

Sample Chris





Üdvözljük!

Kedves Chris,

Ez a Lumina Értékesítő Portré azért készült, hogy visszajelzést tudjon adni arról, hogyan birkózik meg az alapvető értékesítési folyamatokkal. Ezen felül pedig támogatást nyújt ahhoz, hogy felismerje erősségeit, valamint megmutatja azokat a módszereket, amelyek segítségével ezeket tovább is tudja fejleszteni.

A hat fő értékesítési szakasz szoros összefüggésben van a sikeres üzletkötéssel és ügyfélkapcsolatokkal. Mindenkinek megvan a saját módszere, ahogyan megközelíti és tökélyre fejleszti ezeket a lépéseket. A portré egy másik szempontból fogja górcső alá venni saját stílusát.

Stewart Desson
CEO Lumina Learning

Tartalomjegyzék

Szójegyzék	05
Az Értékesítési Ciklus 6 szakasza	06
A Vételi Ciklus 6 szakasza az Értékesítési Ciklusra vetítve	07
Az Értékesítési Ciklus 6 szakasza és 24 lépése	08
Az ön 24 Értékesítési Jellemvonásának felfedezése	09
Az ön 24 Értékesítési Jellemvonása az értékesítési mandalán	10
24 Túlterhelt Értékesítési Jellemvonása az értékesítési mandalán	11
24 Értékesítési Jellemvonása - Az értékesítési ciklus 6 szakaszához rendelve	12
24 Túlterhelt Értékesítési Jellemvonása - Az értékesítési ciklus 6 szakaszához rendelve	13
Értékesítési Jellemvonások	14
Túlterhelt Értékesítési Jellemvonások	15
Kutatás és a piaci ismeretek megszerzése	16
Kutatás és a piaci ismeretek megszerzése - Túlterhelt	18
Ügyfelek értékelése és kapcsolatfelvétel	20
Ügyfelek felkutatása és megszerzése - Túlterhelt	22
Szükségletek megértése	24
Szükségletek megértése - Túlterhelt	26
Megoldási javaslatok	28
Megoldási javaslatok - Túlterhelt	30
Elkötelezettség megszerzése	32
Elkötelezettség megszerzése - Túlterhelt	34
Ügyfél támogatása; Ügyfél fejlesztése	36
Ügyfél támogatása; Ügyfél fejlesztése - Túlterhelt	38

Szójegyzék

Ennek a résznek az a célja, hogy ismertessen néhány olyan fogalmat, amelyek a Lumina Értékesítő Portréban találhatóak. Rengeteg munkát fektettünk bele, hogy az itt található információkat olyan formába rendezzük, amelyet könnyű olvasni és értelmezni. Ennek ellenére úgy véljük, hogy néhány támogató jellegű meghatározás még inkább érthetővé teszi a portréban foglaltakat.

Az Értékesítés 6 Szakasza

A hat szakasz együttesen alakítja ki a Lumina értékesítési ciklust. Mindegyik szakaszban négy lépés található, amelyek a hatékony eredmény elérésére javasolnak módszereket.

A 24 Értékesítési Jellemvonás

Ezek a jellemvonások az ön saját, személyes tulajdonságain alapulnak és természetes értékesítési stílusát tükrözik.

Erősségek

Azok a jellemvonások, amelyek támogatják önt az értékesítés során

Valószínű hiányosságok

Azok a jellemvonások, amelyek gátolhatják az előrehaladásban az értékesítési folyamat során. Ezek azonban fejleszthetők annak érdekében, hogy a jövőben hatékonyabban tudja a napi gyakorlatban használni.

Túlterhelt

Jellemvonások, amelyek túljátszottak olyan mértékig, amely már negatív hatással van az értékesítésre. Ezek visszafoghatók, hogy ellenőrzés alatt tudja tartani hatásukat.

Természetes

Természetes képesség az adott területen

Nem természetes

Ezekre a területekre több energiát kell fordítani, hogy hasznosíthatók legyenek.

Hajlamos túlterhelni

Olyan mértékben, amely már tendenciózus az adott területen

Nem hajlamos túlterhelni

Kevésbé jellemző, hogy túlzásba viszi ezt a területet.

Ha bizonytalan a Lumina Értékesítési Portréban található információk értelmezésével kapcsolatban, kérem vegye fel a kapcsolatot Lumina Learning Szakértőjével.

