

MENADŽMENT PRODAJE

Metode pretrage

NAČINI PRONALAZENJA POTENCIJALNIH KUPACA:

- 1) klubovi i udruženja
- 2) cold calling
- 3) konferencije i sajmovi
- 4) direktna pos ta
- 5) postanite stručnjak
- 6) dobijte preporuke
- 7) koristite preporuke
- 8) Napušteni kupci
- 9) klubovi za potragu kupaca
- 10) internet
- 11) Vaša veb stranica.

KLUBOVI I UDRUŽENJA

- Pronađite listu lokalnih društvenih organizacija gde ljudi idu kako bi upoznali druge.
- Odaberite ona udruženja za koja vam se čini kako nude najbolje potencijalne kupce. Idite i upoznajte ljude.
- Pristupite aktivnostima, sprijateljite se, uživajte u društvu.
- Dobijte preporuke.



COLD CALLING

- ◉ Cold calling (ili hladni pozivi) je najjednostavnija, najstarija i ipak najneuspešnija metoda od svih spomenutih.
- ◉ Temelji se na pronalaženju i razgovoru s ljudima koji nemaju ideju ko ste vi i hoće li ili neće kupiti od vas.



KONFERENCIJE I SAJMOVI

- ◉ Idite na razne konferencije i sajmove gde odlaze i vaši potencijalni kupci.
- ◉ Napravite prezentaciju pa ih impresionirajte vašim proizvodima i uslugama.
- ◉ Podelite kopije papira i drugih materijala.
- ◉ Na sajmovima razgovarajte sa što više ljudi, pa ih privucite smislenim razgovorom kako biste otkrili njihov potencijal kao kupca.
- ◉ Podelite vizitkarte i prikupite njihove.
- ◉ Ne čekajte njihov poziv.

DIREKTNA POŠTA

- ◉ Predstavite marketinške materijale koji će biti privlačni vašoj potencijalnoj publici.
- ◉ Pošaljite materijale poštom (mailom ili ih na drugi način dostavite kupcu).
- ◉ Budite sigurni kako svi pozivi i poruke idu prema specijaliziranoj lokaciji koja može odgovoriti brzo.
- ◉ Nastavite konverzaciju sa onima koji su odgovorili na direktnu poštu s pratećim pozivom (ili posetom).

POSTANITE STRUČNJAK

Postanite stručnjak u području gde potencijalni kupci imaju potrebu za stručnošću.

- ◉ objavite zanimljiv članak u stručnom časopisu
- ◉ napišite knjigu o temi
- ◉ držite govor na tematskoj konferenciji
- ◉ otvorite web stranicu koja je usko vezana za temu
- ◉ započnite blog o temi
- ◉ razglasite vašu stručnost na vizitkarti

PREPORUKE

- ◉ Najvažnija stvar koju možete imati kad pristupate novim ljudima je preporuka njihovih kolega, prijatelja i drugih osoba koje poštuju.

NAKON ODBIJANJA

Nakon što ste odbijeni ili niste sklopili posao, zatražite preporuku.
Zašto bi vam neko ko vas je upravo odbio dao preporuku?
Odgovor bi bio zato da se iskupe jer su vas odbili.

NAKON PRODAJE

- Nakon što su ljudi kupili od vas, spremniji su vam pomoći.

NAPUŠTENI KUPCI

- Napušteni kupci su oni koji su prošli kroz ciklus prodaje, ali su zbog nekih razloga napušteni. Ovo se može desiti kad su drugi prodavci u vašem preduzeću prenatrpani, odu na godišnji odmor ili napuste preduzeće. Uletite kako biste popunili rupu i osigurajte kontinuitet usluge, a nagrada će doći.
- Možete pronaći te napuštene kupce i na sajmovima i konferencijama.

KLUBOVI ZA TRAŽENJE KUPACA

- Sarađujte s ostalim prodavcima kako biste podelili teret potrage.

