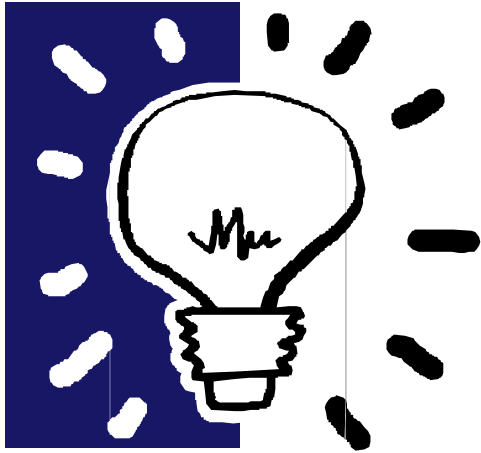


# CONCEPT



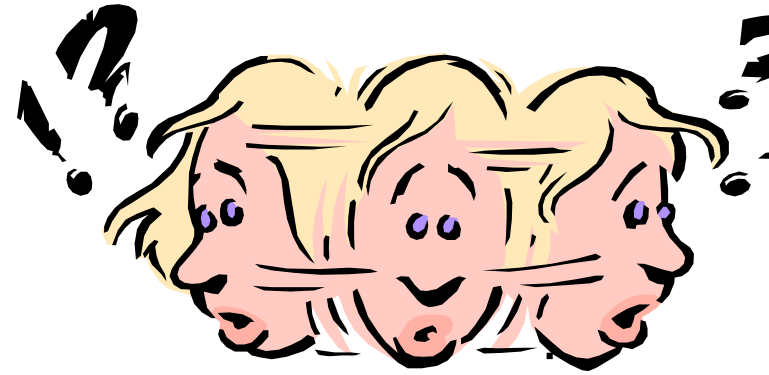
Marketing & vânzări

knowledge,  
dissemination &  
embodiment



## P. regatirea vanzarii





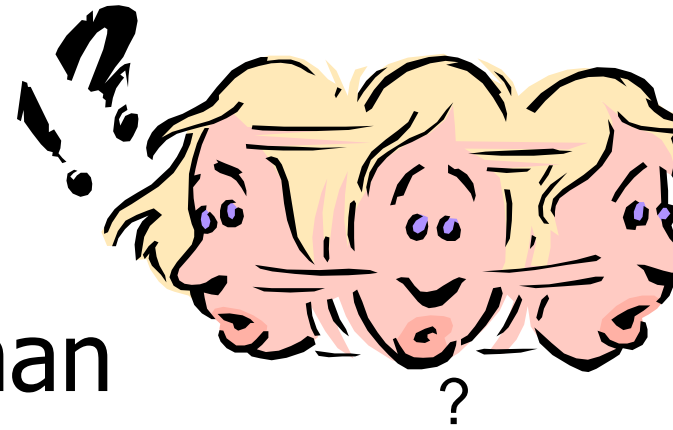
Care e cel mai important secret  
in cresterea vanzarilor?  
(spuneti voi)

# Regula Statistica



- Daca esti un vanzator care vinde in 40% din cazuri si faci 10 vizite/zi, vei avea 4 vanzari efective.
- Este acelasi numar obtinut de un vanzator mai slab care vinde in 10% din cazuri, dar efectueaza 40 vizite/zi.

**CU CAT VEI FACE MAI MULTE VIZITE, CU ATAT VEI FACE MAI MULTE VANZARI, SI VEI AVEA MAI MULT SUCCESS !**



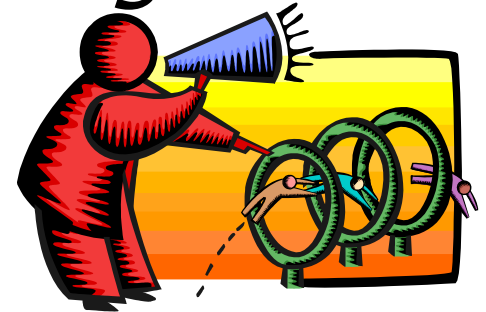
Care e cel mai mare dusman  
al vanzarii?

