

KAKO PREVAZIĆI Greške u Prospektingu i povećati lager kvalifikovanih kontakata

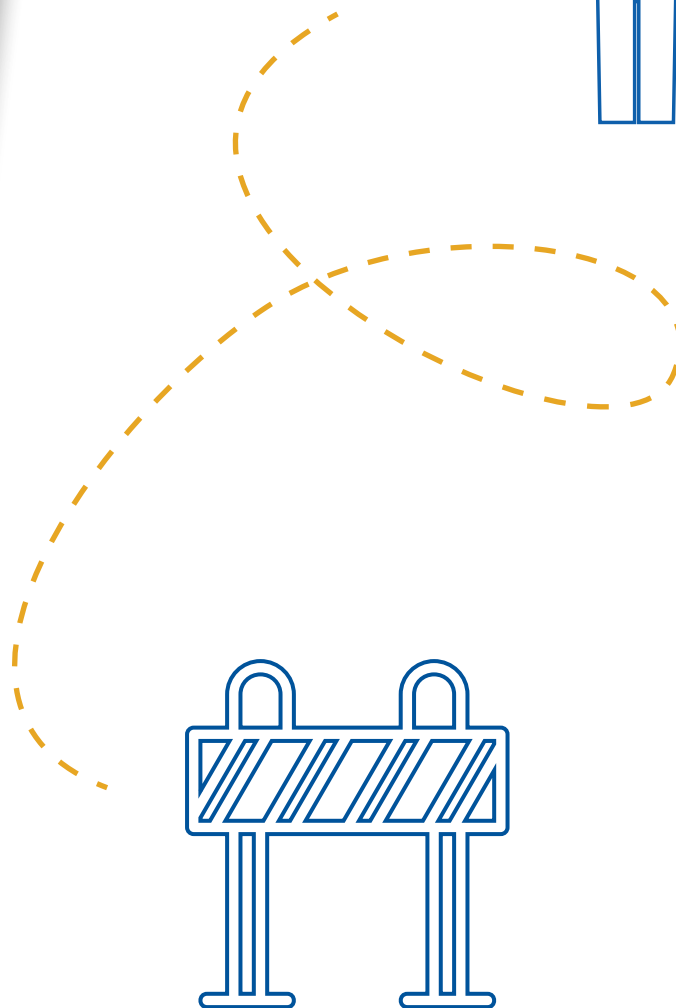
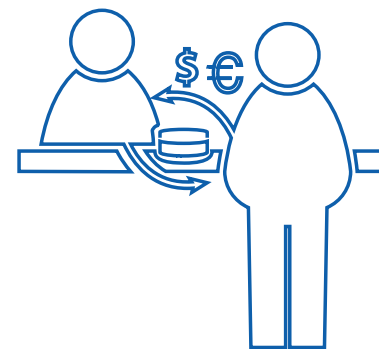
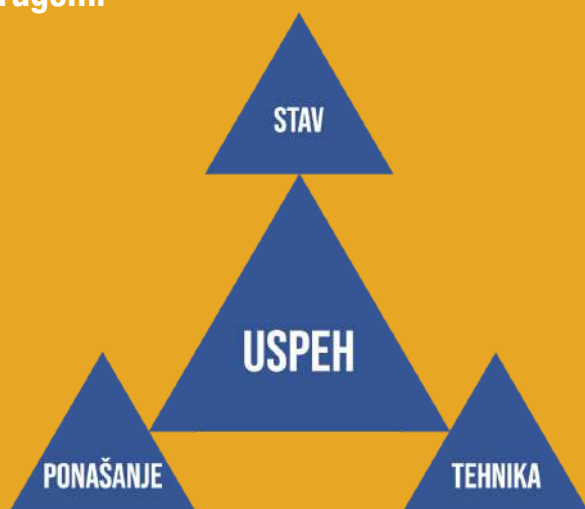


Svi smo čuli izreku: „Da je prodaja laka, svi bi to radili“. Ova fraza je istinita iz dva razloga.

