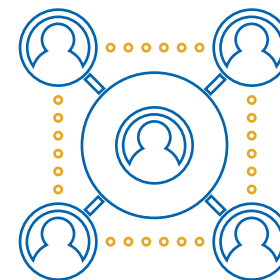
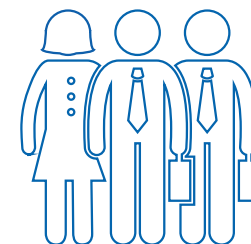


Šest načina da PERSONALIZUJETE SVOJE PREDSTAVLJANJE koristeći Social Selling



Verovatno ste godinama koristili Social Selling, a da toga niste ni svesni. Termin Social Selling se odnosi na sklapanje i razvoj kvalitetnih odnosa s klijentima u digitalnom okruženju, najčešće putem društvenih mreža. Svaki put kada dodate još ljudi, mogućnosti ili informacija u svoj *pipeline*-lager kvalifikovanih kontakata iz digitalnih izvora, koristite ovu modernu strategiju prodaje. Društveni mediji i online marketing brzo su postali zlatni standard za traženje potencijalnih klijenata. Devedeset posto prodavaca sa najboljim učinkom koristi društvene medije kao deo svog pristupa.

Međutim, tu nije kraj. Da biste pravilno izvršili Social Selling, morate da budete sigurni da pronađete pravu osobu, u pravo vreme, da isporučite pravu poruku, preko pravog kanala i sa pravim „pitanjem“. Najbolji prodavci koriste društvene medije da usavrše i personalizuju svaki deo prodajnog ciklusa. Kada preduzmu ovaj dodatni korak, 64% prodajnih predstavnika koji ulažu vreme u društvene medije dostižu kvotu svog tima, dok samo 49% prodavaca koji ne koriste društvene medije postižu ovaj rezultat.

Bez obzira da li borite da pravilno koristite ove nove taktike prodaje ili samo tražite bolje načine da se povežete sa potencijalnim kupcima, evo šest načina na koje vrhunski prodavci koriste Social Selling da poguraju svoju prodajnu predstavu.

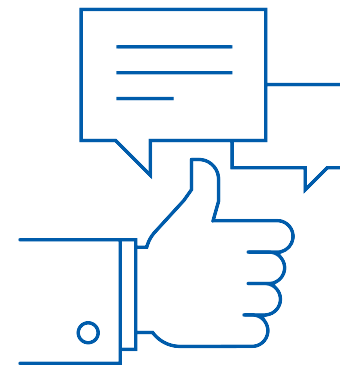


1. Personalizujte svoj prospekting

U ovo vreme potpuno je neobično i gotovo neočekivano pozvati potencijalnog klijenta, a da ga prvo ne potražite na internetu. Bogatstvo informacija koje možete pronaći o svojim potencijalnim klijentima je neprocenljivo pre nego što uspostavite prvi kontakt. Možete mnogo bolje da personalizujete svoju potragu za potencijalnim klijentima ako prvo skočite na internet.

Osim toga što omogućava da budete sigurni da razgovarate sa pravom osobom, možda ćete otkriti da imate zajedničku vezu koja će vam pomoći da započnete razgovor. Možda ćete otkriti da su posebno kvalifikovani ili diskvalifikovani zbog informacija koje imaju na svojim profilima na mreži. Ili ćete otkriti da su povezani sa vašim konkurentima!

Poenta je u tome da ako tražite potencijalne klijente bez istraživanja na mreži, propuštate vredne informacije koje će vam pomoći da prodate više i prodate lakše.