- Infatuarea
- Vorbitul
- Frica



# FEAR

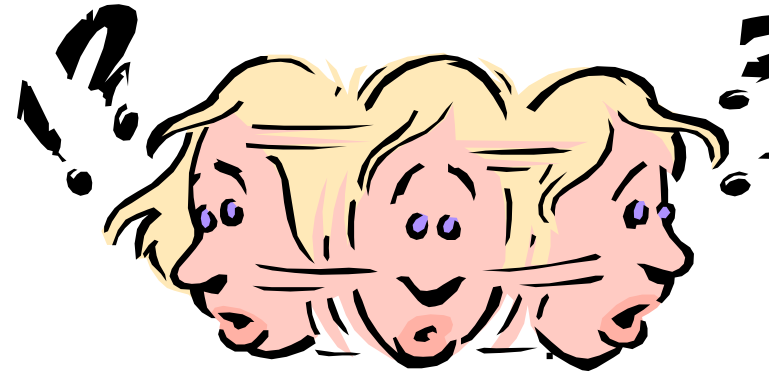
*False Evidence Appearing Real*



# FRICA

*False Realitati Iluzorii Ce-par Adevarate*





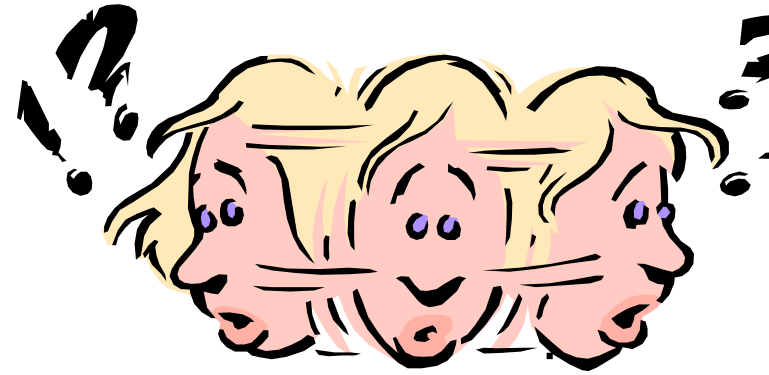
Cum e mai bine?

- Sa ne straduim sa facem o buna impresie din prima
- Nu conteaza prima intalnire, ci calitatea relatiei dezvoltata in timp
- Sa fim intotdeauna cinstiti





Prima impresie – conteaza.



Unde si de ce se impotmoleste  
vanzarea?

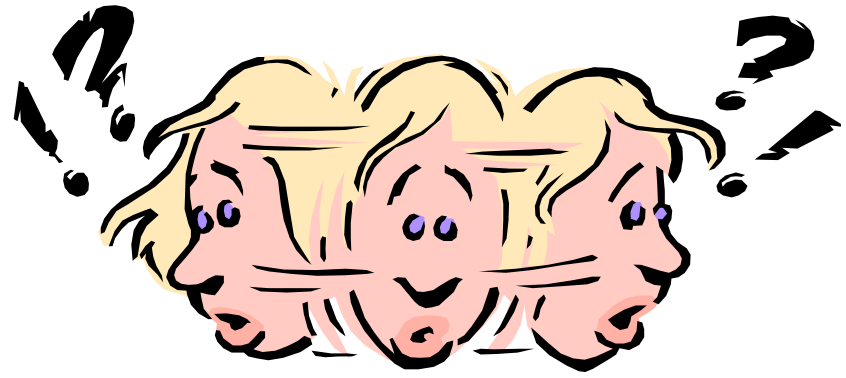
(spuneti voi)



# Punctele slabe într-o discuție de vânzări apar ca urmare a :

- Necunoașterii punctului de vedere al clientului
- Lipsei cunoștințelor pentru ca sa te diferentiezi fata de ofertele concurenței
- Lipsei unei abordări strategice, orientata spre soluții
- Focalizarii numai pe preț
- Lipsei de diferențiere în argumentare și customizare
- Lipsei de rabdare, si vorbitului excesiv





“Failing to plan, means to plan failing.”

“Sa nu planifici, este echivalent cu planificarea esecului.”