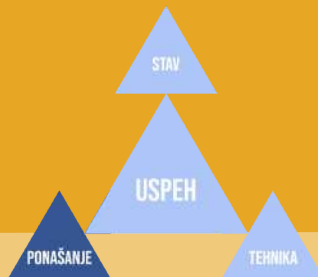
1. Neverovatan potencijal prihoda koji dolazi od prodaje zasnovane na proviziji podstiče mnoge ljude da se oprobaju u ovoj karijeri.

2. Prodaja zaista nije laka! Iako se mnoge prepreke pojavljuju i za početnike i za iskusne prodavce, i jedni i drugi se mogu složiti da imaju najviše poteškoća kod traženja potencijalnih klijenata.

Mnogi prodavci tvrde da je pejzaž za prospekting prepun zamki. Ako niste dovoljno oprezni, možete im i podleći. Međutim, Sandler je razvio Trougao Uspeha kako bi pomogao u navigaciji ovim stenovitim terenom. Da biste u potpunosti shvatili snagu ovog alata, morate razumeti svaku od tri uključene komponente i kako se one povezuju jedna sa drugom.



1. Ponašanje



Ponašanje se često posmatra kao nečiji nacrt za uspeh u svetu prodaje. Izgleda prilično jednostavno, zar ne? Može biti, ali prvo morate preći tri ograničavajuće greške.

Greška u ponašanju #1: Nepravilno upravljanje vremenom.

Uspešni prodavci održavaju pravilan raspored obaveza. Time blocking je koncept upravljanja vremenom koji vam omogućava da ostvarite svoje dnevne i nedeljne zadatke i da napredujete u svojim ciljevima. Ključ je u tome da raspoloživo vreme podelite na blokove, tokom kojih ćete se koncentrisati samo na jednu aktivnost bez obzira koja je u pitanju. Na ovaj način ćete videti kako tretirate svoje vreme sa klijentima, u odnosu na vreme koje odvajate za sebe. Ako ne organizujete dobro raspored, možete dozvoliti prekide i ometanja onda kada to ne biste smeli da dozvolite.

Ako održavate pravilnu orijentaciju u rasporedu, ne dozvoljavate da vam smetnje prekidaju vreme traženja potencijalnih klijenata, baš kao što biste vreme tretirali sa svojim najcenjenijim klijentom. Postoji velika razlika između zakazivanja vremena u vašem kalendaru i držanja rasporeda dodeljenog vremena. Ova greška se obično dešava zbog nedostatka discipline ili fokusa. Ako se posvetite svom poslu i svojim ciljevima tokom određenog vremenskog bloka, u velikoj meri smanjujete rizik da podlegnete lošoj orijentaciji u rasporedu.



Greška u ponašanju #2: Nemate cilj za smislene razgovore.

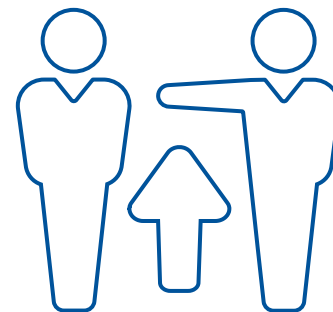
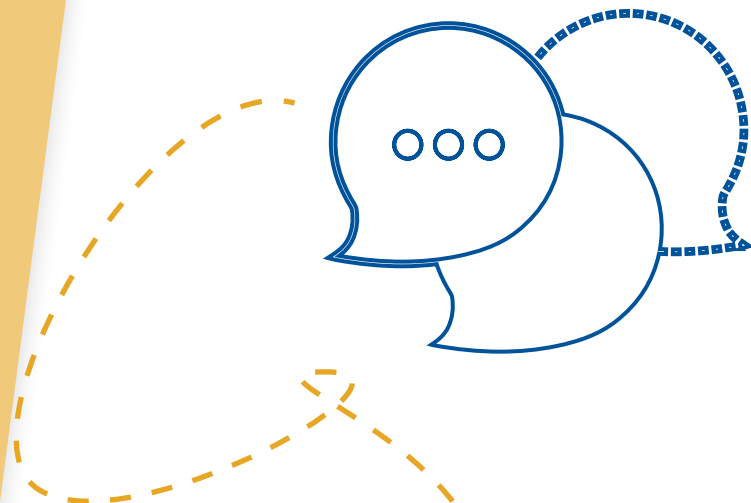
Sastanci se prečesto odvijaju a da ne ostvare svoju svrhu. Kada sednete sa potencijalnim klijentom, trebalo bi da imate na umu cilj i ostvarite smislen napredak u svakom razgovoru. Ovi razgovori treba da se vode sa donosiocima odluka, a vaš cilj bi trebalo da bude da oni donesu odluku o kupovini.