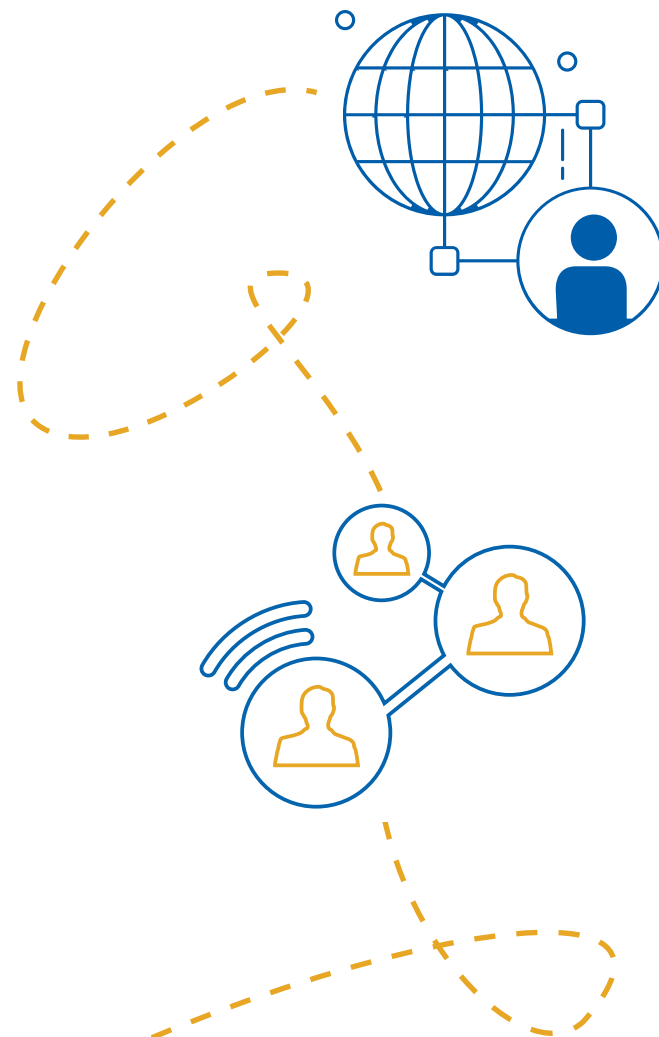


2. Personalizujte svoje zahteve za preporuke

Svi su imali iskustva sa preporukama gde je odgovor bio: „Izvini, ne mogu da se setim nikoga.“ Međutim, taj rezultat možete zauvek eliminisati tako što ćete personalizovati svoj upit pomoću društvenih medija.

Pre bilo kakvog sastanka u kalendaru, lično ili telefonom, istražite osobu sa kojom se sastajete. Pogledajte njihove prijatelje, veze i pratiocce i identifikujte 10 ljudi koji bi mogli biti dobri potencijalni klijenti za vas. Na kraju sastanka, zamolite osobu da kvalifikuje ovu listu za vas. Neka odbace sva imena koja se ne uklapaju i stave zvezdicu svakom od njih za koje misle da bi im bilo potrebno.

Personalizujući svoj zahtev za preporukom imenima ljudi koje poznaju, eliminisaćete mentalne blokade između vas i upoznavanja. Zatim, sve što treba da uradite je da pitate koliko dobro poznaju preporuku i da li bi im bilo prijatno da vas upoznaju. Ako budete dobri u ovoj taktici, nikada više nećete MORATI da upućujete hladan poziv. Svaki sastanak u vašem kalendaru će dovesti do još jedne tople preporuke.



3. Personalizujte svoju prezentaciju

Uz pomoć Social Selling-a, trebalo bi da budete u mogućnosti da identifikujete donosiocje odluka i uticajne ljude koji prisustvuju bilo kojoj prodajnoj predstavi. Zatim ćete morati da odredite njihovo interesovanje za projekat, njihov stil ličnosti i njihove bolne tačke. Ključ uspeha u bilo kojoj prodajnoj predstavi je dokaz da možete da rešite problem potencijalnog klijenta, u okviru njihovog budžeta i prema njihovim kriterijumima za donošenje odluka

Razmislite o tome kako vam Social Selling može pomoći u sva tri slučaja. Možete li da identifikujete, ciljate i povežete se sa odgovarajućim osobama? Šta je sa konkurencijom? Šta biste mogli da saznate o visoko rangiranim osobama ili krajnjim korisnicima?

Ako odvojite nekoliko minuta ili čak nekoliko sati da personalizujete i usavršite svoje predstavljanje biće to dobro potrošeno vreme. Prezentacije su dosadne kada su informacije ili sadržaj nebitni. Svaki potencijalni klijent se pita: "Šta je od toga za mene?" Uverite se da imate odgovor na to pitanje!



4. Personalizujte kontakt sa svojim klijentima

Mnogi prodavci su toliko fokusirani na traženje potencijalnih klijenata da zaborave da ostanu u kontaktu sa postojećim klijentima na društvenim medijima. Neka vam na umu uvek budu uvećana prodaja (up-sell), unakrsna prodaja (cross-sell), obnavljanje, preporuke i još mnogo toga slanjem ličnih detalja preko društvenih mreža.

Verovatno ćete želeti da lajkujete, delite i komentarišete postove vašeg klijenta. Takođe možete slati personalizovane poruke zahvalnosti, davati preporuke i predstaviti ih svojoj mreži. Često je zatvaranje prodaje samo početak odnosa. Ne zaboravite da se svojim klijentima obratite sa dobrim vestima o njihovom projektu, novim informacijama o njihovoj industriji ili novim proizvodima i uslugama koje bi im mogle zatrebati. Organizujte sastanke sa kvartalnim pregledom i događaje uvažavanja klijenata kako biste nastavili da gradite odnos.

