

5 najgłupszych zwrotów w ustach sprzedawcy

Dobry handlowiec to skarb dla firmy i choć błędy każdemu się zdarzają, to pewnych wybaczyć nie można. Jeśli sprzedajesz lub zatrudniasz handlowców zwracasz zapewne ponad przeciętną uwagę na to co słyszysz od innych i często nie wierzysz własnym uszom. Dziś klasyczne TOP5 zwrotów, które nigdy nie zaprowadzą Cię do udanej sprzedaży.

"To nie mój dział"

Jeśli Twój obecny lub potencjalny klient zgłasza zastrzeżenia do Twojej firmy, to nie możesz schować głowy w piasek. Jeśli sprawa dotyczy przeszłych zdarzeń, warto wyrazić ubolewanie. Jeśli jednak temat dotyczy wydarzeń bieżących, reaguj, zaoferuj pomoc i zaangażuj się, by zyskać przychylność klienta.

"To jest dla Pana za drogie"

Nigdy nie obrażaj klienta, a powyższy sąd wartościujący to nic innego jak obraza w czystej postaci. Po pierwsze pozory mylą i możesz się zdziwić. Po drugie każdy człowiek może być ambasadorem Twojej firmy i oferty. Nawet jeżeli jego nie stać, to ma wśród swoich znajomych i bliskich ludzi, których stać na wiele. Na poparcie moich słów każdy handlowiec jest w stanie przytoczyć historię, gdy sprzedaż, która pozornie nie miała szans na finalizację dokonała się z wielkim sukcesem.

"Może mi Pan zaufać"

Na zaufanie to trzeba sobie zapracować, a takie głodne kawałki mogą co najwyżej wkurzyć klienta. Szczególnie jeśli ma za sobą trudne doświadczenia z handlowcami. Przecież na starcie wszyscy byli wiarygodni i mówili to samo. W rezultacie stawiasz się na takiej samej pozycji, jak ci którzy zawiedli. Dodatkowo dodaj do tego liczne przypadki oszustów i naciągaczy. To się nie może udać. Twoja jedyna szansa, to zdobyć zaufanie w boju. A brak zaufania na starcie przełamuj pokazując konkretną ofertę, liczby oraz referencje od ludzi, którzy już są Twoimi klientami.

"Ja tego nie używam"

To oczywiste, że nie jesteś w stanie używać na co dzień całej oferty swojej firmy, chyba że jest stosunkowo wąska. Niezależnie jednak od swoich prywatnych upodobań jak możesz sprzedawać efektywnie produkt, którego nie znasz. Skoro Ty tego nie używasz, to dlaczego ja miałbym używać? Obiektywnie oceniając każdy handlowiec powinien znać swoją ofertę i mieć doświadczenie poparte chociaż testowaniem swojej oferty. Na koniec wreszcie powinien ostrożniej dobierać słowa.

"Taka jest polityka firmy"

Bardzo ryzykowne stwierdzenie. Po pierwsze słowo polityka już na starcie nie najlepiej się w Polsce kojarzy. Po drugie stwierdzenie to jednoznacznie wskazuje, że klient nie stanowi dla firmy wartości. Określenie "polityki firmy" można oczywiście zmiękczać wskazując na przyczyny tych czy innych działań firmy. Jednak nie zastąpi to starań, by najzwyczajniej na świecie spełnić oczekiwania klienta. W gruncie rzeczy polityka firmy, która stoi wbrew

oczekiwaniom klientów jest zła i szkodliwa, a zatem zmieniaj i optymalizuj, tym samym zyskując nowych klientów.