

Kebanyakan tenaga penjual berbicara terlalu banyak. Pada saat ini, tenaga penjual yang cerewet terlalu banyak menjejalkan informasi kepada prospek. Penelitian saya menunjukkan bahwa tenaga penjual rata-rata berbicara lebih dari 81 persen pada saat melakukan penjualan.

Bukan hanya tidak efektif, hal itu akan membuat Anda kehilangan penjualan. Anda dapat menutup lebih banyak penjualan, hanya dengan berbicara lebih sedikit. Berikut ini adalah tujuh cara untuk melakukannya:

1 . Jadilah yang berbeda dari kompetisi.

Ketika prospek melihat Anda mirip dengan penjual lain, Anda akan berada dalam masalah. Akibatnya, tujuan Anda akan dianggap sebagai hal yang sama dengan kompetitor. Lain kali ketika prospek meminta Anda mengapa ia harus melakukan bisnis dengan Anda, Anda harus menjawab, “Saya tidak yakin bahwa Anda harus... Apakah boleh jika saya bertanya kepada Anda beberapa pertanyaan untuk lebih memahami situasi Anda ?”

Pendekatan ini berbeda, lebih kredibel, dan secara otomatis akan membedakan Anda dari penjual lain.

2 . Memahami tantangan prospek Anda.

Kebanyakan tenaga penjual menghabiskan waktu mereka mencoba untuk membujuk prospek

daripada mengambil waktu untuk memahami masalah yang dihadapi prospek. Ingat: Prospek mencari sesuatu yang dapat memecahkan tantangan tertentu, mereka tidak ingin dijadikan objek penjualan. Luangkan waktu untuk belajar mengenai masalah utama pertama mereka.

3 . Memahami tujuan mereka.

Ketika prospek berhasil memecahkan tantangan, artinya dia berhasil mencapai tujuannya. Setelah Anda benar-benar mengerti tantangan seorang prospek, saatnya untuk memahami apa yang ingin dia capai, tidak peduli apakah Anda menjual kepada konsumen atau perusahaan, semua prospek mencari cara untuk mencapai tujuan tertentu dengan produk atau jasa Anda. Pahami apa tujuan mereka.

4 . Kembangkan sebuah anggaran.

Banyak tenaga penjual hanya mengutip harga untuk prospek mereka tanpa pernah memiliki percakapan yang baik tentang keuangan. Pendekatan ini akan memakan biaya Anda jutaan, bahkan mungkin miliaran rupiah dalam penjualan yang gagal. Mulai sekarang, bantu calon pelanggan dalam mengembangkan anggaran untuk memecahkan tantangan mereka dan mencapai tujuan mereka. Hal itu tidak harus berada dalam angka yang tepat. Sebuah kisaran akan sangat membantu. Hal ini juga akan membantu Anda menentukan apakah seseorang memenuhi syarat atau tidak untuk layanan atau produk Anda sebelum Anda hadir dengan solusi Anda.

5 . Pahami proses pengambilan keputusan mereka.

Banyak pengusaha dan penjual merasa terjebak ketika pelanggan potensial mengatakan bahwa mereka perlu “membicarakannya dengan komite” sebelum melakukan apa pun. Dalam kebanyakan kasus, penjual tidak tahu bahwa komite bahkan terlibat dalam pengambilan keputusan. Nah, Siapa yang salah ? para penjual jarang bertanya seperti apa proses pengambilan keputusan seorang prospek – mereka harus menanyakannya. Berikut ini adalah dua contoh pertanyaan yang baik untuk ditanyakan : “Bagaimana... biasanya membuat keputusan seperti ini ?”, “Siapa lagi yang terlibat dalam keputusan ini? “.

6 . Pastikan mereka berkomitmen pada tujuan mereka.

Sebelum Anda sampai ke presentasi dari produk atau jasa Anda, tentunya Anda ingin memastikan bahwa calon pelanggan Anda berkomitmen untuk memecahkan tantangan dan mencapai tujuannya. Jika mereka bilang... tidak, Anda hanya akan membuang-buang waktu Anda dengan menghadirkan solusi. Waktu Anda akan lebih baik dihabiskan dengan prospek lain yang berkomitmen untuk memecahkan tantangan mereka dan mencapai tujuan mereka. Sebelum Anda menyajikan solusi Anda, tanyakan, “Bagaimana komitmen Anda untuk benar-benar memecahkan tantangan ini sekarang ?”

7 . Jaga agar tetap singkat.

Kebanyakan tenaga penjual menghabiskan sebagian besar pertemuan penjualan mereka pada presentasi. Itulah sebabnya mengapa mereka melakukan pembicaraan di awal. Daripada menghabiskan sebagian besar waktu Anda untuk presentasi, lebih baik habiskan sebagian besar waktu Anda untuk melakukan langkah satu sampai enam diatas. Pahami situasi prospek dan bantu mereka mengambil keputusan untuk mendapatkan solusi. Kemudian berikan presentasi berdasarkan pada pemecahan tantangan dan pencapaian tujuannya. Jangan menyajikan apa-apa lagi. Prospek tidak peduli tentang setiap fitur dan manfaat produk atau layanan Anda. Dia hanya peduli tentang pencapaian tujuannya. Ingat: Jaga agar tetap singkat.

Menempatkan semua ide-ide ini dalam praktek mengharuskan Anda benar-benar sedikit berbicara. Seorang tenaga penjual yang besar dan profesional akan berbicara tidak lebih dari 20 persen dari waktu mereka dalam situasi menjual. Tutup mulut Anda sedikit dan Anda mungkin akan menemukan banyak closing sebagai hasilnya. *(sumber: kerjayuk.com)*