Nemojte se plašiti da provedete neko vreme u upoznavanju. Povezivanje, izgradnja i jačanje odnosa sa vašim klijentom ili potencijalnim klijentom je izuzetno važno na duži rok. Međutim, to ne može biti jedino što se postigne pri pozivu. Svaki poziv treba da ima agendu i ishod. Na primer, ako je agenda da se upoznate i vidite da li postoji uklapanje, onda odlučite da odredite naknadni poziv ili da se na osnovu vašeg razgovora na kraju razidete.

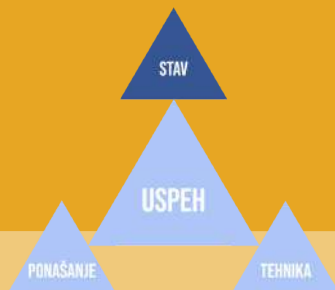
Greška u ponašanju #3: Ne pridajete važnost zakazivanju prvih sastanaka.

Kada je u pitanju plaćanje provizije, ponekad je ugodnije pozvati velikog trenutnog klijenta nego otvoriti razgovor sa novim potencijalnim klijentom koji može, ali ne mora da dovede do posla. Iako su oba važna da biste postali uspešan prodavac, obično, ako se ne bavite novim poslovima, vaše ukupno poslovanje će stati ili početi da se smanjuje. Pridavanjem značaja zakazivanju prvih sastanaka sa potencijalnim klijentima, pomažete svom poslu više nego da se fokusirate samo na klijente koji već postoje u vašem spektru jer novi posao donosi nove preporuke, mogućnosti i informacije u vaš pipeline.

Kao što će vam reći i veterani prodaje i početnici, prodaja je težak posao. Morate učiniti mnoge stvari na pravi način i smanjiti greške koje pravite ako želite da budete uspešni, a vaše nedeljno ponašanje nije izuzetak. Iako je teško, ako možete da održavate pravilnu orijentaciju u rasporedu, fokusirate se na smislene razgovore i zakažete nove sastanke, znatno ćete povećati svoje šanse za uspeh.