Koliko često treba da kažete svojim klijentima da ih cenite? Pre nego što to učini neko drugi!

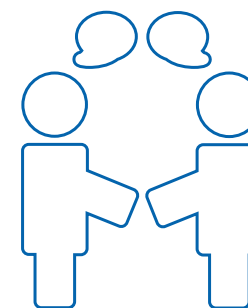


5. Personalizujte svoju komunikaciju

Ova strategija se retko koristi, što je čini posebnom. Većina ljudi komunicira sa drugima na svoj način. Međutim, vrhunski izvođači su naučili da prilagode svoj stil kako bi se uklopili u željenu metodu potencijalnog klijenta.

Kada prvi put sretnete potencijalnog klijenta ili novog klijenta, pitajte ga koji način komunikacije preferira. Da li više voli telefonski poziv, lice u lice, tekstualnu poruku, e-poštu ili direktnu poruku na društvenim mrežama? Nećete znati ako ne pitate. Zatim se prilagodite na osnovu njegovog odgovora. Biće vam mnogo lakše da komunicirate, a zatim da dobijete prodaju ako koristite kanal koji klijent preferira.

Razmislite o tome na ovaj način. Ako nekome u procesu prodaje mora biti neprijatno, to bi trebalo da budete vi, a ne potencijalni klijent. Takođe, način komunikacije je samo vrh ledenog brega. Možete da se uskladite sa njegovim tonom, rečima, govorom tela, tempom i desetinama drugih atributa da biste poboljšali i personalizovali svoju komunikaciju



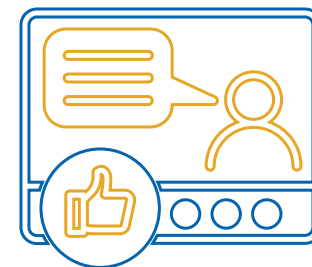
6. Personalizujte svoje objave na društvenim medijima

Ako se pitate šta da objavite na društvenim mrežama, jedna od najboljih strategija je da vaše objave budu lične. To može biti deljenje fotografija ili video zapisa vašeg radnog dana, ili možete podeliti nešto posebno sa svojim klijentima ili o njima. Personalizovanje vaših objava na društvenim mrežama čini ih relevantnijim i zanimljivijim.

Razmislite o objavama koje obično vidite na svom feedu društvenih medija. Šta se ističe? Šta dobija najviše lajkova i šerova? Ljudi retko lajkuju ili šeruju oglase, ali vole da šeruju i komentarišu dobre vesti, lične događaje, originalne objave ili završene projekte. Čak i ako ne radite u nekoj veoma interesantnoj industriji, priče vaših klijenata su zanimljive. Vaša priča je zanimljiva.

U prodaji nemojte praviti grešku slanjem iste poruke svima. To se zove oglašavanje (advertising). Funkcija prodaje je obično najefikasnija kada se radi o razgovoru jedan na jedan, koji uključuje pitanja, slušanje i promišljeno osmišljene odgovore, a ne jednosmerno emitovanje.

Zapamtite, pokušavate da započnete prodajni razgovor sa pravom osobom, u pravo vreme, sa pravom porukom, na pravom kanalu i pravim pitanjem. Ne možete to učiniti, a da nije personalizovano.



Ako već nije, podstičemo vas da Social Selling bude veliki deo vašeg svakodnevnog prodajnog ponašanja. Promenio se prodajni pejzaž. Marketing i automatizacija prodaje postali su uobičajena pojava. Sada postoje milijarde ljudi koji mole za pažnju i lični dodir na društvenim medijima. Sada, više nego ikad, važno je biti onaj koji sluša, personalizuje i uspostavlja ljudske veze. Možda je to samo mala prednost koja vam je potrebna da prodate više i prodate lakše.

0 Sandler Training-u

Sa preko 250 lokalnih centara za obuku širom sveta, Sandler je svetski lider u prodaji, menadžmentu i obuci za korisničku podršku. Pomažemo pojedincima i timovima od kompanija sa liste Fortune 500 do nezavisnih proizvođača da dramatično poboljšaju prodaju, uz smanjenje operativnih i liderskih frikcija. Ako imate dodatnih pitanja, možete **kontaktirati lokalnog trenera**.

Takođe bismo želeli da vas pozovemo da nam se pridružite svake godine dok okupljamo vrhunske trenere i profesionalce u prodaji iz celog sveta na našem **Sandler® godišnjem samitu prodaje i liderstva**.

Izvor

<https://www.superoffice.com/blog/social-selling-statistics/>

