

Miért nincs önbizalmad, ha a saját cuccod árulod?

2009-ben, amikor elkezdtem a saját szolgáltatásom árulni, olyan új helyzettel szembesültem, amelyre nem készített fel az addigi értékesítői képzésem. Addig olyan termékeket és szolgáltatásokat forgalmaztam, amelyeket valaki más fejlesztett és ott nem voltak ezzel kapcsolatban problémáim.

Ha más cuccát árulod, akkor legalább a termék adott. Persze bosszantó lehet, hogy az ügyfelek nem ezt akarják, hanem azt, kellene egy új funkció és egyébként is túl drága. De ezzel nem neked kell foglalkoznod. A cég dönti el, hogy változtat-e valamit a terméken vagy nem.

Amikor a sajátot értékesíted, akkor te vagy a termékfejlesztő is egyben és ebből a szempontból ez nem szerencsés - így meg fogod kapni a nemvevők visszajelzéseit. Azok a nemvevők, akik nem vásárolnak tőled, de a véleményüket szívesen megosztják és azt is, hogy mit kellene még tudnia a cuccodnak.

Ehhez kapcsolódik még a bizonytalanságod, főleg kezdőként, mert teljesen természetes, hogy bizonytalan vagy abban, jó-e a termék, kell-e a piacon és mit igényelnek a vevők? Ezért ki is vagy éhezve a visszajelzésekre.

Ezért önmagában nem az a baj, hogy visszajelzést kérsz az emberektől, hanem az, ahogyan kezeled.

A legtöbb ember nem tud visszajelzést adni és át sem gondolják igazán azt, amit mondanak. Ezért olyan nagy érték a jó visszajelzés. (Lásd e tréning harmadik leckéjét). Hanem a kedvük szerint mondanak valamit, amit igazán meg sem tudnak indokolni.

Például: ez drága! Ebben csak az nincsen benne, hogy neki drága, mert nincsen pénze? Vagy töviről hegyire ismeri a piacot és ezért gondolja, hogy drága? Ezt nem is fogja elmondani, és ha rákérdezel, akkor a legtöbb ember azt még kipréseli magából, hogy "Így érzem", de nem tudja megindokolni.

Ha valamit hiányol belőle, akkor meg azt kell eldöntened, hogy ez csak az ő személyes igénye vagy a piac nagy része azt igényli?

Amikor mindenkitől, akivel tárgyalasz konzekvensen visszajelzést kérsz (vagy gyűjtöd a kifogásokat), akkor csak a negatívumokat fogod hallani a cuccodról és egyre kevésbé fogsz hinni benne.

De hogyan csináld, hogy mégis szerezz visszajelzéseket, de ne rombold le velük az önbizalmadat?

Az alapja a vállalkozói gondolkodásmód. Nekem ezt volt a legnehezebb megtanulnom, mert ez pontosan szembemegy az értékesítői gondolkodásmóddal. Az a különbség a kettő között, hogy az értékesítő személyes kapcsolatokban, egy emberre szabott termékben, egy vevő igényeinek kielégítésében gondolkodik. A vállalkozó pedig piacon és piaci szegmensekben.

Ez azt jelenti, hogy ha Kovács úrnak el akarok adni valamit értékesítőként, akkor felmérem az ő igényeit és azokat próbálom meg kielégíteni. Vállalkozóként viszont nem Kovács úrnak gyártok,

hanem egy olyan ügyfélszegmensnek, amelynek összesített igényei vannak és Kovács úr is beletartozik.

Ezért, mivel összesítet az igény, Kovács úr személyes igényeit nem fedi le 100%-ban, de nem is csak neki akarok eladni.

Így értékesítőként, amikor én vagyok a vállalkozó is, elengedhetem azt az elvárásomat, hogy Kovács úrnak 100%-osan megfeleljen a cuccom.

Ha ez megvan, akkor teheted a következőket:

1. A saját cuccot eleve valamilyen célcsoportnak fejleszd ki. Vagy a piaci ismereteid alapján, vagy végezz piackutatást. Ha ezt rendesen megcsinálod, akkor biztos lehetsz abban, hogy a cuccod elég jó.
  2. Ne végezz előzetes tesztelést: ne kérdezz meg embereket arról, hogy megvenné-e és mennyiért? Nem mondanak igazat, ők sem ismerik a saját elvárásaikat. Én csináltam ilyet, végigtelefonáltam a célpiac tagjait. Tetszett nekik az ötlet, de eladás nem volt belőle.
  3. Előzetes tesztelés helyett próbáld meg eladni és a beszélgetés során derítsd ki, hogy miért vette meg vagy mi a vétel akadálya. NE fogadd el az egy szavas válaszokat, hanem tisztázó kérdésekkel menj utána, pontosan mit akar vele mondani.
  4. Válogasd ki a releváns véleményeket! Ezt úgy teheted meg, hogy a helyszínen megkérdezed az ügyféltől, hogy ha ez és ez a változás lenne, megvenné-e? Ha igent mond, kérj tőle előleget, akkor derül ki, tényleg fizetne-e érte. Ha nem, akkor csak kifogást mondott megint.
- A releváns vélemények kiválogatásának másik módja az, ha nem veszed figyelembe azokat a véleményeket, amelyek az adott személyhez kötődnek. Pl. ha nekem kerül sokba, akkor nekem nincs pénzem rá és ez nem a termék hibája.
5. Mindig kérdezd meg, mi tetszik benne! Így olyan előnyöket találhatsz, amire nem is gondoltál. Kaphatsz elismerő véleményeket és referenciákat. S ami a legfontosabb: emeli az önbizalmadat és jobban fogsz hinni a saját cuccodban!

*Írd meg nekem, mi vált be, mi történt, amikor elkezdted használni ezeket a módszereket!*

*Ha kérdésed van, azt is írd meg, válaszolni fogok!*