# Tema de acasa (de facut inainte de vizita)

## Să îți cunoști **produsele**;

- ☺ Să cunoști rentabilitatea produselor tale;
- ☺ Să ai cunoștințe diferențele între produsele tale;
- ☺ Să îți cunoști poziția unică de piață în comparație cu concurența (ce îți face produsul mai atractiv)

## Să îți cunoști **clientul**;

- ☺ Să identifici clienții (care grup-țintă are nevoie de USP-ul nostru)
- ☺ Să faci analiza (să recunoști unde e potențialul creării de valoare)
- ☺ Să analizezi valoarea adusă de client către Edil Casa
- ☺ Să identifici persoanele de contact / factorii de decizie

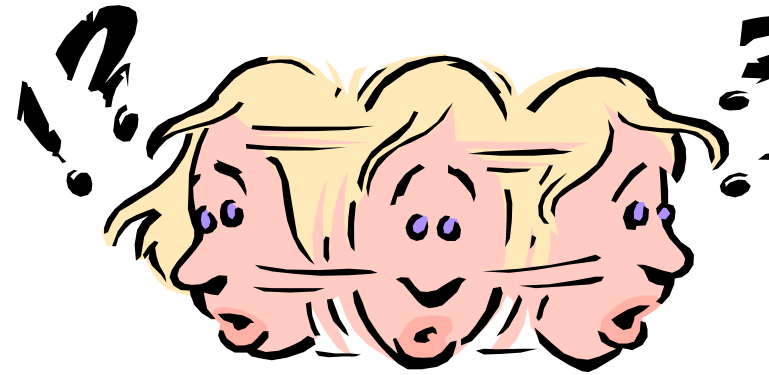
## Să îți administrezi **cunostintele**

- ☺ Motivele activităților companiei tale / pregătirea întâlnirii cu clientul
- ☺ Să alegi date (să utilizezi continuu instrumentele de vânzare)

## Să ai **încredere în tine**

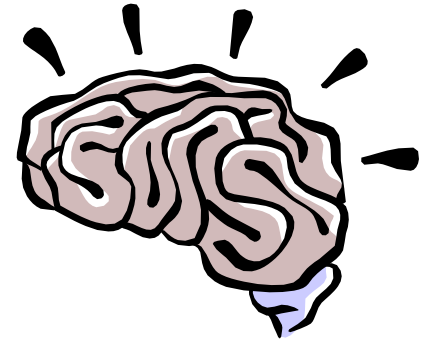
- ☺ Să te bizui pe competențele noastre
- ☺ Să fii purtătorul mesajului într-un mod proactiv
- ☺ Să construiești relații pe termen lung, dezvoltând Edil Casa într-un furnizor preferat
- ☺ Să identifici barierele



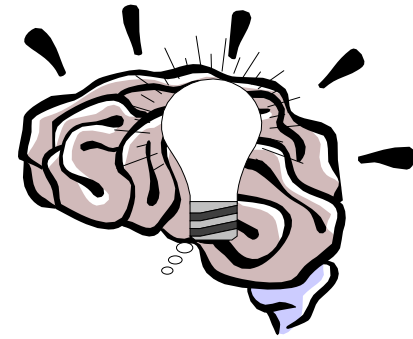


**Intrebare:** (raspundeti voi, iar noi scriem pe flip-chart-uri)

**Ce facem inainte de vanzare?  
(ce inseamna prospectarea pietii)**



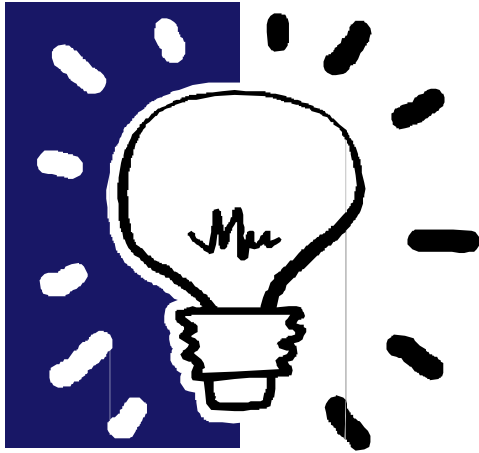
# Tehnici mentale



- Incurajeaza-te dimineata, in oglinda
- Gandeste-te la client, nu la tine. Incearca sa fii natural interesat de client;
- Imagineaza-ti mental o vizita sau o negociere, inainte de a o face; repeta;
- Asteapta-te intotdeauna la o reactie pozitiva cand sugerezi ceva;
- Gandeste pozitiv. Imagineaza-ti clientul fericit, strangandu-ti mana satisfacut, la sfarsitul vanzarii.
- Pune-te in pielea lui.