Az Értékesítési Ciklus 6 szakasza

Kutatás és a piaci ismeretek megszerzése

Hatékony Jellemvonások
Megszokottól eltérő gondolkodás
Konkurencia megértése
Adatgyűjtés
Fejlődő kutatás



Túlterhelt Jellemvonások
Hiányos kutatás
"Én tudom a legjobban" kutatás
Analízis "bénulás"
Fegyelmezetlen kutakodás

Ügyfelek értékelése és kapcsolatfelvétel

Hatékony Jellemvonások
Aktív kapcsolatépítés
Céltudatos meggyőzés
Módszeres feltérképezés
Empatikus kapcsolat kialakítás



Túlterhelt Jellemvonások
Rendszertelen kapcsolatépítés
Rámenősség / Nyers modor
Folyamatvezérelt
Túl sokat kínál

Szükségletek megértése

Hatékony Jellemvonások
Gondolatok ösztönzése
Észszerű érvelés
Józan értékelés
Körültekintő megértés



Túlterhelt Jellemvonások
Túlcsorduló kreativitás
Kritikus
Tartózkodó
Passzív

Megoldási javaslatok

Hatékony Jellemvonások
Lelkesítés
Meggyőzés
Részletes ajánlat
Közös alkotás



Túlterhelt Jellemvonások
Túlterhelő
Nyomásgyakorló
Részletekben elvesző
Túlzott alkalmazkodás

Elkötelezettség megszerzése

Hatékony Jellemvonások
Ösztönös zárás
Határozott zárás
Megfelelő gondosság
Együttműködő zárás



Túlterhelt Jellemvonások
Kaotikus zárás
Erőltetett zárás
Feltételes zárás
Engedékeny zárás

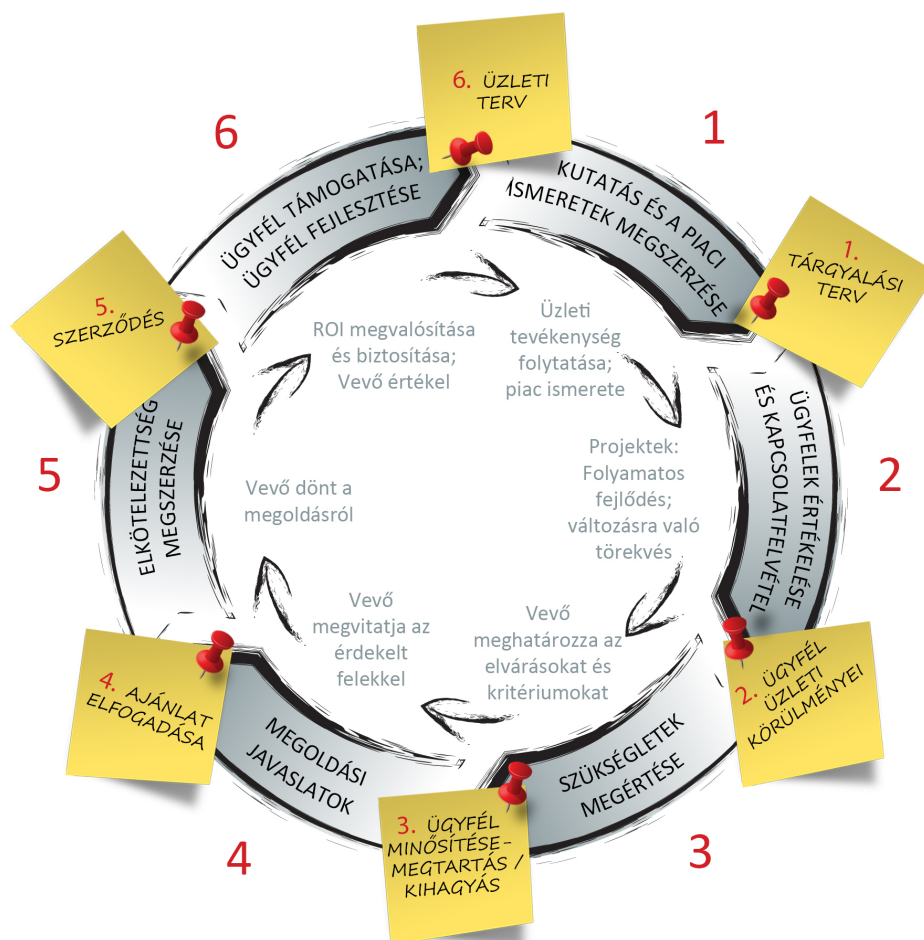
Ügyfél támogatása; Ügyfél fejlesztése

Hatékony Jellemvonások
Ösztönző kapcsolat
Motiváció a végrehajtáshoz
Precíz végrehajtás
Alkalmazkodó szolgáltatás



