

CONCEPT

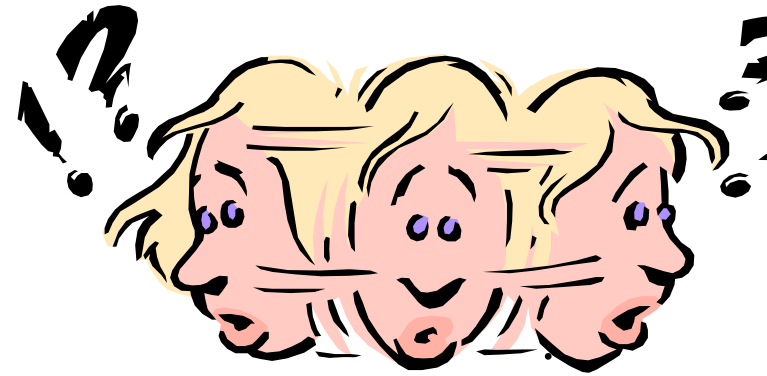


Marketing & vânzări

knowledge,
dissemination &
embodiment



Capitolul 7: Planul de vanzari (COMUNICAREA)



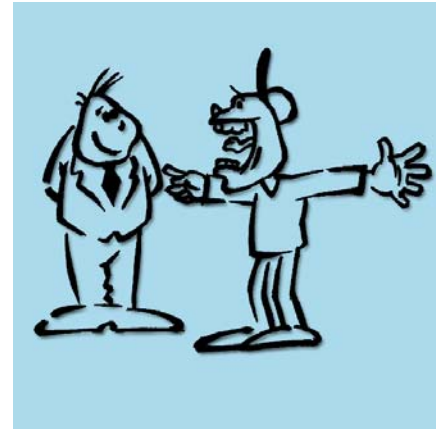
Câte urechi aveți?
Câte guri?

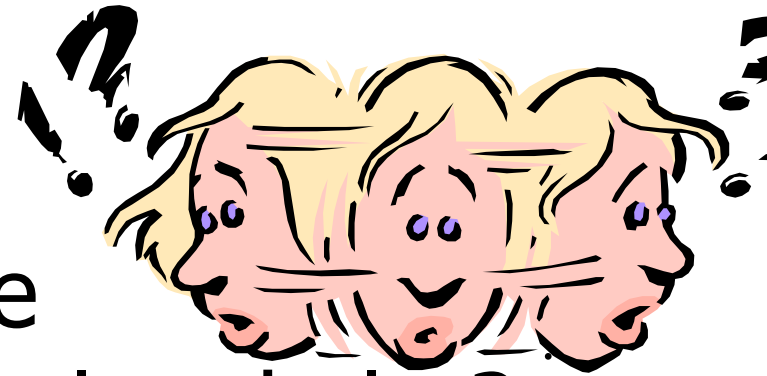
- DE CE?



Legea nr.1:

'Ai două urechi, și numai o gură'





Cat la % din comunicare se transmite prin intelesul vorbelor?

- Cat prin limbajul corpului
- Cat prin mimica
- Cat prin tonul vocii
- Cat prin contactul vizual non - verbal

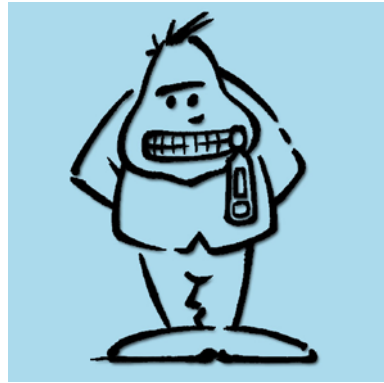




90% din informatie se transmite prin altceva
decat prin intelesul vorbelor.

Sfaturi de comunicare

- Mai întâi ascuți, apoi vorbești
- Nu vorbi "în general"; fii specific
- În timp ce scrii ceva sau completezi factura, vorbește
- Începe discuția cu un compliment
- Țineți palmele la vedere
- Nu forța clientul să-ți strângă mâna
- Nu fuma, mesteca gumă
- Nu bea alcool înainte de vizită de vânzare



Sfaturi de comunicare



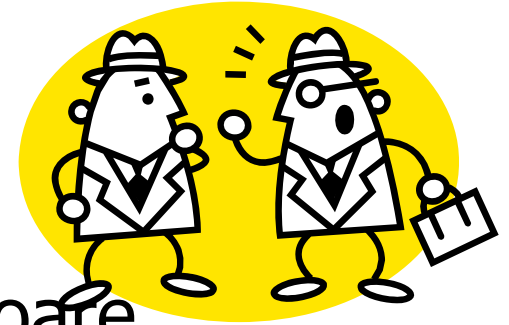
- Evită subiectele sensibile ca religia, sexul, căsătoria, handicapul
- Nu face pe deșteptul tot timpul
- Nu omorî clientul când greșește
- Niciodată nu minți, înșela, sau fura
- Nu exagera când vorbești despre produs
- Dacă nu știi ceva, recunoaște (oricum mai bine să taci decât să vorbești prostii)