# CONCEPT



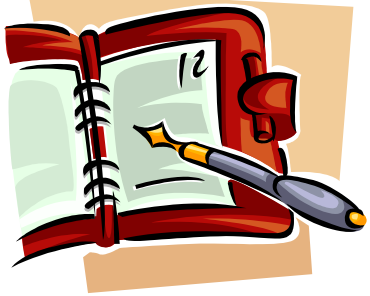
Marketing & vânzări

knowledge,  
dissemination &  
embodiment



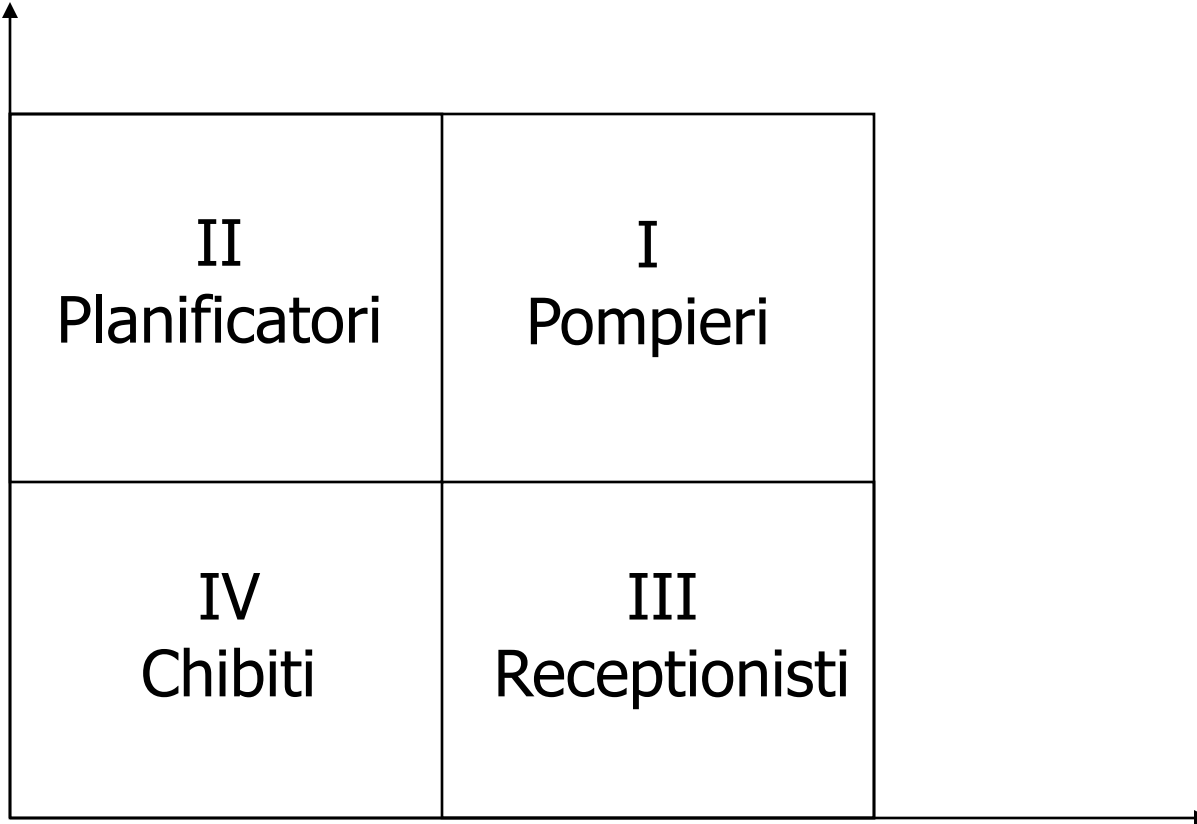
Organizare personala.  
Administrarea timpului.





# Planificare

Important



Unde lucrați voi astăzi?