2. Stav

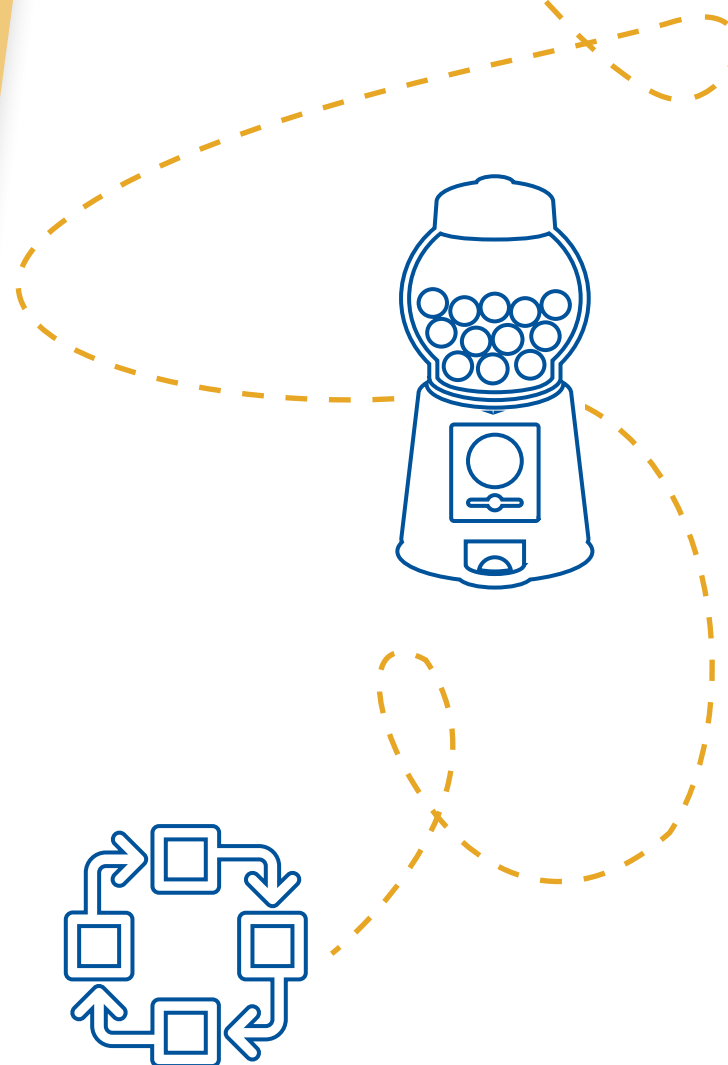


Uspeh se nalazi u vašoj glavi. To su vaši pogledi na svet. Stav je vaš sistem verovanja, određuje kako se ponašate i to na kraju utiče na vaše rezultate. Baš kao i sa ponašanjem, vrlo je lako imati zamagljen pogled na svoj stav i postupke. Postoji nekoliko uobičajenih mentalnih zamki u koje prodavci upadaju kada se bave prospekting aktivnostima.

Zamka za stav #1: Imati način razmišljanja o nestašici i ne okretati dovoljno „mašinu sa gumenim bombonama“.

Moraćete da zaronite u svoju maštovitu stranu za ovo. Formirajte mentalnu sliku mašine sa gumenim bombonama - baš poput one koju biste videli u prodavnici igračaka. Kugla je ispunjena crvenim, plavim, zelenim, žutim i ljubičastim bombonima. Želite zelene gumene bombone jer su to vaš omiljeni ukus. Okrenete ručicu jednom i crvena bombona iskoči. Dajete je svom mlađem bratu. Okrenete ponovo, i izlazi ljubičasta. Nju bacite. Ipak, i dalje ga okrećete, znajući da će uskoro doći zelena. Zelena bombona iskoči iz trećeg pokušaja, ubacite je u usta i uživajte.

Svet prospektinga može da funkcioniše baš kao ova mašina sa gumenim bombonama. Ako su vaši idealni potencijalni klijenti zelene gumene bombone, nastavite da okrećete ručicu dok ne izađu. Što više tražite, to su veće šanse da dođete do idealnog klijenta. Ipak, svesni ste toga da neće svi sa kojima ste u kontaktu biti zelena bombona. Da bi ova teorija funkcionisala za vas, moraćete da znate kako izgleda idealan potencijalni klijent u vašem poslu. Ko je vaša zelena bombona? Ako ne dobijate odgovarajuće potencijalne klijente, samo ponovo okrenite ručicu i sačekajte da vaša zelena bombona iskoči.



Zamka za stav #2: Verovanje da niste vredni vremena svojih klijenata.

Uspešna prodaja ima mnogo veze sa pozitivnim načinom razmišljanja. Ako se osećate inferiorno ili kao da ćete gubiti vreme svojih klijenata, verovatno hoćete. Pre nego što budete od vrednosti za svoje klijente ili potencijalne klijente, morate znati svoju sopstvenu vrednost.

