ELŻBIETA PAWŁOWSKA

SEKRETY PSYCHOLOGII SPRZEDAWANIA

ODKRYJ 10 NAPRAWDĘ POTĘŻNYCH NARZĘDZI DRASTYCZNIE PODNOSZĄCYCH WYNIKI SPRZEDAŻOWE



„… czasem trzeba odwrócić swój sposób myślenia dokładnie tak, jak odwrócone jest to zdjęcie…”

SEKRETY PSYCHOLOGII SPRZEDAWANIA

ODKRYJ 10 NAPRAWDĘ POTĘŻNYCH
NARZĘDZI DRASTYCZNIE PODNOSZĄCYCH
WYNIKI SPRZEDAŻY

SEKRETY PSYCHOLOGII SPRZEDAWANIA

Elżbieta Pawłowska

Copyright© by Elżbieta Pawłowska, Warszawa 2021

Redakcja i korekta
Elżbieta Pawłowska

Skład i łamanie
Wojciech Błasiak

Wszelkie prawa zastrzeżone. Książka, ani żadna jej część, nie może być przedrukowywana ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana czy powielana mechanicznie, fotooptycznie, zapisywana elektronicznie lub magnetycznie, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy.

ISBN 978-83-960941-0-0

Spis Sekretów

Sekret 1: Zadawaj właściwe pytania 9

Sekret 2: Słuchaj klienta tak, jakby od tego zależało Twoje życie 19

Sekret 3: Posiadaj głęboką wiedzę na temat produktu, który sprzedajesz 31

Sekret 4: Zidentyfikuj prawdziwy, ukryty problem i pomóż go rozwiązać 45

Sekret 5: Sprzedawaj korzyści! Nie cechy produktu! 57

Sekret 6: DISC; 4 typy osobowości.
Mów do klienta językiem jego typu osobowości 69

Sekret 7: Naucz się, jak radzić sobie z obiekcjami 87

Sekret 8: Zachęcaj do kupna teraz! Sposoby zamykania sprzedaży 103

Sekret 9: Zawsze proś o rekomendacje! 119

Sekret 10: Dopieszczaj swoich klientów. Obsługa posprzedażowa 137

Słowo wstępne od Autorki

Ta książka jest dla Ciebie, jeśli jesteś przedsiębiorcą, przedstawicielem handlowym, menadżerem działu sprzedaży i chciałbyś powiększyć wyniki sprzedażowe Twoje lub Twojego Zespołu.

Znajdziesz tu opisy autentycznych rozmów handlowych, jakie odbyłam i jak sobie poradziłam w każdej z nich.
Może te przykłady zainspirują również Ciebie oraz Twój Zespół i pomogą Wam w dalszej pracy?

Książka jest napisana w formie powieści, a wiedzę przekazuję ustami bohaterów.

Główna bohaterka, Sally, jest moim odzwierciedleniem, wszystkie przedstawione scenki sprzedażowe są oparte na autentycznych sytuacjach handlowych, w jakich brałam udział, czy to jako sprzedawca, czy to jako klient.

To swoisty pamiętnik. Pisałam go sercem. Zawarłam w im wspomnienia z moich rozmów handlowych, a także scenek z życia prywatnego, które miały wpływ na wyniki sprzedaży.

Przez lata przeprowadziłam tysiące rozmów handlowych. Potrafiłam sprzedać nawet takim klientom, którzy mówili, iż nie chcą, lecz ja widziałam, że mój produkt może rozwiązać ich problemy i im to uświadomiłam.
W książce przeczytasz, jak tego dokonałam, może zainspiruje to również Ciebie? ☺

Szczególnie wartościowe mogą się okazać też scenki opisujące moje przeżycia jako klientki, gdyż dają Ci informację, jak takie czy inne zachowanie sprzedawcy, jest odbierane przez kupującego i ma wpływ na decyzję zakupową oraz dalsze relacje.

W treści narracji znajdziesz mistrzowsko wplecione treści edukacyjne. Pozycja jest lekka, jak beletrystyka, a jednocześnie naszpikowana konkretnymi wskazówkami sprzedażowymi.