Tehnici verbale



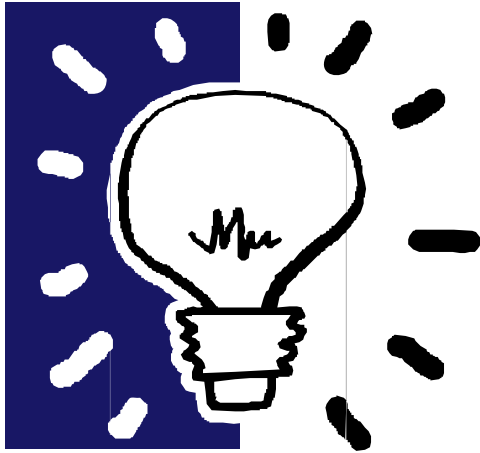
- Pune întrebări
- Folosește cât poți de des numele
- Zâmbește, zâmbește, zâmbește
- Fă-l pe client să râdă
- Ascultă, nu întrerupe, nu dezbate și nu te certa

Tehnici verbale



- Folosește exemple, spune povestioare
- Înainte de închidere fă un sumar al beneficiilor
- Folosește cuvinte pozitive / Evită cuvintele negative
- Vorbește de lucruri care îl interesează pe client
- Evită "de ce"-urile
- Verifică dacă ești ascultat

CONCEPT



Marketing & vânzări

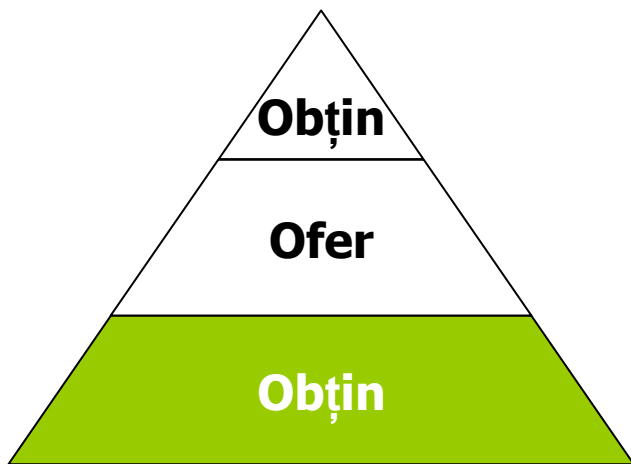
knowledge,
dissemination &
embodiment



Pâlnia

(Comunicarea persuasiva)

Arta de a asculta și de a pune
întrebări – cheia către nevoile
clientului



Tipul si nivelul intrebarilor folosite depinde de gradul de cunoastere a clientului

Client nou

- **Introducere**
- **Intrebari de deschidere (nevoi)**
 - Ce astepti de la un furnizor?
- **Intrebari deschise (nevoi)**
 - Ce este important pentru tine?
 - Care sunt prioritatile tale?
 - Cum vezi imaginea ta in piata?
 - Cum crezi ca va arata categoria peste 2 ani?
- **Sumarizeaza – Verifica daca ai inteles (nevoi)**
 - Intrebari retorice
 - Deci, ceea ce iti doresti este....
 - Deci, urmatoarele aspecte sunt importante pentru tine....
- **Da / nu. Daca nu, pune intrebari pentru a clarifica**

Vizite rare

- **Introducere**
- **Intrebari de deschidere (nevoi)**
 - Cum merge afacerea?
 - Ce te face sa spui ca bine / rau?
 - Ce crezi ca am putea face? (daca rau)
- **Referire la ultima vizita (nevoi)**
 - Verifica daca au intervenit schimbari
 - La ultima intalnire ai spus ca X este important, s-a schimbat ceva intre timp?
- **Da / nu**
 - Daca nu, treci mai departe
 - Daca da, cat de importanta este schimbarea

Vizite frecvente

- **Politeturi**
- **Referire la ultima vizita (nevoi)**
 - Au intervenit schimbari?
 - La ultima intalnire am stabilit X, s-a schimbat ceva?
- **Da / nu**
 - Daca nu, treci mai departe
 - Daca da, cat de importanta este schimbarea ?

Arta de a asculta

"A înțelege exact mesajul pe care interlocutorul a intenționat să îl transmită, ca și conținut dar și emoțional"

Bariere în calea unei ascultări eficiente

- Nu am timp să ascult / vorbesc prea mult
- Nu sunt deschis la alte idei
- Sunt critic / emit judecăți de valoare
- Îmi este teamă să nu fiu influențat

Dar mai presus de toate...

- Fac presupuneri
- "Sar" direct la concluzii



Pentru ca sa verificăm dacă am înțeles corect:

- Repet
- Clarific / Cer mai multă informație
- Recapitulez
- Feed-back permanent



Repetare

Definitie: "A reflecta atât conținutul cât și emoționalul a ceea ce s-a spus."

De ce: Pentru a arăta că ai înțeles mesajul.

"Dvs ați spus că ..."

Clarificare / Cerere de date (verificare ușoară /senzitivă)

Definitie: "A te asigura că ai înțeles corect și a obține noi detalii și informații"

De ce: Pentru a verifica informația vagă sau neclară

"Doar ca să mă asigur că nu am înțeles greșit, îmi poți da mai multe amănunte despre..."

Rezumare / Interpretare

Definitie: "A recapitula ideile principale"

De ce: Pentru a revizui informațiile pe care le-ai aflat

"Dacă ar fi să recapitulez ce ați spus..."

Feedback

Definitie: "A arăta că ești atent la ceea ce se discută"

De ce: În timpul conversației, pentru a menține comunicarea deschisă

SUNT ATENT

Fac gesturi de încurajare
Notez
Repet

Pun întrebări la subiect.
Nu întrerup!