Urgent



# Principalele pierderi de timp in vanzari

- Planificare slaba a zilei
- Vizitarea prospectilor necopti
- Vizitarea clientilor in ordine browniana
- Alternarea telefoanelor cu vizite, discutii, si alte activitati
- Pranz greu
- Lucru la hartii (multe, sau deodata)





# Principalele pierderi de timp in vanzari

- Week-end-uri prelungite
- Prea mult taifas
- Ne-folosirea timpului de asteptare
- 'Distram' prea mult clientii
- Lipsa de intalniri pre-aranjate



# Ce trebuie sa faca un manager de vanzari (pe scurt)

- Impartirea zonelor de vanzare & stabilirea rutelor
- Alocarea targetelor
- Evaluarea performantelor
- Compensarea vanzatorilor



# Telefonul



Primul dusman al timpului!

- Rezolva toate telefoanele pe care trebuie sa le dai deodata (urgent);
- Pregateste-ti telefoanele, asa cum iti pregatesti vizitele la clienti;
- Tine-ti ochii pe ceas cand vorbești la telefon;
- Inchide telefonul (cand ai de lucru) sau pune-l pe silent.

# Mangementul intreruperilor (atunci cand esti la birou, nu in teren)



- Stabileste clar cine te poate intrerupe;
- Filtreaza-ti vizitatorii (prin receptie sau secretariat);
- Intreaba cat poti de repede care e scopul vizitei;
- Ridicate in picioare cand ai cate un vizitator neasteptat;
- Stai cu mainile incruisate (cu fundul pe coltul mesei);
- Tine barfele pentru momentele de barfire (cafea, ...).

# Pregatire si organizare



- Tine-ti locul de munca curat, fara hartii;
- Fa-ti zilnic o lista cu treburi de facut;
- Deleaga in mod corespunzator;
- Nu face treaba altuia (ai grija la 'hotii de timp');
- Nu promite pe timpul tau;
- Fa-ti timp pentru tine.

# Organizare personala



- Bifeaza-ti lucurile care le-ai facut pe agenda personala (cu `Treburi de facut`);
- Planifica in avans;
- Pune pe altcineva sa-ti filtreze posta si e-mail-urile;
- Lucreaza cu hartiile, una cate una;
- Tine-ti ordine in hartii.

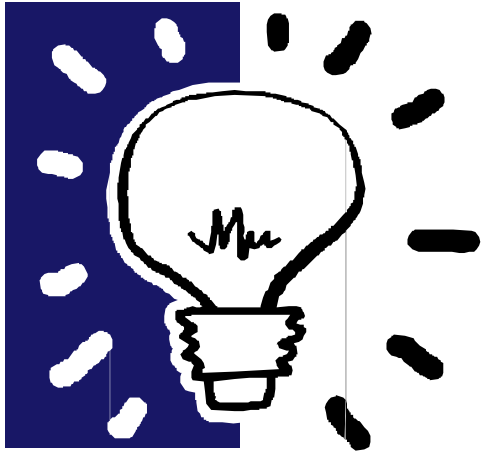
# Planificarea – baza organizarii personale



- Fa-ti timp de lucru de unul singur;
- Planifica 5 minute in fiecare zi, dimineata;
- Cand ai de spus ceva, pune-ti gandurile in scris;
- Pune-ti un ceas mare pe perete.
- Prioritizeaza.