Czytanie jej powinno sprawić Ci czystą przyjemność. Dzięki narracji jest to nietypowy poradnik, którego treść edukacyjna sama wchodzi do głowy.

Jestem dyskretna, więc pozmieniałam niektóre okoliczności, imiona, czasem płeć osób występujących, ale może ktoś z moich dawnych klientów rozpozna tu czasem siebie? ☺

Czy zauważyłeś, że zdjęcie na przedniej okładce jest rewersem? Jak myślisz, DLACZEGO?
Chciałam pokazać, że czasami trzeba odwrócić swój sposób myślenia dokładnie tak, jak jest odwrócone to zdjęcie.

W rozmowach handlowych, czasem trzeba zastosować niekonwencjonalne metody, aby dogłębnie sprawdzić, czego tak naprawdę klientowi trzeba.
A także w szukaniu klientów też czasem trzeba zastosować niestandardowe sposoby, odwrócić swój sposób myślenia, dokładnie tak, jak jest odwrócone zdjęcie na okładce.

I tego właśnie uczy ta książka: nowego sposobu wykorzystania znanych metod.

Zapraszam do lektury!

Elżbieta Pawłowska

Rozdział I

PIERWSZY SEKRET PSYCHOLOGII SPRZEDAWANIA:

ZADAWAJ WŁAŚCIWE PYTANIA!

Zadawaj właściwe pytania!

Sukces!!!!!!- Sally wpadła do domu jak burza od progu krzycząc w niebogłosy:

- Sukces, sukces, SUKCES!!!

Zdezorientowana rodzina oderwała się gwałtownie od swoich zajęć: starsza córka od tomiku encyklopedii, którą czytała namiętnie w każdej wolnej chwili, młodsza od swoich sportowych zajęć.

- Co się stało???!!!

- Pomogłam Renacie utrzymać pracę i może jeszcze nawet otrzyma awans! Pomogłam jej sprzedać NAJDROŻSZĄ torbę bardzo wymagającej pani. Klientka wyszła bardzo zadowolona i będzie polecać znajomym właśnie ten sklep, a przede wszystkim Renatę, jako kompetentną osobę do obsługi. A wiecie, że Renata ma dodatek do pensji od każdej sprzedanej przez siebie rzeczy?

Co więcej! Ta klientka okazała się być jakąś tam kuzynką szwagra właścicielki sklepu, więc teraz Renata ma nawet szansę na awans.

Renata, znajoma Sally, po wielu latach bycia gospodynią domową, żoną i mamą, niedawno podjęła swoją pierwszą w życiu pracę; jako ekspedientka w sklepie z torbami i akcesoriami podróżnymi.

Sally (wieloletnia, doświadczona przedstawicielka handlowa), była nieocenionym źródłem wiedzy i wielką pomocą dla stawiającej swoje pierwsze kroki w handlu, Renaty.

Tego dnia Sally postanowiła zajrzeć do sklepu, w którym Renata pracowała, by zobaczyć, jak sobie koleżanka radzi i trafiła na scenę

przykładu

klasycznego błędu popełnianego przez początkujących sprzedawców:

Tuż przed Sally, do sklepu weszła klientka i zaczęła się rozglądać. Renata podeszła więc do niej i zapytała, czego klientka potrzebuje, na co ta odpowiedziała, że torbę podróżną.

I wtedy Renata, nie zdając sobie z tego sprawy, popełniła jeden z NAJWIĘKSZYCH błędów, jakie często popełniają sprzedawcy: Nie zadała klientce ani jednego pytania uściślającego, tylko, bazując na swoich domysłach, zarekomendowała **małą torbę podróżną, w deseń kwiatowy i powiedziała:**

- To jest idealna torba na podróż samolotem. Jest bardzo lekka i wszystkie kobiety ją kupują.

W klientkę, jakby piorun strzelił, przestała się uśmiechać, z wściekłą miną odwróciła się na pięcie i zamierzała wyjść.

W tym momencie Sally, pomimo iż nie pracowała w tym sklepie, postanowiła zainterweniować. Podbiegła do wychodzącej w wielkim gniewie klientki i zapytała:

- Przepraszam Panią bardzo. A jakiej dokładnie Pani torby potrzebuje? Dużej czy małej?