Túlterhelt Jellemvonások
Szeszélyes végrehajtás
Személytelen megvalósítás
Bürokratikus kivitelezés
Engedékeny teljesítés

A Vételi Ciklus 6 szakasza az Értékesítési Ciklusra vetítve



SZÜRKE SZEGÉLY Az értékesítési ciklus 6 szakasza

BELSŐ HAT RÉSZ Ennek megfelelő vételi ciklus 6 szakasza

POST-ITek 6 kulcs végkifejlet - az értékesítési ciklus mindegyik szakaszához egy

Az Értékesítési Ciklus 6 szakasza és 24 lépése



Kutatás és a piaci ismeretek megszerzése

Piac és konkurencia ismerete

Kulcs ügyfelek azonosítása

Nyitó stratégia kialakítása

Tárgyalási terv felépítése



Ügyfelek értékelése és kapcsolatfelvétel

Döntéshozók elérése / érdeklődésük felkeltése

Feltételezett értékek meghatározása

Céltudatos érvelés az üzleti lehetőségek kialakításakor

Üzleti lehetőségek átbeszélése az ügyféllel



Szükségletek megértése

Ügyfél minősítése - megtartás / kihagyást

Az ügyfél döntéshozatali folyamatainak / vásárlási kritériumainak megértése

Működik? Nem működik? Az üzletkötés valószínűségének értékelése

Belső tevékenység - megoldás kialakításához szükséges támogatás biztosítása



Megoldási javaslatok

Közös, ügyfélközpontú megoldás létrehozása - az egyezség kialakítása

"Ismerd ellenséged és ismerd magad" - a konkurencia kiiktatása

Az ajánlat első prezentációja az ügyfél részére

Belső tevékenység - az ajánlat elkészítéséhez szükséges támogatás biztosítása



Elkötelezettség megszerzése

Legjobb és végleges ajánlat rögzítése

Az ajánlat végső prezentációja az ügyfél részére

Tárgyalás az ügyféllel

Megfelelő körülmétekintés / szerződés aláírása



Ügyfél támogatása; Ügyfél fejlesztése

Átváltás a sikeres értékesítésből a szolgáltatásba

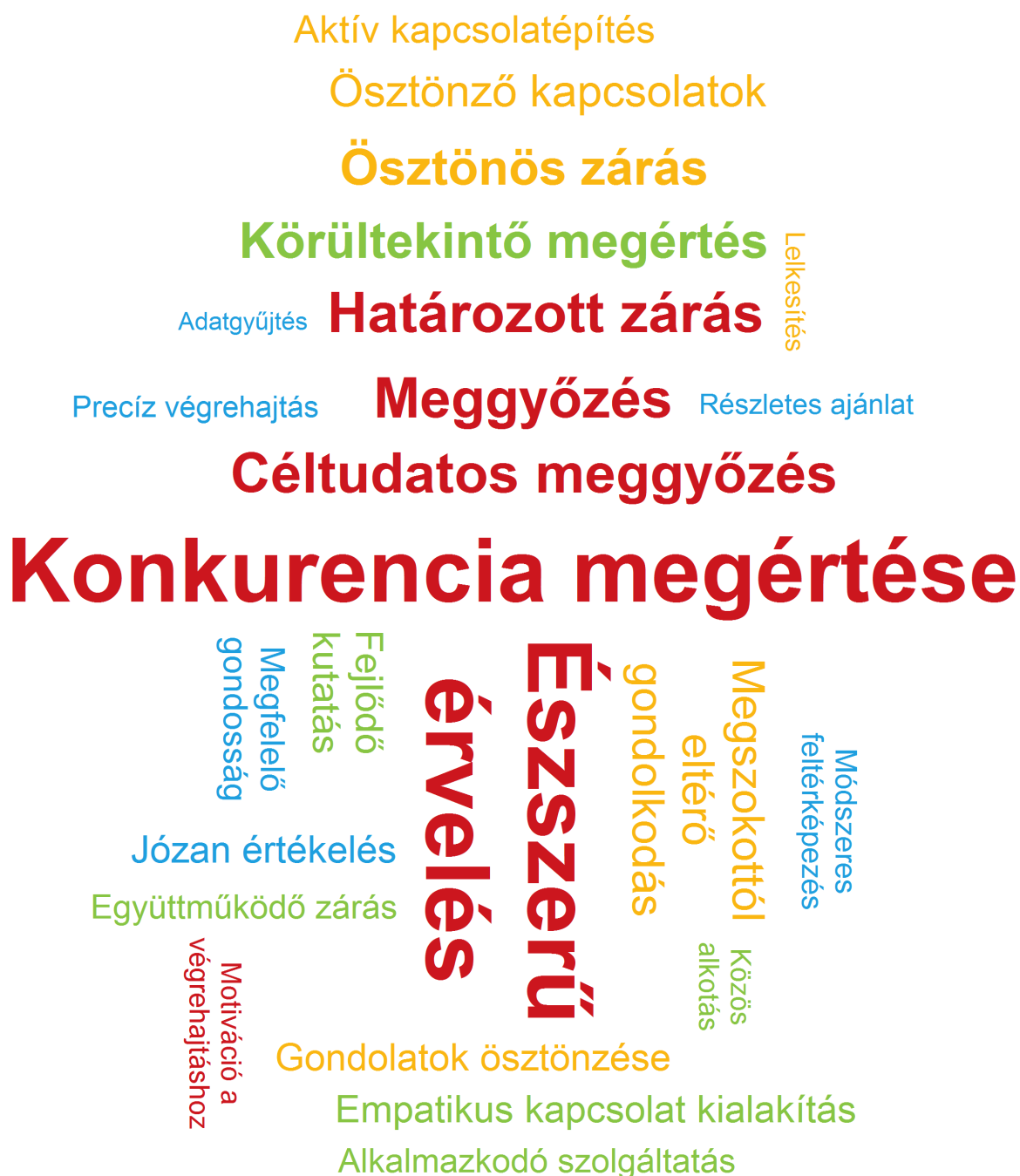
Új megrendelés folyamata / eladás követése

Ügyfél üzleti terv és támogató folyamatok kidolgozása

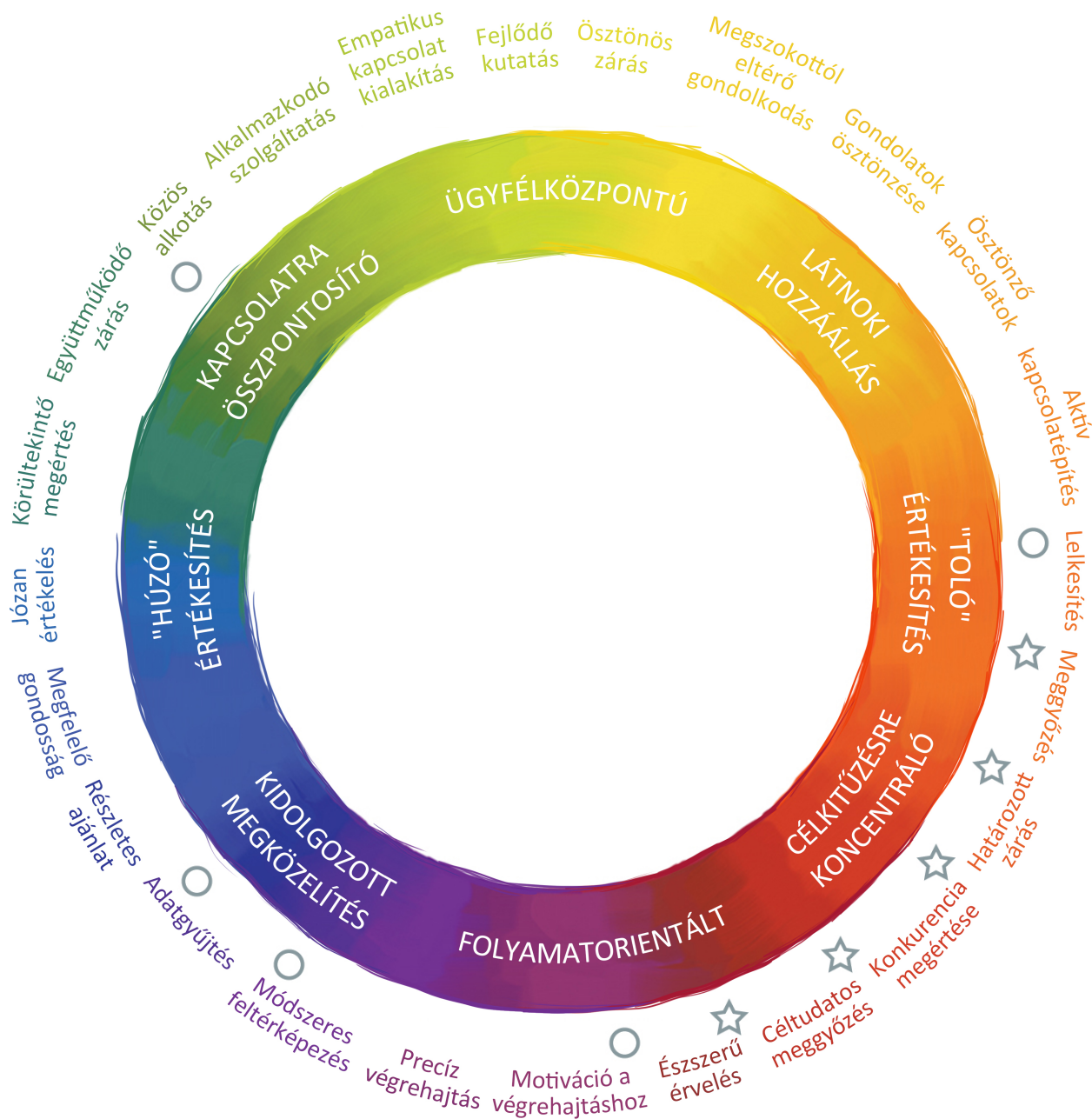
További értékesítési lehetőségek keresése