**Fii dragut cu oamenii, dar intransigent cu timpul pierdut.**

# CONCEPT



Marketing & vânzări

knowledge,  
dissemination &  
embodiment

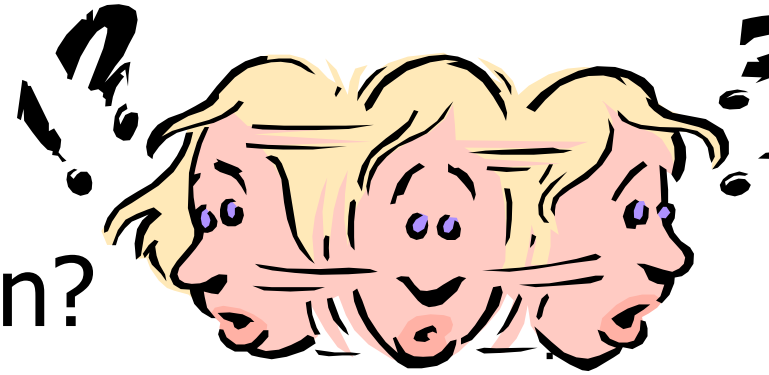


## 'Vanzarea' prin telefon





# Cu cine vorbim la telefon?

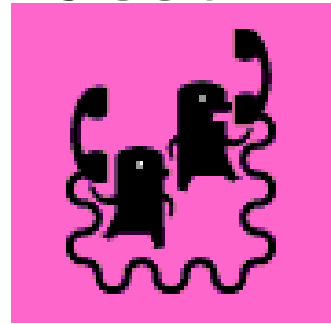


- Cu secretara
- Cu cine raspunde
- Numai cu directorul



Cere intotdeauna cu factorul de  
decizie / cu cine vrei sa vorbesti.

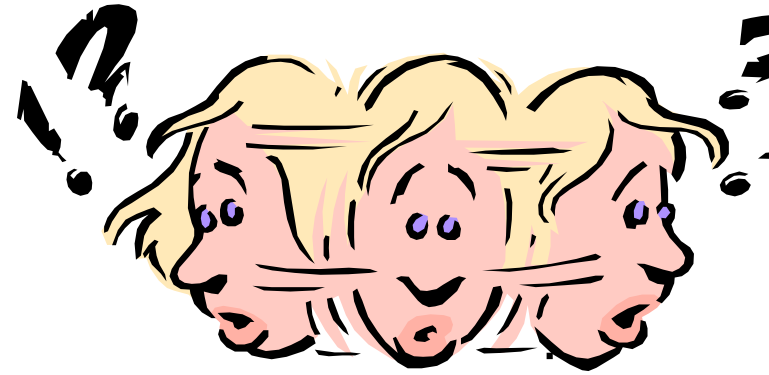
Gaseste-l.



Verifica daca e adevarat (intreaba).

Adapteaza-te si vorbeste.

# Cum e mai bine?



- Sa vizitam clientul direct
- Sa telefonam inainte
- Sa vindem prin telefon



Spuneti-va parerea, noi v-o spunem ulterior pe a noastra



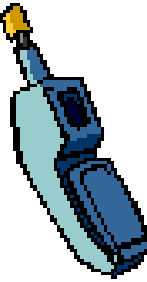
# Aranjarea unei intalniri prin telefon



1. Realizeaza contactul initial/ cere numai cu factorul de decizie
2. Da o explicatie / motiv pentru care ai sunat
3. Intra pe aceeasi lungime de unda (*rapport*)
4. "...din care veti beneficia si Dvs., si compania Dvs...."
5. Povesteste numai de beneficii
6. (rezolva obiectiile) & Cere intalnirea cu intrebari alternative



# Contactul initial



Buna ziua: sunt \_\_\_\_\_ de la (firma). Pot sa  
vorbesc cu Dl. \_\_\_\_\_ (Client Potential)? .....

Dl. Client Potential? Va multumesc. Dl. Client, sunt  
\_\_\_\_\_, de la (firma). Ce mai faceti? Bine.

# Explicatie – da un motiv pentru care ai sunat

- A. Ati fost contactat de (firma) ? Bine.
- B. Ati primit brosură noastră / catalogul nostru pe care v-am trimis-o săptămâna trecută?
- C. V-am sunat pentru ca să verifica dacă ati primit catalogul nostru pe care vi l-am trimis prin poșta săptămâna trecută.
- D. V-am trimis și o scrisoare săptămâna trecută, Dvs., personal. Ati primit-o?



# Prezinta-te

## Intra pe aceiasi lungime de unda

- A. Noi suntem o firma de productie, import si distributie de produse de \_\_\_\_\_.
- B. De fapt suntem cea mai experimentata / noua / buna / eficienta / mare / cu cea mai mare crestere companie din domeniul \_\_\_\_\_.



# Da beneficii



In acest domeniu avem citeva propuneri care au menirea de a.....

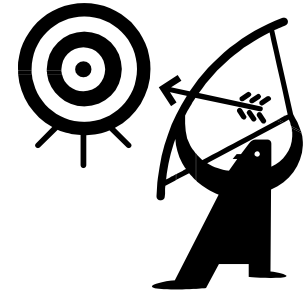
B. Ne-am dat seama ca, in comparatie cu alti concurenti de-ai nostri in domeniul \_\_\_\_\_, noi am putea sa....