Privesc în ochi

NU SUNT ATENT

Mă uit la ceas
Mă uit pe fereastră

Mă joc cu cheile
Intererup

Îmi curăț unghiile

Abordarea verbală (Palnia)

Afirmații generale:

"Spuneți-mi / ce părere aveți / ce credeți despre...
(un domeniu nespecific sau comun)"

Repetări:

"Ați spus că....(exact ce a spus, fără nici o
adăugire)"

Pauză:

"....."

Verificare ușoară:

"Spuneți-mi / ce părere aveți / ce credeți despre...
(un subiect menționat deja sau cu care clientul e
confortabil)"

Verificare sensibilă:

"Ce s-a întâmplat atunci când... (un subiect
important pentru tine, mai sensibil pentru client,
care un a fost adus de el în discuție)"

Interpretare:

"Din ce mi-ați spus, înțeleg că...."



Expresii de evitat/ de folosit

NU FOLOSITI EXPRESIILE

- * Nu pot
- * Ca să fiu sincer...
- * Nu sunt sigur
- * Pot să vă întreb ceva?...
- * Trebuie să întreb șeful
- * Trebuie să...
- * Dacă aflu ceva, vă spun
- * Vă promit
- * Nimeni nu știe
- * Nu ne avantajează
- * Este politica companiei
- * Este interzis...
- * Spuneți-mi, vă rog
- * Motivele Dvs. sunt...
- * Aceasta este o problemă
- * Nu ma interesează

- * Nu vreau



MAI BINE AR FI AȘA

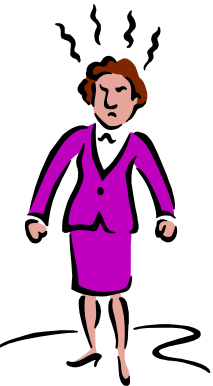
- * **Voi verifica dacă se poate**
- * **Ne-am dat seama ca/De fapt**
- * **As vrea să vă răspund exact**
- * **Ar trebui să vă întreb ceva**
- * **Acesta nu este domeniul meu**
- * **Aș fi fericit să...**
- * **Când aflu, vă spun**
- * **Voi face tot posibilul**
- * **Voi încerca să obțin informații**
- * **Ar trebui să modificam...**
- * **Până aici pot merge eu...**
- * **Am oarecari îndoieli...**
- * **Aș putea să știu puțin mai mult**
- * **Ideile Dvs. sunt...**
- * **Să încercăm să găsim o soluție**
- * **E mai puțin interesant pentru noi / ne afectează mai puțin...**
- * **Nu știu ce să vă spun**



10 greșeli comune



1. Tonul vocii.
2. Viteza de vorbire.
3. Discuție purtată cu altă persoană decât cea de decizie.
4. Vizita lipsită de scop.
5. Prea multe informații date clientului.

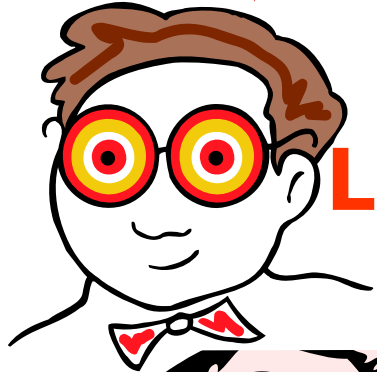


10 greșeli comune



6. Nu-i dai clientului un motiv să te asculte.
7. Neluarea în seamă a nevoilor clientului.
8. Presupunerea (neverificată) că înțelegi ceea ce spune clientul.
9. Presupunerea că și clientul te înțelege.
10. Neverificarea disponibilității clientului pentru a discuta.



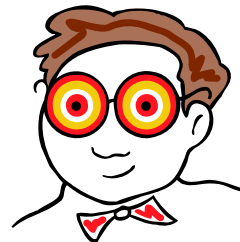


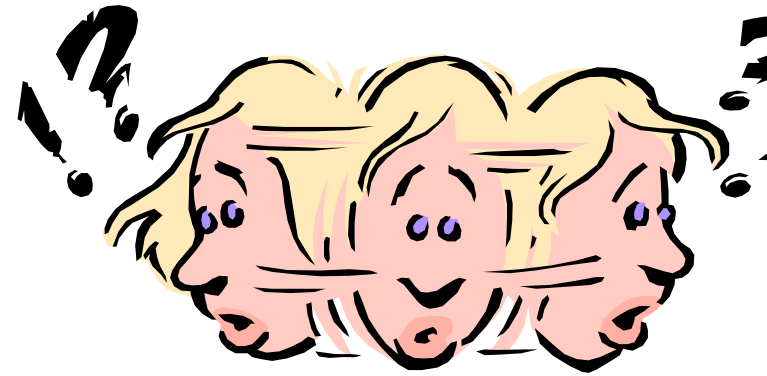
LIMBAJUL NON VERBAL



Cum se interpreteaza limbajul non verbal?

