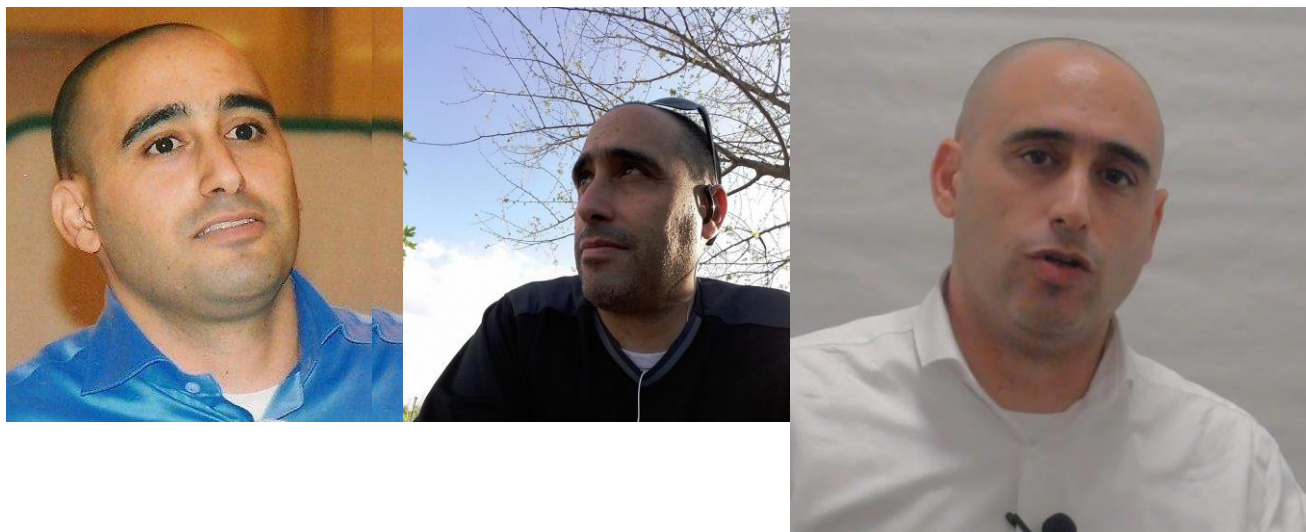


לטרורף מכירות

וובינר על קצה המזלג

מפגש 1





אסף הדר

- מנהל שותף בחברת Marketing Solutions
- מומחים בשיפור ביצועים, מלווים חברות וארגונים מעל לעשור עם רקורד והצלחה של מאות...
- גדלתי ועברתי בבלוקבאסטר, מעריב, קבוצת שטראוס, קוקה קולה, קבוצת ניסקו ...
- ניסיון במכירות שטח, פרונטלי וטלפוני
- יותר מ 22 שנים ניסיון בתחום המכירות...

על מה נדבר?

נדבר על 3 נושאים בתהליך המכירה (מתאים גם לטלפוני וגם לשטח):

1. איך להכין את עצמך לתהליך המכירה עוד לפני שניגשים לתהליך עצמו
2. שלב הראשוני בתהליך – שלב המקרב
3. שאילת שאלות (בשלב המברר)

ראשית חייבים להתייחס למצב כיום...



- ישנה מציאות חדשה שהולכת ונרקמת לנו מול הפנים
- התייחסות למצב כיום – אנשי מכירות – מכירות והיום שאחרי
- דברים ישתנו גם בקרב חברות וארגונים – אנחנו יכולים רק לשער...
- דברים ישתנו גם בקרב מי שעוסק במכירות...

עוד לפני המכירה

תודעה - גישה - אנרגיה

✓התייחסות

✓מיקוד, מכוונות

✓רמה גבוהה

✓רציפות והמשכיות

✓שילוב מנצח של השלושה יחד

אנרגיה



- אנרגיה חיובית
- גבוהה רוב הזמן
- גם לפני וגם בתוך תהליך המכירה
- Way of life
- לדעת לטפל בנפילות של אנרגיה
- הדרכים לייצר אנרגיה – כל אחד שיאמץ לעצמו...

תודעה וגישה

- שפה מחשבתית
- MODE (כולל הופעה)
- STATE OF MIND
- רצון אישי -> צורך מחייב
- רעב – להיות רעב לכסף, להיות רעב למכירות
- התמדה
- תחרותיות
- חיוביות
- חוק המספרים הגדולים
- לבוא עם סכין בין השיניים
- לעשות ולתת כל פעם 110% אחוז
- לעשות עוד ועוד ועוד
- להיות אמיתי עם עצמך

"יש רק דרך אחת למכור – להתחיל הכי חזק שלך ולאט לאט להגביר את הקצב"

שצריך למכור...