- Potrzebuję dużą, pakowną torbę, największą, jaką macie, najlepiej na kółkach, na podróż autobusem.

- Rozumiem, że musi też być mocna i wytrzymała. – Odpowiedziała Sally. – A w jakim kolorze?



- Najlepiej niebieskim. – Odpowiedziała klientka.- Gładka, bez żadnych wzorów, szczególnie kwiatowych. Jak ja nienawidzę kwiatowych wzorów na torbach podróżnych!!!- Klientka prawie wykrzyczała ostatnie zdanie, zaciskając przy tym pięści, a emocje aż z niej tryskały.

Renata stała, jak wryta w ziemię. Klientka kontynuowała dalej:

- I nienawidzę latania samolotem!!! Nic mnie nie obchodzi, czy torba jest lekka! Ma być pakowna i wytrzymała! Mam dużo rzeczy do zabrania, potrzebuję dużą torbę, a nie jakieś małe piź… - Klientka zmęła w ustach przekleństwo. – I jeszcze do tego w kwiatki.- Dodała już spokojniej, aczkolwiek z obrzydzeniem w głosie, patrząc z odrazą na torbę, którą jej przed chwilą pokazała Renata.

Sally, widząc, że klientka się już wykrzyczała, przystąpiła do sprzedaży i wskazując na kąt, w którym stały wielkie walizy z kółkami, zapytała:
- Czy któraś z tych toreb się Pani podoba?

Klientka, już znacznie spokojniejsza, podeszła i zaczęła się przyglądać. Za każdym razem, gdy wypytywała się o jakieś cechy, wymiary, pakowność, ilość kieszeni, itp. Renata odpowiadała głosem pewnym i kompetentnym. Na początku wymieniała tylko cechy produktu, a Sally dopowiadała, jakie z tej cechy wynikają korzyści. Dzięki tym dyskretnym podpowiedziom, Renata szybko zorientowała się, iż powinna zadać jeszcze kilka pytań uściślających oraz, że po informacji na temat cechy, zawsze powinna dopowiedzieć, co z tego wynika dla kupującej. Na przykład, w wyniku pytań dodatkowych, okazało się, że klientka będzie miała przesiadkę i troszkę się martwi, czy jej bagaż zostanie na pewno przetransportowany przez obsługę do właściwego autobusu. Z tego powodu zamierzała kupić najtańszą torbę w myśl zasady, że jak zginie tania, to nie będzie jej tak bardzo szkoda.

I w tym momencie w Renatę jakby coś wstąpiło. Pokazała klientce najdroższą torbę i powiedziała:

- Ta torba ma system monitujący. Widzi Pani te dwa guziczki? Jeden przypina Pani do kluczy i ma cały czas ze sobą, a drugi, jak Pani widzi: jest wmontowany na stałe w tę konkretną torbę.
Jeśli dioda w guziczku przy kluczach świeci się na zielono, to znaczy, że torba jest blisko.

Więc, gdy po przesiadce w drugim autobusie zobaczy Pani zielony kolor, może Pani spać spokojnie: torba jest pod Panią, w luku bagażowym.

Jeśli nie ma zielonego koloru, wówczas jeszcze przed ruszeniem z miejsca, może Pani zainterweniować, by obsługa szybko znalazła, gdzie dali Pani torbę. Czy to by Panią zadowalało?

Klientka, nie zastanawiając się nad niczym innym, kupiła z miejsca najdroższą torbę w sklepie.

Dzięki zadawaniu pytań, Renata dowiedziała się, że nie: „ograniczony budżet", lecz właśnie obawa przed utratą torby była prawdziwą przyczyną szukania czegoś taniego.

Gdy ten problem został rozwiązany, klientka zapłaciła ponad dwa razy więcej, niż początkowo zamierzała, za torbę wcale nie największą z dostępnych, lecz zapłaciła za … spokój.

Czyli za coś, na czym jej najbardziej zależało.

Renata nigdy by się tego nie dowiedziała, gdyby nie zadała właściwych, dodatkowych pytań.

Dzięki pytaniom, dowiedziała się, czego tak naprawdę klientka potrzebuje i… sprzedała jej to z wielką łatwością i za wysoką cenę, a co za tym idzie: wysoką prowizję.