Razmislite o robi ili uslugama koje pružate – da li su u prošlosti bili korisni klijentima? Ako je tako, prihvatite da dodajete vrednost onima sa kojima sarađujete. Ovo saznanje može zaštititi i vaš stav i samopoštovanje. Imate jednak poslovni status sa svojim kupcem. Nemojte da vas uplaši izvršni direktor – takođe zaslužujete da razgovarate sa osobom najvišeg ranga na strani kupca bez obzira na vašu titulu.

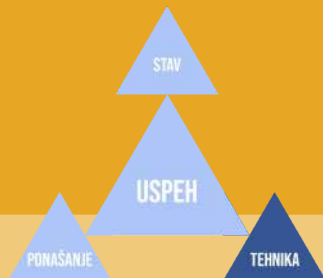
Zamka za stav #3: Puštate svom ego da promeni vaše donošenje odluka.

Pre nego što počne sastanak sa klijentom ili potencijalnim klijentom, proverite se. Ne pokušavajte da pokažete koliko ste pametni tako što ćete dominirati razgovorom. Postavljajte pitanja i otkrijte njihove bolne tačke.

Ego ne utiče nepovoljno na vas samo jačanjem vašeg samopouzdanja. Nekada pojedinci ne žele da rade prospekting jer su nesigurni i plaše se da će se osramotiti pred potencijalnim klijentima. Važno je razumeti da je ovo deo procesa. Grešićete i to je sasvim prirodno. Ne dozvolite da vaš ego stane na put vašoj posvećenosti prospektingu.



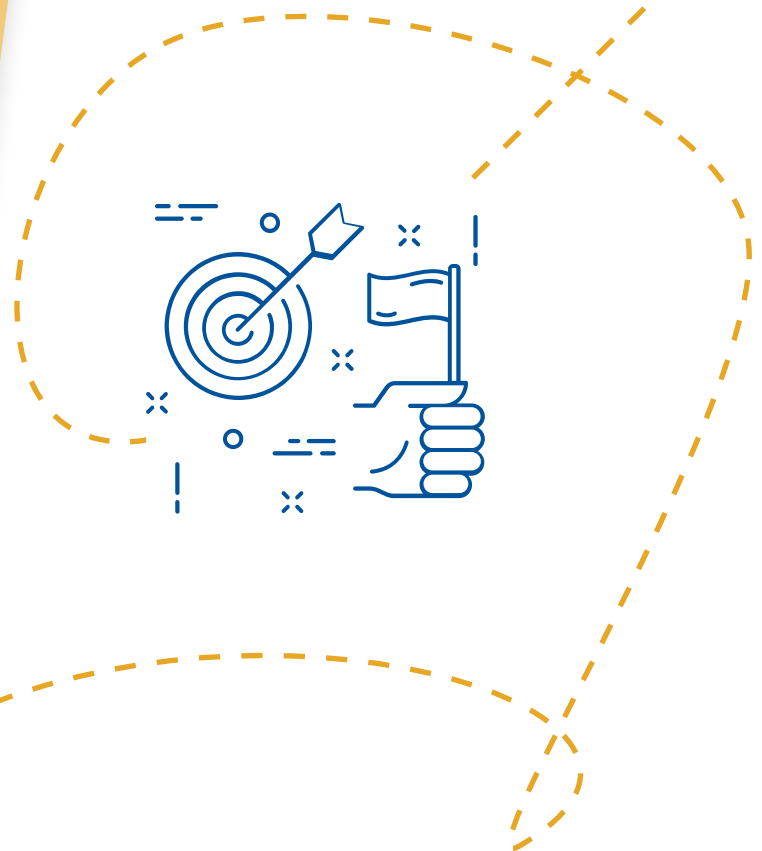
3. Tehnika



Ako su ponašanje i stav nacrt i sistem verovanja u kojem postoje prodavci, onda je tehnika način na koji oni obavljaju svoj posao. Tehnika je ono što kažete i kako to radite. Radnje i reči koje koristite da biste imali pozitivan ishod. Iako je vođena različitim pravilima, ako ste nedisciplinovani kada je u pitanju tehnika, možete imati isto toliko negativnih efekata kao i loše ponašanje i stav.

