

MENADŽMENT PRODAJE

Koraci maloprodaje

Postoje tri vrste kupaca:

- Kupci koji znaju da će kupiti
- Kupci koji znaju da neće kupiti
- Kupci koji nisu sigurni šta da učine

Ovde važi pravilo 20/20/60. Šta to znači?

- 20 % Kupaca kupiće bez obzira šta vi učinili
- 20 % Kupaca neće kupiti bez obzira šta vi učinili
- **60% Kupaca kupiće isključivo u zavisnosti od toga šta vi učinite**

Pravilno ponašanje u prodaji počinje ostvarenjem najboljeg mogućeg prvog utiska na kupca.

To se postiže pre svega time:

- (1) kako izgledate,
- (2) šta radite
- (3) šta kažete,
- (4) šta mislite.

KAKO IZGLEDATE?

Ovde je važno kako ste odeveni, kako negovano izgledate, i kako delujete kao ličnost.

Većina velikih maloprodajnih lanaca odavno je uvela neku vrstu uniforme za prodavce ili bar propisani kod oblačenja.

Osnovno pravilo u oblačenju je prilagoditi se kupcima. Ako prodajete majice nećete obući odelo i kravatu, ili ako prodajete finansijske usluge nećete obući majicu. Ustvari postoji preporuka da se uvek treba obući malo bolje od kupaca. Ako osete da ste manje formalno obučeni od njih, kupci mogu pomisliti da ih omalovažavate, ako preterate pomisliće da smatrate da ste iznad njih.

U svakom slučaju najvažnije je imati pravu meru.

KAKO IZGLEDATE?



KAKO IZGLEDATE?

Važan element efektnog izgleda prodavca je njegova ličnost, odnosno stav koji će u prvom trenutku pokazati.

Uspešna prodaja je retko rezultat dobre priče, gde ste vi svojom rečitošću ubedili kupca da kupi. Najčešće to je rezultat vašeg ličnog pozitivnog stava prema prodaji i kupcu.

Ne morate reći ni reč, ali ako ste se kupcu od srca osmehnuli, od toga nema boljeg prvog kontakta.

ŠTA RADITE?

Najbolje je da kao prodavac izgledate fokusirani i zauzeti. Jednostavno izgledajte kao da radite svoj posao profesionalno.

Kupci će najlakše ući ako na njih ne obraćate pažnju (da tako samo izgleda). Ako stojite na ulazu radnje i zurite u prolaznike malo je verovatno da će iko ući. Opet ne smete ih ni ignorisati. Ako prodavci glasno pričaju između sebe ili telefoniraju, to je takođe loš znak za kupca.

Kad prilazite kupcima, ispravite se, pogledajte ih u oči i nasmejte se pre nego što progovorite.

Izbegavajte da držite ruke u džepovima, da ih držite na leđima, ili prekrštene na grudima.

ŠTA KAŽETE?

Čak i krajnje simpatičan, negovani i besprekorno odeveni prodavac može upropastiti sve šanse za prodaju jednom jedinom pogrešnom reči.

Prve reči koje progovorite kupcu daleko su važnije od svih kasnijih. Postoje mnoge protivrečne preporuke o tome šta reći kupcu kad uđe u radnju. Najčešće ćete doživeti da vam prodavac priđe i kaže: “Mogu li da vam pomognem?

Zašto pitati kupca nešto što se podrazumeva da je osnovna dužnost prodavca, da pomogne kupcu?

Sam Walton, osnivač najveće Svetske maloprodajne mreže Wal-Mart bio je prvi maloprodajni lanac koji je uveo kao obavezu svojih prodavaca da pozdrave kupca kad uđe u radnju. A njihov pozdrav je: **“Dobar dan, dobrodošli u Wal-Mart.”** Zavisno od situacije i vrste prodavnice često je dovoljno samo reći Dobar dan, ali naravno uz iskreni osmeh.

