ili članu porodice koji je zainteresovan za izvođenje određenih radova ukoliko mislite da sam uradio dobar posao?“



#2

Neka ideja davanja preporuka postane sastavni deo kontakta sa svakim klijentom.

Pri svakom kontaktu sa klijentima zatražite preporuku. Navedite preporuke na vizit kartama, potpisima e-pošte, na računima, na internet stranici, u tromesečnim biltenima i u zahvalnicama koje šaljete nakon obavljenog posla. Uspostavite ideju da su preporuke važan deo Vaše **industrije** i da ih Vaše **preduzeće** mnogo ceni.



#3

Izgradite dobar ugled kod suseda.

Odlučite se za proaktivan pristup ljudima koji žive blizu mesta Vašeg novog posla. Svratite, predstavite se i uručite im vizit kartu. Recite im da radite na velikom projektu za porodicu Džonson (Johnson) preko puta i da će možda biti nešto buke i dodatnog prometa povezanog s poslom, ali da ćete učiniti sve što možete da umanjite njihove neprijatnosti. Nagovestite im da Vas pozovu u slučaju problema u nekom trenutku tokom izgradnje.

Izgradnjom dobrog ugleda kod suseda postavljate temelj za novi posao. Već ste im se dopali. Videli su kvalitet Vašeg rada i način na koji se Vaši ljudi ponašaju. Sve što je potrebno da urade kada razmišljaju o projektu jeste da izvuku Vašu vizit kartu, pozovu gospodina Džonsona i dobiju preporuku. Eto ga! Ponovo ste dobili preporuku.



#4

Budite domaćin razgledanja kuće nakon završetka posla.

Malo je stvari koje će prodati Vaših ruku delo tako dobro kao to da se ljudi u isto uvere sami. Nakon obavljenog posla, pitajte svog klijenta da li bi bilo u redu da pozove prijatelje i porodicu na razgledanje kuće čiju organizaciju plaća Vaše preduzeće, uključujući hranu, piće i muziku. Predstavite se svim prisutnim licima i održite neobaveznu grupnu razmenu ideja o projektu koji imaju na umu. Obezbedite knjigu gostiju i ispratite svakog gosta nakon događaja rukom ispisanom ceduljom ili, u najmanju ruku, toplom elektronskom porukom.

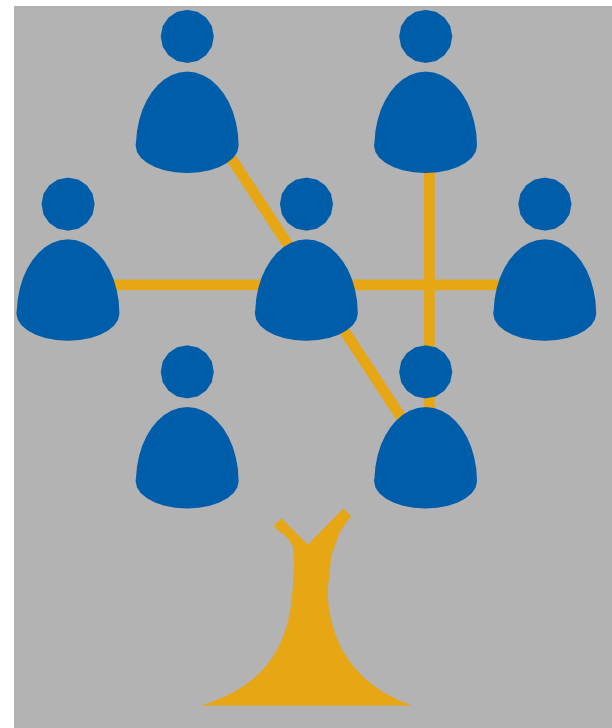


#5

Negujte dugoročne odnose i izgradite „stablo preporuka.”

S obzirom da je najbolji način da se nađete ispred potencijalnog klijenta putem predstavljanja od strane postojećeg, započnite sa radom na „stablu preporuka“. Utvrdite nekoliko klijenata sa kojima možete razgovarati o preporukama i odredite datume sastanka sa njima.

Nakon dobijanja novog posla putem predstavljanja od strane postojećeg klijenta, pošaljite mu zahvalnicu. Iznenadite ih poklon bonom za sjajan restoran u blizini. Donirajte sredstva u njihovo ime za jednu od njihovih omiljenih stvari. Učinite sve što je potrebno da im date do znanja da cenite posao sa njima, prošli i sadašnji i da Vaše drvo preporuka bude plodonosno.



USPOSTAVITE SISTEM

Mnogi izvođači građevinskih i radova na preuređenju nemaju sistematizovan pristup prodaji, a od ključnog značaja je imati ga. Deo metodološkog pristupa je davanje preporuka, koje koštaju manje od ostalog i zaključuju poslove po mnogo većoj stopi, čime čine ključni deo procesa traženja novih klijenata. **NE PRETPOSTAVLJAJTE** da će Vam zadovoljni klijenti dati preporuke, **ZATRAŽITE** od njih da to učine kako biste videli rast Vašeg stabla preporuka.

Saznajte više o povećanju prodaje i uspehu uz provereni, sistematski pristup prodaji.