להרוויח כמה שיותר כסף. נקודה







סביבת עבודה



וברמה המקצועית עוד לפני המכירה

- להכיר את המוצר שלי – 24/7
- להכיר את תהליך המכירה שלי
- (לנסות) להכיר את הלקוחות שלי
- להכיר את המתחרים שלי - יתרונות וחסרונות
- כל חסרון של המתחרה הוא גם יתרון שלי

מקרב

- יצירת קשר ראשוני, כימיה ראשונית בסיסית, שבירת מתח, יצירת אמון ראשוני
- להכיר את עצמך טוב לפני שאתה מכיר את האחר, מה הערך המוסף שלך
- חיוך, שפת גוף
- להתאים את עצמך לצד השני? לא לחקות...
- התעניינות אמיתית, לא להיות מאולץ – להפסיק להיות פאתטי
- סמול טוק
- לשחק את המשחק – זה לא נכון
- שם פרטי
- תחומי עניין משותפים? תלוי בסוג השיחה
- אילו נושאים? דוגמאות (לעיתים לחפש בדברים הקטנים), להמנע מדת ופוליטיקה
- תהליך מקרב לעיתים דווקא מתחיל בשלב המברר שבאילת השאלות – שם האינטראקציה גבוהה יותר
- מקרב לאורך כל השיחה



מכירים את זה שכולם מדברים על איתור "צורך"?
לעיתים אין לצד השני צורך, יש לו רצון
ולעיתים אין לו רצון וגם לא צורך אבל יש לו משהו אחר...

מודל כצבח

○ כאב (לא פיזי)

○ צורך

○ בעיה

○ (חסרון)

המטרה - להפוך את הרצון שלו לצורך (שנובע לעיתים
מכאב/בעיה/חסרון)

סוגי שאלות

שאלות כלליות, שאלות מקדימות, שאלות מצב, שאלות בעיה, שאלות צורך, שאלות מודעות, שאלות "מה אם", שאלות לחץ, שאלות השוואה, שאלות עובדה, שאלות "מד חום", שאלות סגורות, שאלות הרחבה, שאלות אפקט, שאלות השראה, שאלות שליליות, שאלות שיקוף, שאלות ידע, שאלות הזדהות, שאלות רטוריות, שאלות "מהפך", שאלות השלמה, שאלות מניעות, שאלות עוצמה, שאלות מקדמות, שאלות מחשבה ועוד

מתי שואלים שאלות?

- שואלים שאלות בתחילת השיחה
- תוך כדי השיחה לקבל הסכמות
- בסיום השיחה בסגירה

שאלת שאלות

- אחד הפרמטרים החשובים ביותר בתהליך המכירה וכולנו פוסחים/מזלזלים/מוותרים עליו...
- מי ששואל את השאלות מוביל את השיחה, את תהליך המכירה שאיבת אינפורמציה – מתי ביקרתם אצל הרופא?
- שאלות מכוונות את התודעה (משמעות) בצד השני -> מייצר נכונות להיתפס כמקצוען – "אני חייב לשאול אותך מספר שאלות מקצועיות בשביל לתת לך את המענה הנכון והמדויק עבורך"
- באמצעות שאלות אתם נותנים לצד השני אפשרות לדבר, הוא נפתח, הוא מעביר ידע, משפר את ההבנה שלנו ותוך כדי הוא משפר את ההבנה שלו עצמו
- שהצד השני עונה ומתחיל לדבר הוא בעצם מתחיל למכור לעצמו
- חלק משמעותי מבירור הכצב(ח)
- להשתמש בשאלות פתוחות וסגורות

- **שאלת הזהב** : "מה חשוב לך לקבל"? – "מה חשוב לך/מה אתה מחפש/צריך"? – "מה הכי חשוב לך שאתה רוכש/משתמש ב..."
- ועוד שאלה - "מה הסיבה שפנית אלינו?"
- להפוך את החלק של שאילת שאלות לשיחה זורמת וקולחת ופחות חקירתית: השתמשו ב'**ו' החיבור**
- סיכום שלב שאילת השאלות באמצעות שאלות שיקוף
- לא לשאול סתם שאלות – לייצר **בנק שאלות** מגוון סוגי שאלות נכונות, איכותיות ומתאימות לסיטואציה וללקוח בצד השני

חד משמעית

בלי לשאול שאלות החוצה מהלקוח לא ניתן לבצע מכירה איכותית

תזכרו

- ✓ להשתמש בכמה שיותר סוגי שאלות
- ✓ לייצר בנק של שאלות – לא פחות חשוב בנק התנגודיות
- ✓ לייצר שליפות

והשאלות שאתם צריכים לשאול את עצמכם...

בתהליך המכירה ישנן ארבע שאלות שאתם חייבים לענות לעצמכם:

1. האם המוצר שלכם/שירות שלכם פותר/עונה לכאב/צורך/בעיה של הלקוח?

2. האם בכלל יש ללקוח כאב/צורך/בעיה? האם הלקוח מודע לכאב/צורך/בעיה?

3. האם הסיטואציה של הלקוח מחייבת פעולה מבחינתו? האם זה דחוף או שזה רק חשוב? (חשוב אפשר לדחות...)

4. האם הלקוח מאמין שאתם והחברה שלכם היא הבחירה הנכונה עבורו. במילים אחרות, האם הוא מאמין ובוטח בכם?

אם עניתם על אחת מהשאלות בשלילה, כנראה שלא תתבצע מכירה. אתם חייבים ארבע תשובות חיוביות!

תודה על ההקשבה ושיתוף הפעולה!



assaf@marketings.co.il

www.Marketings.co.il