

# Dlaczego sprzedaż spada?

O sukcesie decyduje wszystko co robimy – styl komunikacji, ubiór, zrozumienie potrzeb i oczekiwań klienta. Sukces w sprzedaży zależy oczywiście nie tylko od produktu lub usługi, ale również od typu klienta. Są klienci, z którymi pracuje się dobrze. Są też klienci trudni. Jedni wiedzą czego chcą. Inni mają wątpliwości.



Jeśli znakomita obsługa klienta ma być twoim wyróżnikiem na rynku, co możesz zrobić, żeby poprawić lub utrzymać swoją pozycję?

Oto podstawowe błędy w sprzedaży:

- 1. Zapominanie o zadawaniu pytań.** Zbyt często mylnie zakładamy czego potrzebuje klient. Zadawanie otwartych pytań pomaga zrozumieć jego oczekiwania, potrzeby, styl życia, zainteresowania, wcześniejsze doświadczenia, wiedzę o produkcie. Dzięki tej wiedzy łatwiej nam wyobrazić sobie czego klient oczekuje. Zrozumienie potrzeb klienta pomaga nam wybrać stosowny produkt lub usługę.
- 2. Komunikacja niezgodna ze stylem komunikacji klienta.** To długi temat... Komunikowanie się z klientami zgodnie z naszym podstawowym stylem komunikacji prowadzi do utraty 75 proc. zamówień! Każdy z nas jest inny i wymaga innego stylu komunikowania się z nim. Jedni klienci wolą rozmawiać o faktach i szczegółach technicznych. Drudzy skupiają się korzyściach. Jeszcze inni lubią być zabawiani

anegdotami. Jeżeli chcesz mieć wpływ na klienta zbuduj swoją komunikację zgodnie z jego stylem komunikacji.

- 3. Przerwanie klientowi.** Każde przerywanie wypowiedzi klienta prowadzi do zerwania kontaktu, więzi, poczucia bliskości. Co więcej – kiedy przerywamy ryzykujemy utratą ważnej informacji o potrzebach klienta.
- 4. Brak koncentracji.** Jeżeli chcemy, aby klient nas polubił, obdarzył zaufaniem – bez tego trudno o wartościową relację – musimy poświęcić mu całą naszą uwagę. Prowadzenie innych rozmów telefonicznych, załatwianie innych spraw, pokazywanie znużenia może go zniechęcić i uniemożliwić wartościowy kontakt.
- 5. Brak empatii i sympatii.** Empatia to umiejętność wczuwania się w sytuację klienta, to sztuka odczytywania jego uczuć. Na przykład, kiedy klient chce wyjechać na wycieczkę i ma przykre doświadczenia z podobnych wyjazdów, musimy „wejść w jego skórę” zanim zaczniemy rozmowę o wycieczce, która go zainteresuje.
- 6. Sprzedawanie funkcji ... nie korzyści.** Nie odniesiesz sukcesu w sprzedaży jeśli nie odróżniasz korzyści od funkcji. Funkcje dotyczą ciebie i twojego produktu/usługi. Korzyści dotyczą tego, co produkt/usługa daje klientowi. Kiedy spotykasz się z klientem nie tłumacz mu co robisz. Powiedz natomiast jak to co robisz może zmienić jego życie. Ludzie nie kupują produktów dla nich samych, ale dla tego, co dzięki nim osiągają. To może być *szczęście, bezpieczeństwo, wolność, oszczędność czasu, przyjemność, zaspokojenie głodu, pragnienia, lepsza komunikacja z otoczeniem.*
- 7. Ponaglanie klienta.** Nikt nie lubi działać pod presją. Ludzie lubią kupować, ale nie lubią, kiedy im się coś sprzedaje. Sami chcą decydować nie tylko co kupują, ale także kiedy to robią. Mądra prezentacja uwzględnia potrzeby klienta i szanuje czas potrzebny do podjęcia decyzji o kupnie.
- 8. Niezrozumiała mowa ciała.** Aż 93 proc. naszej komunikacji odbywa się poza słowami. Niestety często tracimy kontakt z klientem, bo nasze ciało wysyła mu sprzeczne komunikaty. Aby tego uniknąć uśmiechaj się, trzymaj otwartą postawę ciała, nachyl się lekko ku klientowi, mów przyjaznym tonem, utrzymuj kontakt wzrokowy, kiwaj potakująco, kiedy się zgadzasz, pokazuj przychylne nastawienie, zainteresowanie i entuzjazm.
- 9. Brak aktywnego słuchania.** Wielu sprzedawców sądzi, że umiejętność sprzedaży do przede wszystkim „dobra nawijka”. Trudno o większe nieporozumienie. Najlepsi sprzedawcy to ci, którzy potrafią słuchać. Umiejętność słuchania nie tylko zwiększa grono twoich wielbicieli, ale także daje większą wiedzę i przysparza profitów. Jeśli chcesz poprawić umiejętność aktywnego słuchania:
  - mów mniej,
  - skoncentruj uwagę na kliencie,
  - nie przerywaj,
  - powtarzaj własnymi słowami to, co powiedział klient,
  - rozmawiaj w przyjemnym otoczeniu,
  - patrz na sprzedaż (produkt/usługę) oczami klienta,
  - zwracaj uwagę na komunikację niewerbalną,
  - myśl nie tylko o tym, co sam zamierzasz powiedzieć, ale przewiduj też słowa klienta,
  - niczego nie zakładaj z góry.

BOGUSŁAW FELISZEK, MIPRA  
Pressence Public Relations, [www.pressence.com.pl](http://www.pressence.com.pl)  
Fot. Hotel Four Seasons, Limassol