- Va imbunatatim afacerea si mari profiturile
- Va reducem costurile
- Va imbunatatim activitatea
- Avem un set de servicii mai bun pentru clientii Dvs.





# Cere



- A. Avem o oferta /promotie care va va interesa.
- B. Vream sa discutam cu Dvs, atunci cand puteti Dvs.
- C. Acesta este un nou produs / serviciu creat sa serveasca oameni / companii ca Dvs.
- D. suntem dispusi sa va prezentam oferta noastra, fara nici o obligatie din partea Dvs
- E. Am fi incantati daca ne-ati da ocazia sa trecem pe la Dvs. si sa va prezentam propunerile n oastre in domeniul.....sunt sigur ca un veti avea nimic de pierdut
- F. Nu vrem decat sa va trecem pe la Dvs. Pentru ca sa va lasam catalogul si lista de preturi.



# Inchide

Cand va e Dvs. mai convenabil, dimineata sau dupa amiaza?

Ar fi miercuri sau joi mai bine pentru Dvs. pentru ca sa va facem o vizita?



# Vizita directa (1)



VANZATOR: "Buna ziua, sunt \_\_\_\_\_ de la (Firma). Nu am o intalnire. Cu toate astea, as dori sa vorbesc cu persoana de decizie in domeniul \_\_\_\_\_, care achizitioneaza aceste articole in firma. Cine ar fi, va rog frumos?"

SECRETARA: "Aceasta e Dna/ Dl \_\_\_\_\_ Despre ce e vorba.

V: "Am sunat si am trimis o brosură cu prezentarea firmei noastre. Ati primit-o?"

S: "Da / Nu / Nu stiu."

V: "As dori sa vorbesc 10 minute cu dumnealui / dumneaei, pentru ca sa inteleg care sunt nevoile firmei Dvs, si cum anume va putem ajuta."

S: „Asteptati o secunda. Sun sa vad daca e inauntru. Va rog luati loc. Dl. \_\_\_\_\_ de la (Firma) a venit sa va vada."

V: "Multumesc foarte mult. Pot sa stiu numele Dvs.? (il notezi).

# Vizita directa (2)



VANZATOR: "Buna Ziua, sunt \_\_\_\_\_ de la (Firma). Nu am o intalnire. Cu toate astea, as dori sa vorbesc cu persoana de decizie in domeniul \_\_\_\_\_, care achizitioneaza aceste articole in firma Dvs.. Cine ar fi, va rog frumos?"

SECRETARA: "Aceasta e Dna/ Dl \_\_\_\_\_ Despre ce e vorba.

V: "Am sunat si am trimis o brosură cu prezentarea firmei noastre. Ati primit-o?"

S: "Da / Nu / Nu stiu."

V: "As dori sa vorbesc 10 minute cu dumnealui / dumneaei, pentru ca sa inteleg care sunt nevoile firmei Dvs, si cum anume va putem ajuta."

S: „Asteptati o secunda. Sun sa vad daca e inaintu. Va rog luati loc. (telefoneaza) Imi pare rau, Dl. / Dna. \_\_\_\_\_ nu poate sa va vada acum. Doriti sa lasati ceva?"

V: « Inteleg. Nu e nici o problema. Uitati, aici am o scrisoare de prezentare a firmei mele cu cartea mea de vizita si deasemenea catalogul de produse. Daca Dvs. credeti de cuviinta vi-l las, dar vreau sa fiu sigur ca ajunge la Dl. / Dna \_\_\_\_\_."

1. "Cand as putea sa-mi stabilesc o intalnire? »

2. « Credeti ca, daca va rog frumos, poate Dlui / Dumneaei sa ma sune ? »

3. « Mai e altcineva cu care as putea vorbi si care ar fi insarcinat cu achizitia de \_\_\_\_\_ ? »

4. (luati referinte) « Stiti vreo alta firma in cladire / zona si cui as putea sa ma adresez ?" »

5. "Multumesc frumos pentru ajutor. Pot sa stiu numele Dvs.? (il notezi).