Neodgovarajuća tehnika br. 1: Nemate pripremljene dijaloge za razgovor.

Prodavci bi trebalo da imaju nekoliko spremnih stvari, a jedna od njih su zapisini dijalozi. Ovo su reči i fraze koje koristite u određenoj situaciji. Trebalo bi da budete u mogućnosti da pređete na ispravan tok razgovora u trenutku, bez obzira na scenario. Trebalo bi da imate unapred određen jezik koji će vam pomoći da prevaziđete primedbe i koji vodi ka odlukama o kupovini sa bilo kojim klijentom ili potencijalnim klijentom.

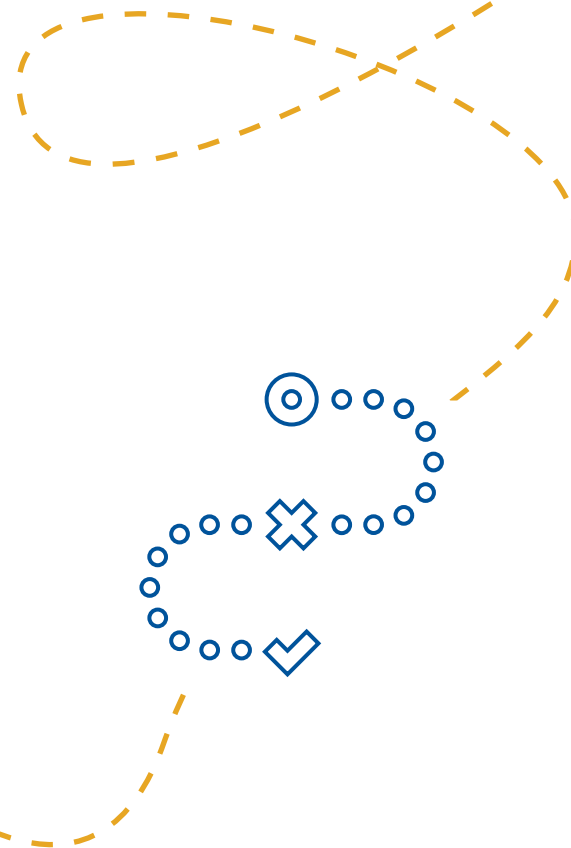
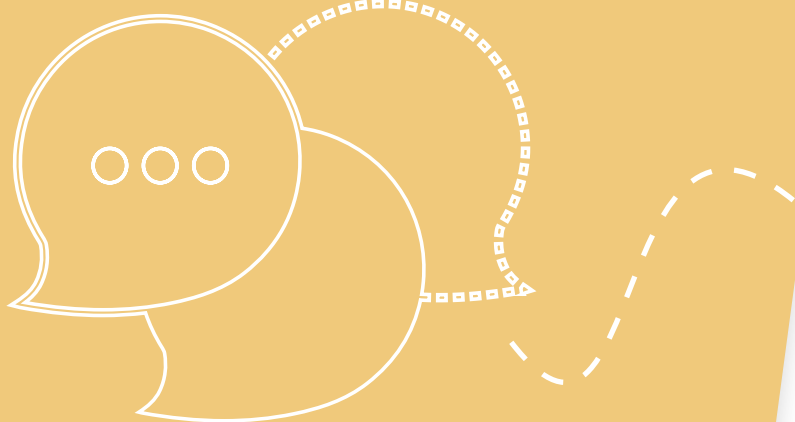


Neodgovarajuća tehnika #2: Biti nepripremljen za prodajne pozive.