KORACI ODNOSA SA KUPCEM

Postoje razne preporuke kako se ponašati u prvom kontaktu sa kupcem. Preporuke autora Ron Martina su:

1. Dajte im vremena
2. Uspostavite kontakt očima
3. Obavezno osmeh
4. Progovorite kad treba
5. Ućutite kad treba
6. Pažljivo posmatrajte
7. Reflektujte ponašanje kupca

ŠTA MISLITE?

Ako ste mrzovoljni i neraspoloženi, ako vam je muka da gledate kupce kako ulaze, nema tog prodajnog znanja i iskustva koje će omogućiti prodaju. Ovo je posebno važno za vlasnike i menadžere maloprodajnih kompanija. Nema tog treninga, pa i menadžmenta prodaje koji će pomoći da vaši prodavci budu uspešni ako nisu duboko motivisani da vole svoj posao, odnosno da vole kupce i prodaju. Kako da se osećate i šta da mislite? Najbolja preporuka je da zamislite kako su kupci dragi gosti koji su vam upravo došli u kuću da ih ugostite. Budite samo prirodno gostoljubivi domaćin koji je presretan da ugosti svoje dobre prijatelje.

TEHNIKE DIREKTNE PRODAJE

Uspešna prodaja zavisi od sposobnosti prodavca:

- ◉ Da privuče pažnju kupca
- ◉ Otkrije želje, probleme i stavove kupca
- ◉ Uveri potencijalnog kupca da posmatrani proizvod ili usluga zadovoljava neku njegovu želju
- ◉ Da prevaziđe prepreke u prodajnom razgovoru
- ◉ Pita kupca da kupi

PRIPREMA ZA PRODAJNE RAZGOVORE

- ⦿ Postoji velika razlika između prodaje i pomaganja ljudima da donesu odluku o kupovini
- ⦿ Ljudi vole da kupuju ali ne vole da im se prodaje
- ⦿ Ljudi ne kupuju proizvode već rešenja za postojeći problem

SASTAVNI DEO PRODAJNOG RAZGOVORA

- ◉ Otvaranje
- ◉ Centralni deo
- ◉ Zaključivanje
- ◉ Postprodajna usluga

OTVARANJE

- ◉ Topao osmeh
- ◉ Glas siguran i ljubazan
- ◉ Odelo u skladu sa profesijom

Saveti za prvi utisak:

- ◉ Hod sa samopouzdanjem
- ◉ Čvrst stisak ruke
- ◉ Dobar kontakt očima
- ◉ Blagi naklon napred, klimanje glavom-znak da pratite

„Nikada nećete dobiti drugu šansu za prvi utisak“

NEVERBALNI ZNACI KADA JE KUPAC SPREMAN DA KUPI

- ◉ Opušta se, naročito ako otvara šake
- ◉ Naginje se prema vama
- ◉ Poprima prijatniji izraz lica
- ◉ Klima glavom
- ◉ Vraća prekrštene noge u normalan položaj

STATISTIKA

- ◉ 2/3 svih dobrih razgovora se završava bez prodaje
- ◉ 44% prodavaca odustane posle prvog NE
- ◉ 22% prodavaca odustane posle drugog NE
- ◉ 14% prodavaca odustane posle trećeg NE
- ◉ 12% prodavaca odustane posle četvrtog NE

„92% ODUSTANE“

STATISTIKA

- ◉ 8% prodavaca prodaje posle četvrtog NE
- ◉ 60% SVIH KUPACA VIŠE OD 4 PUTA KAŽE NE!

NAJČEŠĆE GREŠKE U MALOPRODAJI

- ◉ Neodgovarajući nastup
- ◉ Preterivanje
- ◉ Taktika pritiskanja
- ◉ Nepažnja
- ◉ Uznemiravanje
- ◉ Prelaženje preko kupčeve glave
- ◉ Nepouzdanost
- ◉ Previše informacija
- ◉ Arogancija

ZADATAK ZA STUDENTE

Dati primer za sledeće greške u maloprodaji:

- ⊙ Preterivanje
- ⊙ Taktika pritiskanja
- ⊙ Nepažnja
- ⊙ Previše informacija
- ⊙ Arogancija