- Mana la nas, atingerea urechii, acoperirea gurii = **Minciuna**
- Picior peste picior, mainile la piept = **Aparare**
- Deget sau mana la falca = **Critica**
- Mainile la ceafa = **Superioritate, 'Stiu ce faci'**
- Varful piciorului spre tine, corpul indreptat spre tine, cap inclinat usor = **Atentie**
- Cap inclinat mult, lipsa de contact cu ochii = **Plictiseala, neincredere**
- Degete bagate in curea, (pentru femei ->) mainile in sold = **Agresivitate, sexualitate**
- Palmele in sus = **Sinceritate, incredere**
- Degetul in sus = **Avertisment, amenintare**
- Fumul de tigara suflat in sus = **Siguranta, invitatie la flirt**
- Palmele pe piept, bratele incrucisate = **Siguranta, stapanire**
- Mainile la spate = **'Sunt sef', siguranta**
- Mana la spate, tinuta de cealalta mana in dreptul cotului = **'Ma stapanesc sa nu te pocnesc'**
- Mainile impreuna in fata = **neincredere**
- Mainile facute 'arc gothic' cu degetele in sus = **critica, 'asculta bine ce spun'**
- Corpul putin inclinat inspre in fata = **'Ma intereseaza'**
- Repetarea gesturilor facute de tine = **'Imi placi'**
- Frecarea palmelor = **'O sa vezi tu', 'Acum iti ascund ceva'**
- Privire fixa in ochii tai = **Verificare, agresivitate**
- Mangaierea barbii = **'mai vedem', 'spune mai multe'**
- Stand pe scaun, un picior mai in fata, unul in spate, putin aplecat = **'Vreau sa lucram impreuna'**
- Mainile in dreptul pieptului, palmele pe umeri, sau ambele maini la fata = **'Mi-e frica'**





Gresim daca presupunem?

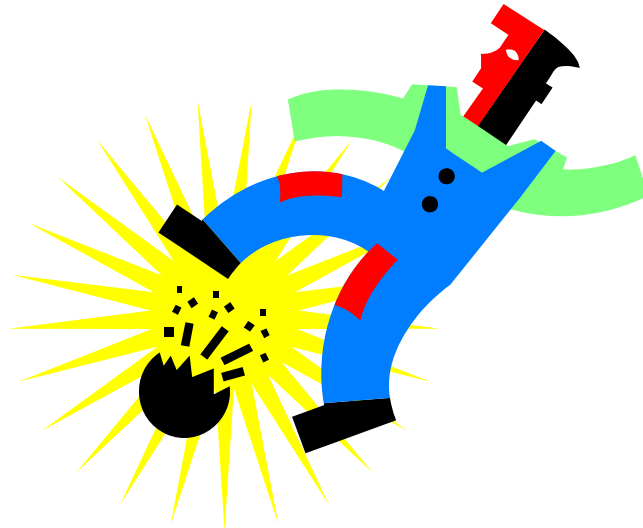
- ...ca suntem intelesi?
- ...ca intelegem clientul?
- ... ca stim ceva?

(a presupune = to assume – engl.)

ASSUME

=

you make an ASS of U and ME

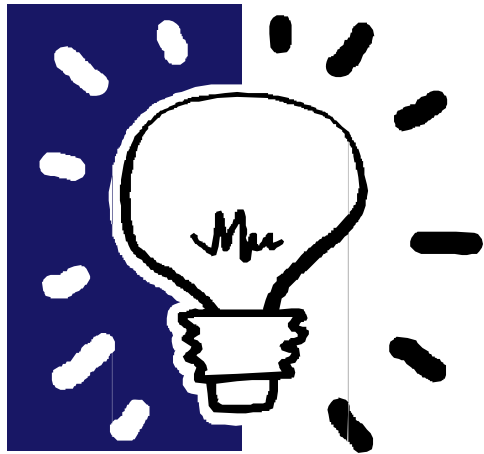


Valoarea vorbelor

Ceea ce scoate interlocutorul
tau pe gura e, fara doar si
poate, adevarat;
ceea ce spui tu, e indoielnic.



CONCEPT

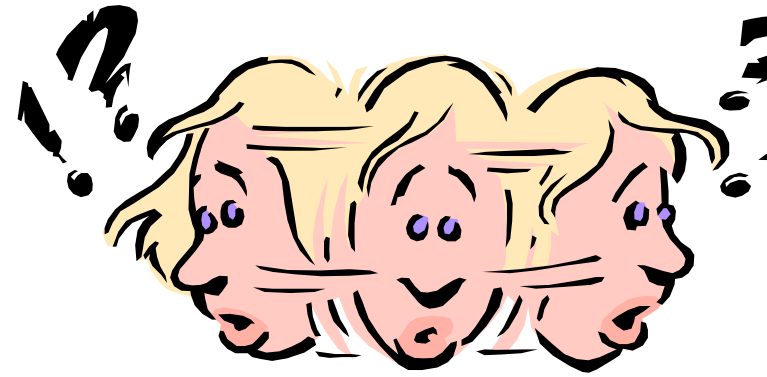


Marketing & vânzări

knowledge,
dissemination &
embodiment



REZOLVAREA OBIECTIILOR



Intrebare:

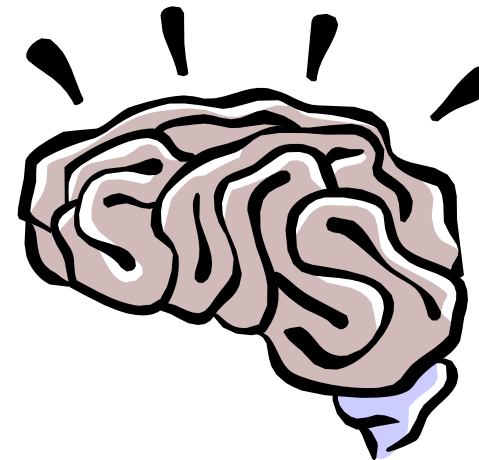
Dati exemple de obiectii?