Az ön 24 Értékesítési Jellemvonásának felfedezése

Ezen a lapon látható az a felhő, amely személyre szóló értékesítési jellemvonásait tartalmazza. Minél nagyobb a felirat, annál valószínűbb, hogy az adott értékesítési jellemvonással rendelkezik.



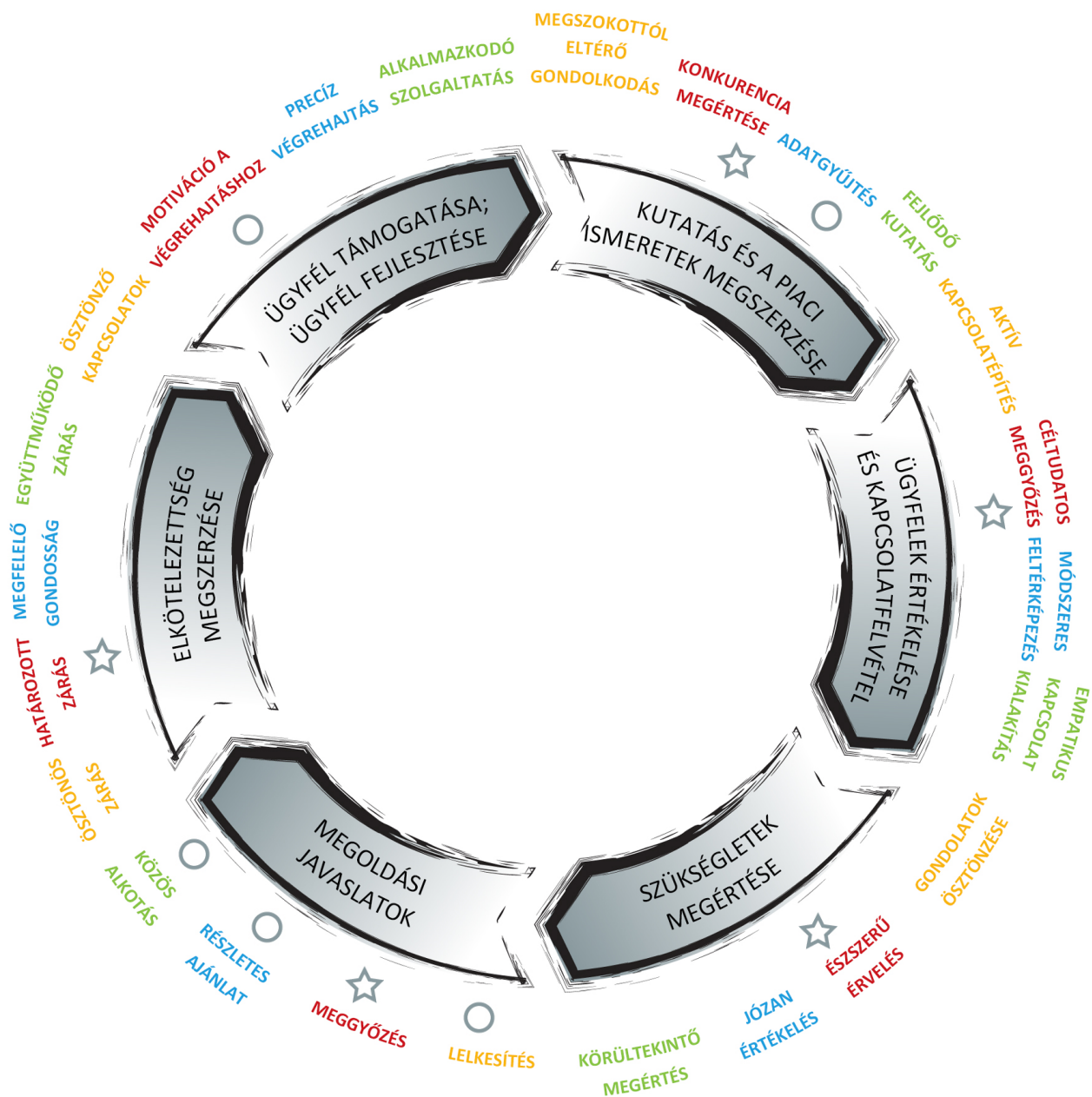
Az ön 24 Értékesítési Jellemvonása az értékesítési mandalán