INTERNET

- ◉ Blogovi i web stranice. Tamo postoji mnogo informacija o upravi i kontakt-osobama
- ◉ Vaša veb stranica
- ◉ **Možete koristiti veb stranicu kao alat za pronalaženje novih kupaca...**
- ◉ Napravite stranicu atraktivnom i jednostavnom za korišćenje
- ◉ Stavite ceo proizvodni katalog online.
- ◉ Osigurajte da je kontakt link na svakoj stranici.
- ◉ Napravite jednostavnu formu za sve upite i vodite ih kroz proizvode.
- ◉ Dodajte link "nazovite nas", gde mogu upisati broj telefona i Vi ćete njih nazvati, u kratkom roku.
- ◉ Koristite cookies na stranici kako biste pratili osobu i nudili joj prilagođene informacije.
- ◉ Koristite analitičke programe koji će vam dati detaljniju analizu aktivnosti posetioca na vašoj veb stranici.

COLD CALLING

- ◉ Prodaja je proces u kome koristimo različite metode komunikacije kako bi postigli naš cilj: prodaju i kontinuiran odnos s kupcem.
- ◉ Prodaja uživo ili licem u lice je najučinkovitiji način prodaje jer smo u stanju da koristimo sve metode komunikacije; na telefonu nemamo vizualni element.
- ◉ Prodaja licem u lice je ubedljivo najskuplji način prodaje.
- ◉ Oko 5%-30% sastanaka licem u lice se troši na posao, a 70%- 95% na razgovor o nevažnim stvarima. Preokrenite ove brojeve u telefonskom razgovoru.

COLD CALLING

- ◉ **Većina prodavaca koji prodaju uživo bi mogli povećati svoju prodaju sa smanjenjem broja sastanaka licem u lice i povećanjem broja telefonskih poziva i poboljšanjem samog kvaliteta razgovora, kako bi pomakli proces prodaje bliže krajnjem cilju putem telefona, tako da kad se nađu s nekim su sigurni kako je druga osoba zainteresovana, ima moć odlučivanja, sredstva i potrebu.**
- ◉ **Veliki broj potencijalnih kupaca ne želi da vidi prodavca jer im oduzima previše vremena da dođe do same teme razgovora.**
- ◉ **Neki potencijalni kupci žele ponekad da vide prodavca (ali ne tako velik broj njih, koliko to prodavci misle)**

COLD CALLING

- ◉ Na svakog prodavca koji tvrdi kako se ne može prodavati proizvod ili usluga pute telefona postoji već neko ko to uspešno radi. Tipično ovo izjavljuju osobe koje nemaju puno poverenja u vlastite veštine komunikacije.
- ◉ Internet je najbolja stvar koja se mogla desiti bilo kom prodavcu koji koristi telefon u prodaji.
- ◉ Primer: kad kupac pokušava odugovlačiti izgovorom: “Pošaljite mi nešto” imate brz odgovor: Može a koja vam je mail adresa?

ZAŠTO TELEFON U PRODAJI?

- ◉ Dopirete do najvećeg broja ljudi za najkraće vrijeme.
- ◉ Pomaže vam (kroz dogovaranje sastanka kvalifikovati kupce koji žele i koji su spremni za sastanak.
- ◉ Smanjuje gubljenje vremena i zavisnost od dobre volje kupca, jer dogovarate tačno vreme sastanka.
- ◉ Organizuje vaše vreme, raspored i obaveze tako da povećava vaš učinak i vreme posvećeno prodaji u radnom danu.
- ◉ Pomaže prodavcu da bude najbolji jer se oseća dobrodošlim i jednakim kupcu (jer je pozvan a nije samo banuo)..

ŠTA KORISTITE ZA OTVARANJE RAZGOVORA?

- ◉ “Samo da vidim kako ste, da li je sve u redu...”
- ◉ “ Zovem da vidim ima li nešto što vam treba...”
- ◉ “Zovem da vidim jeste li dobili katalog/brošuru/cenovnik koji sam vam poslao?”
- ◉ “ Želim vam predstaviti moje preduzeće i proizvode...”
- ◉ “ Želim da dogovorim sastanak s vama...”