Ce sunt obiectiile?

Cum ne simtim cand primim o obiectie?

Voi spuneti si noi scriem pe flip-chart!

Discutie libera/ exercitiu: 3 minute



SUNT OBIECTIILE UN SEMN RAU?



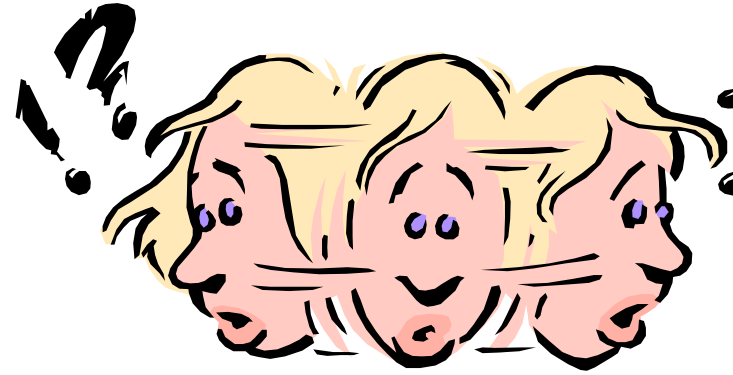
DA

- IROSESC TIMP
- ARATA LIPSA DE INTELEGERE A CLIENTULUI
- FAC LUCRURILE DIFICILE
- CREAZA UN SENTIMENT NEPLACUT

NU

- DEMONSTREAZA CA CLIENTUL ASCULTA
- SUNT DESEORI INTREBARI / CERERI PENTRU MAI MULTA INFORMATIE
- ELE POT INDICA CE IL INTERESEAZA PE CLIENT

Cate tipuri de obiectii cunoastem?



2 TIPURI DE OBIECTII

FALSE

ADEVARATE

USOARE

DIFICILE

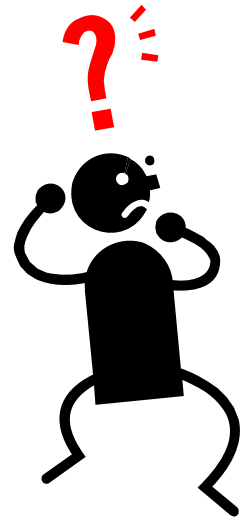


OBIECTIE ADEVARATA SAU NU?

- Un mod "usor" de a testa daca o obiectie este adevarata sau falsa :

TESTUL "PRESUPUNERII"

- 'Daca eu pot sa rezolv acea problema, atunci veti accepta sugestia mea ?'



OBIECTII USOARE

USOARE

- CAND CLIENTULUI NU-I SUNT CLARE BENEFICIILE
- EL S-AR PUTEA SA FI INTELES GRESIT CEVA CE NOI AM SPUS
- EL ARE NEVOIE DE INFORMATIE MAI SIMPLA



➤ SOLUTIE: DA INFORMATIA CORECTA /LIPSA

OBIECTII DIFICILE

DIFICILE

- PRODUSUL TAU ESTE MAI SCUMP DECAT AL CONCURENTEI
- ADAOSUL PE CARE SI-L POATE PUNE CLIENTUL E PREA MIC
- MULTI CONSUMATORI SARACI - NU-SI PERMIT SA CUMPERE PRODUSE BUNE
- PUTIN SPATIU DISPONIBIL



SOLUTIE: **P**ricepe – **A**sigura-te – **R**ezolva!

CEI 3 PASI AI REZOLVARII OBIECTIILOR

PAS 1 : **P**RICEPE obiectia reala
[OBTINE]

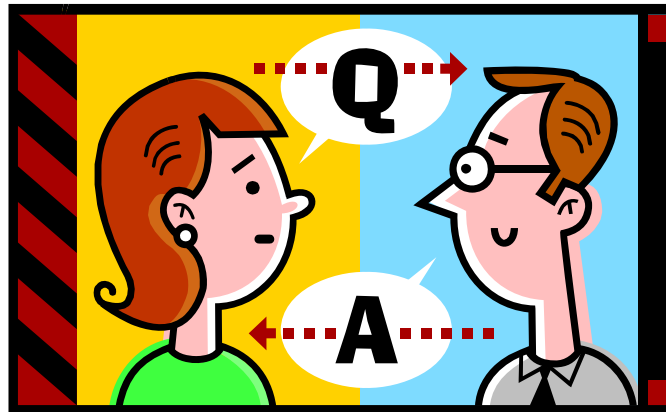
PAS 2 : ASIGURA-TE CA OBIECTIA E REALA
(**V**ERIFICA obiectia) [VERIFICA]

PAS 3 : **R**EZOLVA obiectia
[TRANSMITE]



CEI 3 PASI AI REZOLVARII OBIECTIILOR

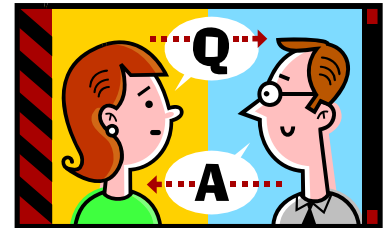
PAS 1 : **P**RICEPE obiectia reala
[OBTINE]



Ca sa PRICEPEM – INTREBAM "Spune-mi mai mult!"