☆ - 5 értékesítési jellemvonás, amelyek a legtermészetesebbek az ön számára.

○ - 5 értékesítési jellemvonás, amelyek legkevésbé természetesek az ön számára.

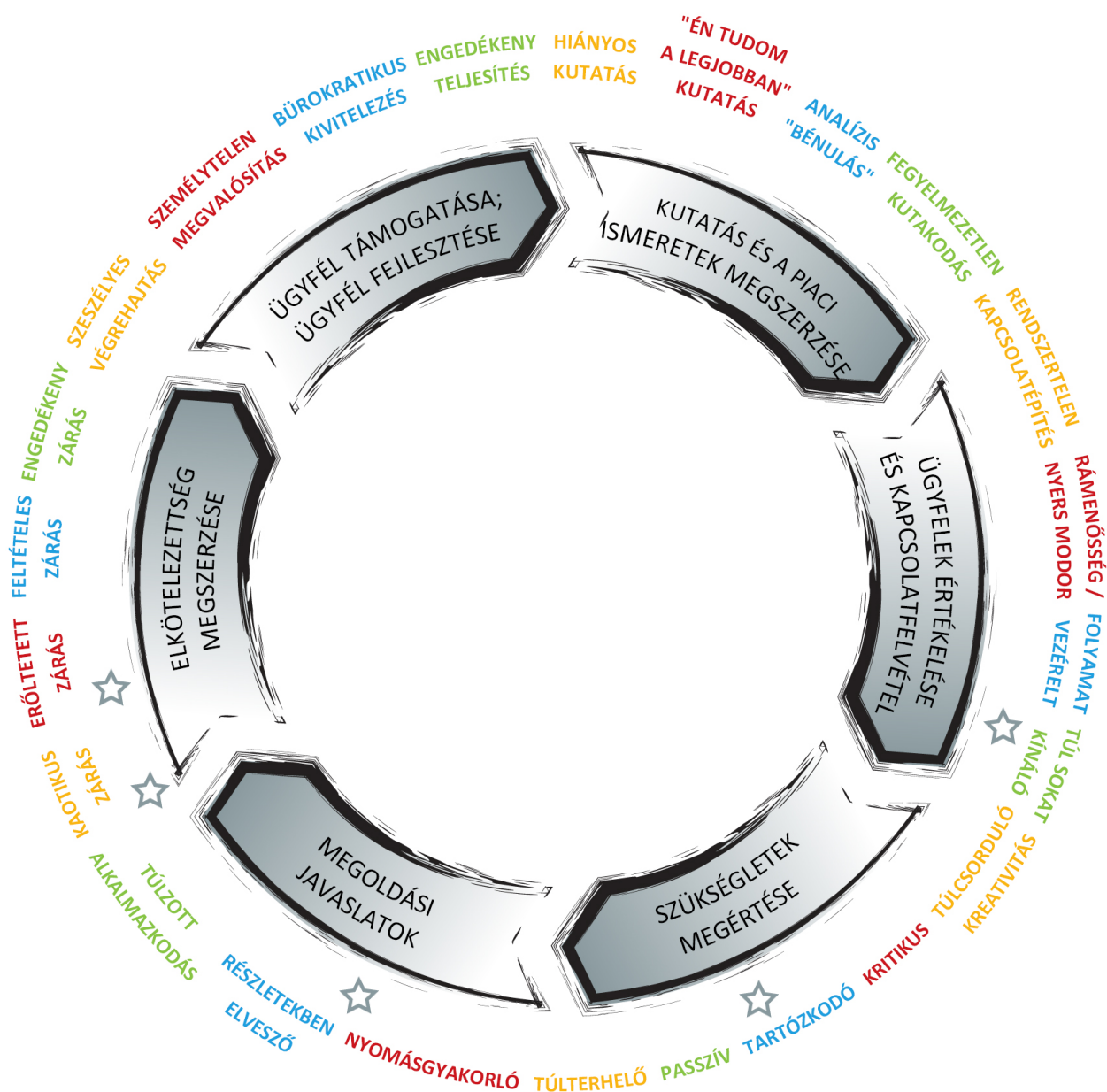
24 Értékesítési Jellemvonása - Az értékesítési ciklus 6 szakaszához rendelve