Poziv koji dobro počne obično se dobro završava. Produktivni prodajni razgovori su zasnovani na učešću obe strane. Čim stupite u kontakt sa potencijalnim klijentom, želite da pokrijete svrhu sastanka i proverite kako ćete nastaviti sa očekivanim trajanjem vašeg zajedničkog vremena. Čim se to uspostavi, odredite osnove vašeg poziva i teme koje želite da pokrijete. Ovo će vam omogućiti da budete sigurni da ćete proći kroz sve što ste želeli i daće vašem sagovorniku mogućnost da zna zašto se krećete putem razgovora koji radite.

Nepravilna tehnika #3: Neuspeh da se otkrije bol.

Najbrži način da pomognete vašim klijentima je da otkrijete njihove bolne tačke i pružite rešenja. Suprotno tome, ako ne shvatite koje su to bolne tačke, osuđeni ste na borbu od samog početka. Ako se borite da uđete u ove razgovore sa svojim klijentima ili potencijalnim klijentima, zamislite sebe kao „doktora prodaje“. Morate postaviti dobra pitanja svojim pacijentima (klijentima) da biste utvrdili šta ih muči. Nikada nemojte prepisati rešenje pre nego što potpuno razumete simptome.



Tri komponente – ponašanje, stav, tehnika – kao što je pomenuto su temelj Sandler® Trougla Uspeha, ali nisu jedini koji doprinose uspehu. Svaka od tri strane je povezana jedna sa drugom putem specifičnih metoda.

PREDANOST povezuje ponašanje i stav.

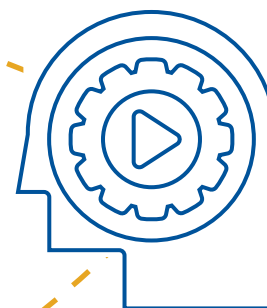
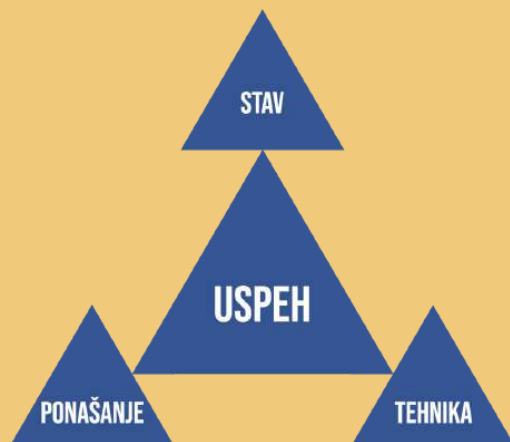
Ova veza se odnosi na održavanje lojalnosti vašem cilju u suočavanju sa nedaćama. Odredite šta vas pokreće da budete uspešni i nastavite da se podsećate na ovo dok se krećete kroz uspone i padove u prodajnoj karijeri.

UBEĐENJE povezuje stav i tehniku.

Ovo je odluka da čvrsto stojite na nogama i ne pomerate se osim ako pozicija nije od obostrane koristi za vas i klijenta. Pre nego što se uključite u proces prodaje sa bilo kim, odredite šta ste i šta niste voljni da napravite kao kompromis.

DOSLEDNOST povezuje tehniku i ponašanje.

Ovo je redovna usklađenost sa planom koji ste osmislili i koji sprovodite. Drugi način da se ovo kaže bio bi „vežbom do savršenstva“, ali ovo se proteže dublje od pukog prolaska kroz pokrete. Morate svim srcem verovati u svoj proces i održavati ga sa strašću da biste bili zaista uspešni.



Traženje potencijalnih klijenata može biti zastrašujući zadatak za svakog prodavca, ali je imperativ ako želite da vaša karijera raste i razvija se na najvišem nivou. Prateći Sandler® Trougao Uspeha i održavajući odgovarajuće navike u vezi sa vašim ponašanjem, stavovima i tehnikama, možete izbeći zamke u koje može upasti prosečan prodavac. Da biste uživali u još većem uspehu, uključite majstorstvo predanosti, ubeđenja i doslednosti i bićete na dobrom putu da redefinišete način na koji dodajete potencijalne klijente u svoj levak.

0 Sandler Treningu

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.