Nu raspundeti niciodata din prima la o obiectie! Primul reflex pe care trebuie sa-l aveti e sa mai puneti o intrebare suplimentara:

- **Nu pot vinde toate produsele tale!**
Care produse? Toate? Unele?
- **Preturile tale sunt prea mari – Clientii mei nu vor plati asa mult**
Care preturi? Care clienti?
- **Nu am bani**
Azi? Saptamana asta? Mereu? Pentru a cheltui pe ce anume?
- **Competitorul tau are o oferta mai buna**
Care competitor? Ce marca? Ce oferta?
- **Vreau profit mai mult**
Cash? Procentaj? R.O.I.? Cât mai mult?



Ca sa PRICEPEM- REPETAM

Repeta ceea ce a zis clientul, cu aceleasi cuvinte ca ale lui:

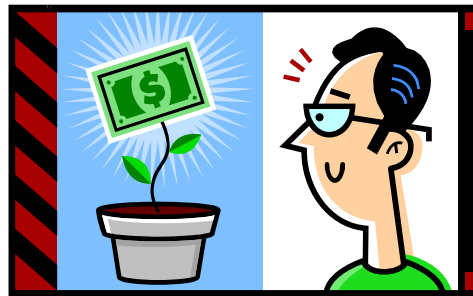
Spuneti voi!

- **Nu pot vinde toate produsele tale!**
Spuneti ca nu puteti vinde toate produsele noastre.
- **Preturile tale sunt prea mari – Clientii mei nu vor plati asa mult.**
Va referiti la preturile noastre, care sunt prea mari pentru clientii Dvs.
- **Nu am bani.**
Inteleg ca nu aveti bani.
- **Competitorul tau are o oferta mai buna.**
Competitorul nostru are o oferta mai buna.
- **Nu am spatiu sa afisez toate produsele.**
Se pare ca trebuie sa va ajut într-un domeniu important care este cel al spatiului de raft.
- **Vreau profit mai mult.**
Inteleg da doriti sa va mariti profitul.

CEI 3 PASI AI REZOLVARII OBIECTIILOR

PAS 1 : **PRICEPE** obiectia reala [OBTINE]

PAS 2 : ASIGURA-TE CA OBIECTIA E REALA
(**VERIFICA** obiectia) [VERIFICA]



- Trebuie sa VERIFICAM daca am înteles corect, si daca obiectia e reala

VERIFICAREA OBIECTIEI

- 'Daca eu pot sa rezolv acea problema, atunci veti accepta sugestia mea ?'
- 'Daca rezolvam aceasta problema, ar mai fi alta?'



MODUL CORECT DE REZOLVARE A OBIECTIILOR

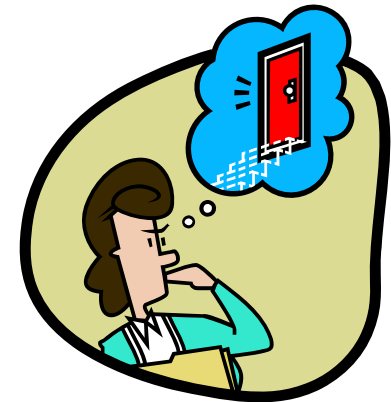
PAS 1 : PRICEPE obiectia reala
[**OBTINE**]

PAS 2 : **ASIGURA-TE** ca e obiectia reala
[VERIFICA]

PAS 3 : **REZOLVA** obiectia
[TRANSMITE]



apoi **INCHIDE**



REZOLVAREA OBIECTIILOR - SUGESTII

■ INTOTDEAUNA RECUNOASTE O OBIECTIE

- Clientii vor continua sa o repete pâna o veti face – devenind din ce în ce mai deranjati;
- Determina daca obiectia este REALA, apoi rezolv-o. Uneori, e bine sa o parchezi (mai ales cand ai mai multe obiectii reale simultan).

■ NU CONTRAZICETI O OBIECTIE - NICIODATA

- Nu presupuneti. Obtine/Verifica/Transmite.

● FOLOSESTE FAPTELE

- Parerea ta conteaza mult mai putin in fata clientului decât a lui.

■ PREGATESTE – PREGATESTE – PREGATESTE!

- Foloseste cel putin 50% din timpul de “scriere” al prezentarii tale pentru eliminare si contracararea probabilelor obiectii ale clientului



Rezolvarea obiectiilor

P

PRICEPE



"poti sa-mi zici mai mult?"

"inteleg ca va referiti la... Mai e si altceva?"

"vad ca sunteti preocupati de... Altceva?"

"intrebati daca ... functioneaza pt. Dvs. E singura Dvs. intrebare?"

"poti sa fii mai specific / la ce anume te referi?"

"Nu sunt sigur ca inteleg clar ce vrei sa spui."

Deci problema Dvs. este.... Corect?"

"pare ca intrebati despre... Am dreptate?"

"atunci ceea ce vreti sa aflati e... Asa e?"

A

ASIGURA-TE

"daca am rezolva problema asta, ar mai fi alta

"daca rezolvam aceasta problema, acceptati sugestia mea?"