☆ - 5 értékesítési jellemvonás, amelyek a legtermészetesebbek az ön számára.

○ - 5 értékesítési jellemvonás, amelyek legkevésbé természetesek az ön számára.

24 Túlterhelt Értékesítési Jellemvonása - Az értékesítési ciklus 6 szakaszához rendelve

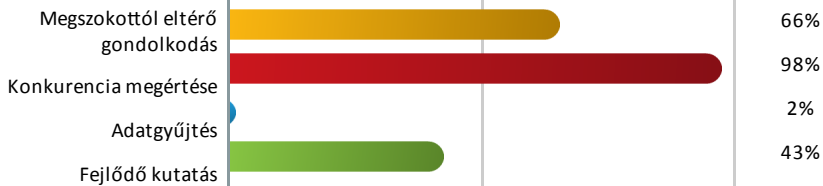


☆ - Az 5 értékesítési jellemvonás, amelyeket leginkább túlterhel.

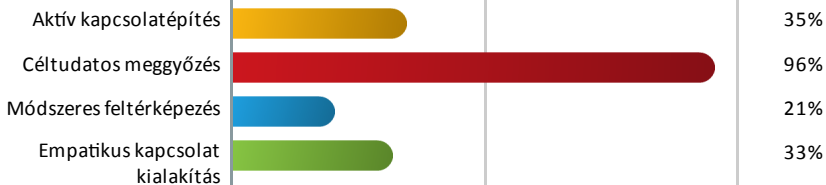
Értékesítési Jellemvonások



Kutatás és a piaci ismeretek megszerzése



Ügyfelek értékelése és kapcsolatfelvétel



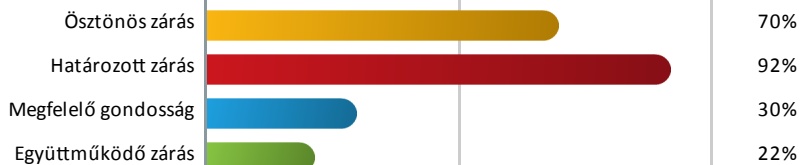
Szükségletek megértése



Megoldási javaslatok



Elkötelezettség megszerzése

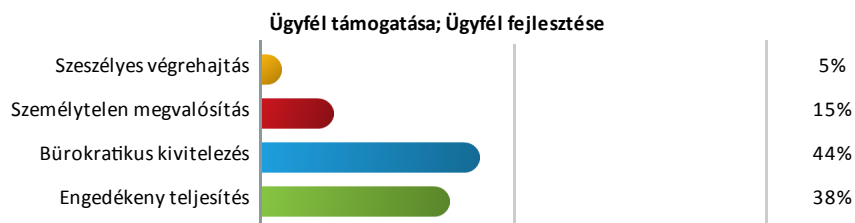
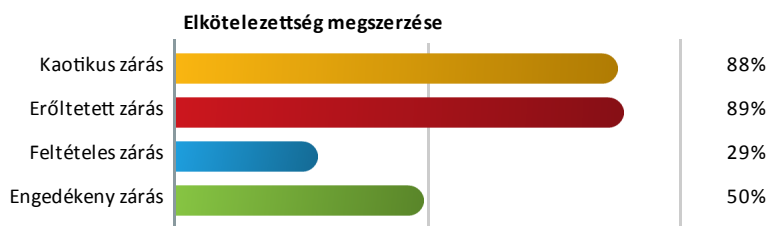
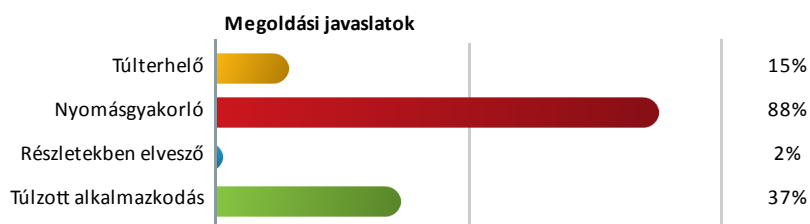
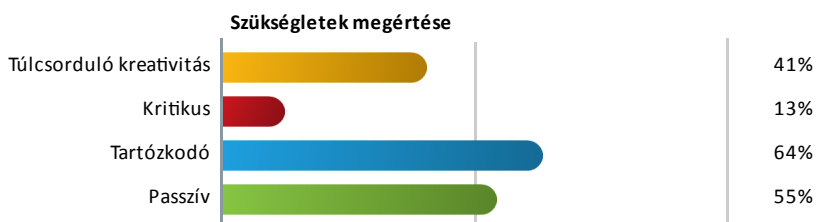
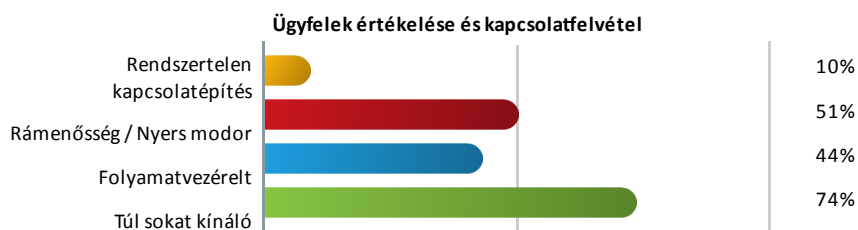


Ügyfél támogatása; Ügyfél fejlesztése



0% 50% 100%
Nem természetes Természetes

Túlterhelt Értékesítési Jellemvonások



0% Nem hajlamos túlterhelni 50% 100% Hajlamos túlterhelni



Értékesítési folyamat

