

Tehnike prodaje: osjećaj hitnosti

Jeste li umorni od izgovora vaših kupaca dok im nudite proizvode ili usluge za koje znate da će im koristiti? Tražite li tehnike koje će potaknuti kupce na poduzimanje akcije?

Govore li vam potencijalni kupci nešto poput ovoga: "Razmislit ću i javit ću vam se?" "Trebam porazgovarati sa suprugom." "Nazovite me slijedeći tjedan pa ćemo dogovoriti sastanak."

Ako redovito čujete ove i slične odgovore od vaših potencijalnih kupaca, na vama je da kreirate **osjećaj hitnosti** i potaknete vaše kupce da požele sada ono što imate, ono što im nudite!

Prvi korak navođenja ljudi da poduzmu trenutnu akciju je da vide vaš proizvod ili uslugu kao nešto što je jako traženo ili je u ograničenim količinama. Ljudi žele ono što je "vruće" i žele to odmah i sada.

Psiholozi su dokazali kako ljudi vide više vrijednosti u stvarima do kojih im je teže doći. Ukoliko vam netko kaže kako ne možete imati nešto, poželjet ćete to još više.

Televizijske reklame vam govore da ukoliko nazovete odmah sada dat će vam još jedan taj proizvod besplatno ili će spustiti cijenu za 100 ili 200 kuna. Vrlo smišljeno koriste vremenska ograničenja ili vam govore kako je ostalo još toliko i toliko proizvoda po toj sniženoj cijeni. Pravi marketinski stručnjaci znaju kako kreirati osjećaj hitnosti.

Jeste li primijetili kad ste već pomalo očajni u traženju novih kupaca da vam se stav mijenja i da biste učinili sve kako biste dobili novog kupca? Dajete obećanja koja inače ne biste dali, praktično ste na koljenima moleći kupce da posluju s vama. Vi to možete osjetiti, ali isto tako i vaši kupci to osjećaju. Vide pogled u vašim očima i čuju ton u vašem glasu koji im govori da ste očajni i tada će učiniti sve da vas se čim prije riješe.

Ljudi shvaćaju da kad ste očajni za novim kupcima kako niste dobri za njih i da niste općenito poslovno dobri, jer da jeste bili biste traženi i postojala bi velika potražnja za vama. Ljudi žele poslovati s uspješnim ljudima, a ne s bilo kime, pogotovo ne s nekime tko ne cijeni sebe dovoljno da bi uspostavio ravnopravan poslovni odnos.

Kako onda tu tehniku sprovesti u djelo i kako kreirati osjećaj hitnosti?

Prva stvar - **ne budite toliko na raspolaganju**. Učinite težim da ljudi dođu do sastanka s vama. Ono što želim reći je da ne kažete kupcima kako se možete naći s njima bilo kojeg dana u tjednu. Umjesto toga koristite tehnike pregovaranja govoreći primjerice kako ste jako zaposleni ovaj tjedan, ali ste u mogućnosti ubaciti ih u vaš prenatrpan raspored.

Dajte im krajnji rok. Ukoliko kupci misle kako imaju neograničeno vrijeme za donošenje odluke vezano za kupnju vašeg proizvoda ili usluge, odugovlačit će i odgađati donošenje te odluke. Postavite krajnji rok za vašu ponudu, vremenski ga ograničite („Ovu

cijenu mogu garantirati još samo do prvog u mjesecu”, ili “Za sve naručeno do kraja mjeseca dajemo poseban popust od 20%”, ili npr.”Ukoliko platite do kraja tjedna garantiramo isporuku slijedeći tjedan, a za sve kasnije narudžbe isporuka je u roku od 30 ili 60 dana”) i držite se toga.

Budite selektivni s kime poslujete. Postavite standarde za vrstu klijenata s kojim ste spremni surađivati. Ostavite dojam kako ste zaposleni i zauzeti i da ne poslujete s bilo kime. Neki ljudi će promijeniti njihov način rada kako bi se prilagodili vašim standardima, sve u cilju kako bi imali priliku poslovati s vama. (Sjećate se da je dokazano kako ljudi žele poslovati s uspješnim ljudima?)

Koristite tehniku “oduzimanja prodaje”. Ono što ovdje želim reći je da kažete potencijalnim kupcima nešto poput ovoga: “Nisam siguran da je naš proizvod odgovarajući za vas”. Ili: ”Naša usluga nije odgovarajuća za vaše poduzeće.” Upamtite, ljudi žele ono što ne mogu imati. Oduzimajući od njih, kupci će početi tražiti razloge zašto bi kupili sada, a ne jednog dana u budućnosti, a to potiče donošenje odluke s njihove strane.

Kreiranje osjećaja hitnosti je dobitna kombinacija i za vas i za vašeg potencijalnog kupca. Kupcu pomaže tako da donosi odluku za kupnju nečeg što je ionako želio, a za vas kao prodavača dobit je u tome da ćete prodavati više i ujedno ćete početi osjećati kako postižete nešto u vašem poslu time što potičete ljude da donose odluke koje su u njihovu korist, a ne da beskonačno odugovlače pri kupnji proizvoda ili usluge koje trebaju ili žele.

Tehnika osjećaja hitnosti odvaja prave kupce, one koji će kupiti uskoro, od onih ljudi koji samo gube vaše vrijeme i koji neće nikad donijeti nikakvu odluku. Na vama je da odlučite s kojom skupinom ljudi želite surađivati. Tehnika osjećaja hitnosti je odlična kako bi počeli cijeniti vaše vrijeme provedeno na telefonu ili na sastancima i kako bi odvojili žito od kukolja, tj. kupce koji kupuju od onih koji nikad neće ništa odlučiti.

Želite li konstantno kontaktirati uvijek iste ljude i vrtiti se u krug ili želite prodavati ljudima koji će donijeti odluku o kupnji? Pravi profesionalac u prodaji zna kojim putem želi ići – poslovati s ljudima koji donose prave odluke.

Izvor: www.kakoprodavati.com