R

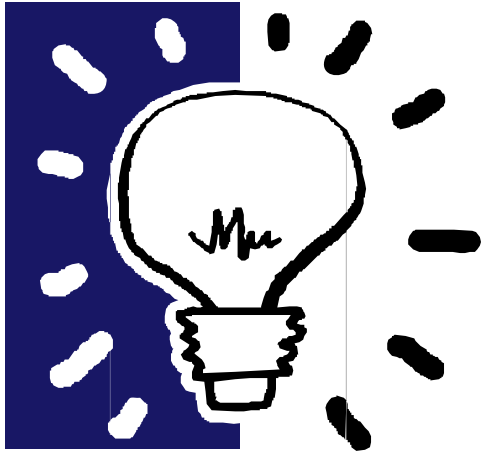
REZOLVA

"pe baza experientei mele, indraznesc sa sugerez sa..."

"un client in aceeasi situatie cu a Dvs. actuala a facut..."

"daca acceptati propunerea mea veti avea ...(beneficii)"

CONCEPT



Marketing & vânzări

knowledge,
dissemination &
embodiment



ÎNCHIDEREA

Ce este închiderea?

ÎNCHIDEREA ESTE MIȘCAREA
FINALĂ A PROCESULUI DE
vânzare,
PRIN CARE SE OBTINE UN
ANGAJAMENT DIN PARTEA
CLIENTULUI.



O închidere bine făcută îl duce pe client să spună: „Da, cumpă

Cate închideri cunoaștem?

Spuneți voi!

1. SUGESTIA

„Pe baza a ceea ce am discutat, vă sugerez să cumpărați următoarele...”

2. ÎNTREBAREA

„Când vreți să vă fie livrată comanda?”

3. TĂCEREA

(Doar taci din gură la sfârșitul unei afirmații)

4. ALTERNATIVA

„Câte baxuri vreți să cumpărați, 2 sau 3 ?”

5. ACȚIUNEA

„Cu permisiunea Dvs. vă voi trimite...”

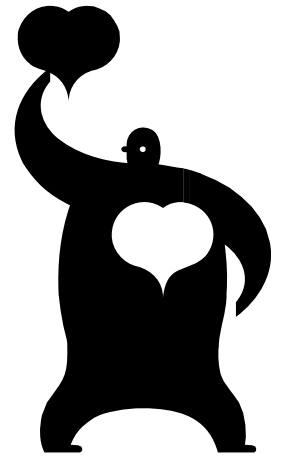
6. CEREREA

„Vă rog acceptați o comandă de ...”



Cand facem închiderea?

1. Când clientul este pregătit.
2. Când da semne de aprobare.
3. La rezolvarea unei obiecții.
4. Când se relaxează.
5. Când zâmbește.



Cand facem închiderea?



6. Când se joacă cu mâinile sau cu un obiect.
7. Când o lasă mai moale sau dă semne de oboseală.
8. Când devine atent la lista de prețuri.
9. Când întreabă despre detalii. *„Când livrați de obicei?”*,
„Cum se vinde produsul asta?” *„Ce se întâmplă când produsul expiră?”*
10. Când spune DA închiderii tale precedente.
11. (Când simți că nu mai ai nici o șansă.)

Închideri simple



1. Codița ("*Nu-i așa?*")
2. Codița pusă în față
3. De probă - "*De ce nu...?*"
4. Alternativa
5. Implicativă (a *avionului*)
6. Ofertă specială
7. Serviciul suplimentar (pe rezistență)
8. Numele corect al firmei
9. Fără risc
10. "Sună-mă."
11. Scriu comanda
12. De forțare – 'Push'

Închideri comparative

Utilizează diferențele între competitori; dacă faci o comparație cu un competitor mai bun, clientul te va asculta și va încerca să acționeze la fel ca și competitorul lui; la fel dacă competitorul este mai slab:

" Dacă patronul acesta care este mai slab decât mine a fost de acord cu propunerea ta, atunci sunt și eu".

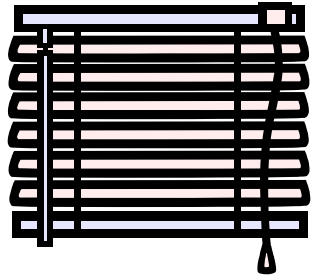
1. Înainte – după

"Clientul X vindea cam 3 milioane pe zi, înainte de a cumpăra produsele noastre acum vinde de trei ori mai mult, și diferența nu vine doar din vânzarea produselor noastre".

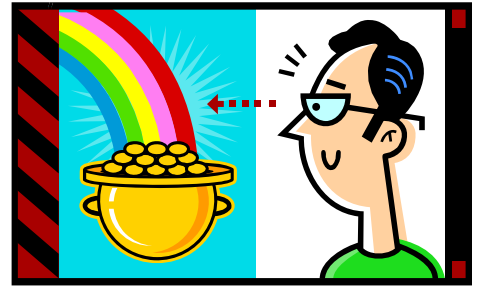


Închideri subtile, abile sau agresive

1. Plăcinta cu frișcă
2. Mă fac că plec ("Colombo")
3. "Am pierdut vânzarea"
4. "Doar ca să-mi fie mie clar în minte"
5. "E responsabilitatea ta"
6. Închiderea pe detaliu
7. Cu verificare prealabilă
8. Omorârea diferenței de preț
9. 'Da' după 'da' (pe ce mecanism cibernetic se referă?)