Renata szybko się uczyła, obserwując Sally w akcji, i pod koniec procesu sprzedawania, nie omieszkała dać klientce swoją wizytówkę i poprosić zarówno o powrót do sklepu, gdyby klientka potrzebowała czegokolwiek do podróży, i po drugie poprosiła ją, by ta przysyłała tu swoje koleżanki.

I wtedy okazało się, że klientka z cała pewnością będzie przysyłać tu znajomych, ponieważ właścicielką jest jej dalsza rodzina, więc …"Trzeba wspierać rodzinny biznes. A jeszcze z tak cudownymi sprzedawczyniami… Koniecznie!"

- Właściwie tak kompetentna sprzedawczyni, jak Pani, Pani Renatko, powinna kierować całym zespołem sprzedażowym i uczyć inne ekspedientki, jak należy

obsługiwać klientów. – powiedziała klientka na odchodne, wychodząc cała w uśmiechach.

Po jej wyjściu, Sally wzięła kartkę i zaleciła Renacie, by ta napisała, czego się właśnie nauczyła.

Oto notatki Renaty:

Zasada pierwsza w sprzedawaniu: Zadawaj klientowi pytania. NIGDY nie zakładaj niczego z góry. ZAWSZE pytaj!!!

Jak zadawać pytania?

✓ Spytaj wprost każdego potencjalnego klienta, czego DOKŁADNIE potrzebuje. Nigdy nie bazuj na swoich domysłach. Możesz się mylić. ☺

✓ Upewnij się, że dokładnie i w pełni zrozumiałeś/ zrozumiałaś, czego Twój klient chce lub potrzebuje.

✓ Powtórz, co klient powiedział i zapytaj, czy zrozumiałeś/ zrozumiałaś dokładnie ich życzenia.

✓ Nie obawiaj się zadawać bardzo szczegółowych albo osobistych pytań, jeżeli sytuacja tego wymaga. Im więcej wiesz, tym lepiej możesz przysłużyć się klientowi. W rezultacie Twój klient będzie wdzięczny za to, że zadawałeś /zadawałaś szczegółowe pytania. Spróbuj! Przekonaj się osobiście! ☺

✓ Oczywiście, tylko pod tym warunkiem, że wszystkie szczegółowe i osobiste pytania mają związek ze sprzedawanym produktem.

✓ Zadawaj **wyłącznie adekwatne pytania**, które dopomogą w uzyskaniu pełnego obrazu potrzeb Twojego potencjalnego klienta. ☺ (Jeśli klient kupuje ubezpieczenie- osobiste pytania są niezbędne, ale gdy klient kupuje walizkę, nie ma powodu zadawanie pytania o stan cywilny.) ☺

✓ Używaj słowa:

DLACZEGO?

To jest jedno z najbardziej kluczowych pytań w procesie sprzedaży. Słowo to pomaga Twojemu klientowi otworzyć się i powiedzieć więcej poza prostym „tak' i 'nie".

✓ W momencie, gdy klient wciąż ma obiekcje, możesz zadać dodatkowe, ale równie ważne, pytania typu:

- A co jeszcze?
- Czy jest jeszcze coś, co chciałby Pan/ Pani dodać ponadto, co zostało powiedziane?

Reasumując, pierwszy i bardzo ważny sekret sprzedaży jest bardzo prosty:

✓ZADAWAJ WŁAŚCIWE, ADEKWATNE PYTANIA!!!

* * *

- Wspaniale mamusiu! – Pogratulowały Sally dziewczynki.- Jesteś nie tylko świetnym sprzedawcą, ale i wspaniałym nauczycielem. Dzięki Tobie ciocia Renata nauczyła się lepiej sprzedawać, będzie teraz więcej zarabiać, to będzie nam przynosiła większe czekolady, gdy znów przyjdzie do nas na kawę.

Sally przytuliła swoje córeczki i w duchu śmiała się z ich naiwności, gdyż wiedziała, że umiejętność zadawania właściwych i adekwatnych pytań, to wierzchołek góry lodowej w całym- co prawda ogromnie ekscytującym- ale jakże złożonym procesie sprzedawania.