Regula de aur

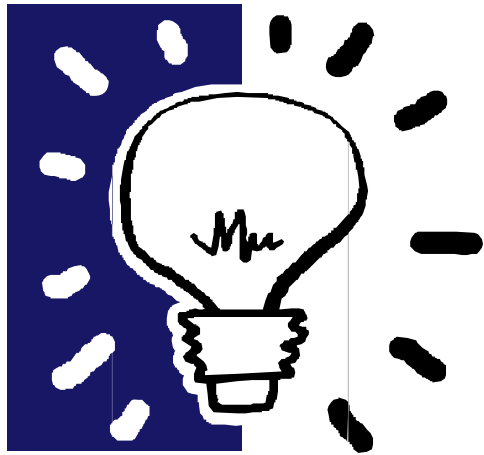


**De fiecare dată după ce
faci o mișcare de
închidere,**

TACI DIN GURĂ.

**Cine vorbește primul,
pierde.**

CONCEPT



Marketing & vânzări

knowledge,
dissemination &
embodiment



FORMATUL DE VANZARE PERSUASIV

Formatul persuasiv de vanzare

1. DESCRIEREA SITUATIEI

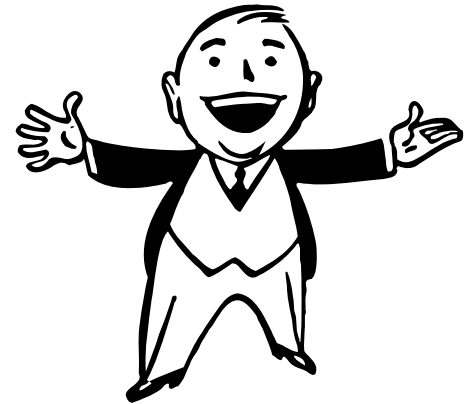
- Conditii curente
- Nevoile clientului
- Limitari
- Oportunitati pentru beneficiu

2. IDEEA

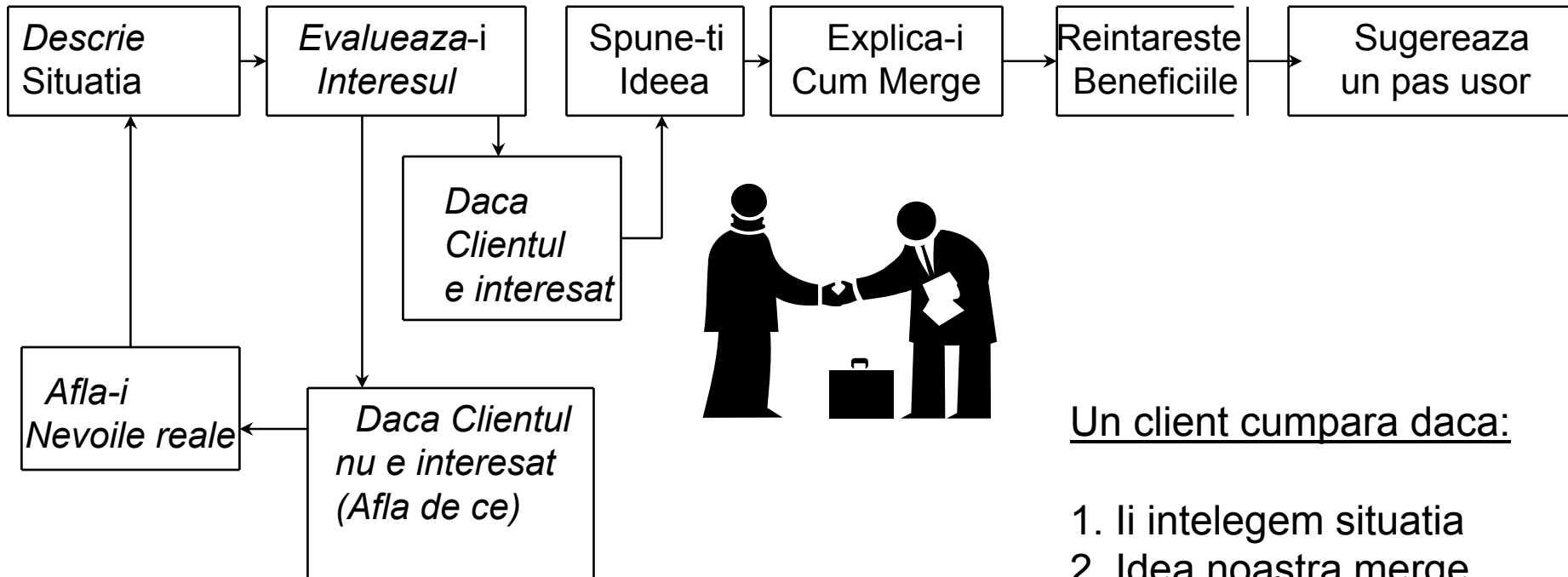
3. ARATA CUM FUNCTIONEAZA

4. INTARESTE BENEFICIILE

5. INCHIDERE (ACTIUNE)



Formatul de vanzare persuasiv (FVP)



Un client cumpara daca:

1. li intelegem situatia
2. Idea noastra merge
3. Clientul ne intelege ideea
4. li e usor sa cada de acord

Realizarea planului de vanzare de prezentat clientului.



Lucru in grup