A jelenlegi piaci trendek ismerete és megértése kulcsfontosságú mind az ajánlat testreszabásában, mind pedig az értékesítési stratégia kialakításában, melyekkel meg lehet ragadni a legfontosabb ügyfelek figyelmét. A kutatás és felkészülés éppen ezért létfontosságú, egyidőben szükséges a rugalmasság és az aprólékosság, hogy átfogó ismereteket szerezzen a jelenlegi a piaci erőviszonyokról. Ez pedig felbecsülhetetlen értékkel bír majd az innovációban, valamint abban, hogy meg tudja magát különböztetni a versenytársaktól.

Ahhoz, hogy megfelelő eredményt érjen el, a következő négy lépésből álló folyamatot kell megvalósítani:

1. Piac és konkurencia ismerete
2. Kulcs ügyfelek azonosítása
3. Nyitó stratégia kialakítása
4. Tárgyalási terv felépítése

Értékesítési Jellemvonások

Ahhoz, hogy ebben a szakaszban megfelelően tevékenykedjen, kulcsfontosságú viselkedési jellemzőket kell felmutatnia - ezeket "Értékesítési Jellemvonásoknak" hívjuk. Négy különböző jellemvonással kell rendelkeznie ahhoz, hogy jól csinálja:

Megszokottól eltérő gondolkodás

A jó lehetőségek nem jönnek csak úgy, ezért a megszokottól eltérő gondolkodásra is szükség lehet, hogy rátaláljunk a megfelelőre. Az ügyfélkapcsolatok fejlesztésében döntő fontossággal bír, hogy előremutató stratégiát alakítson ki, a piacon aktuálisan meglévő erőviszonyok megértésével.

Konkurencia megértése

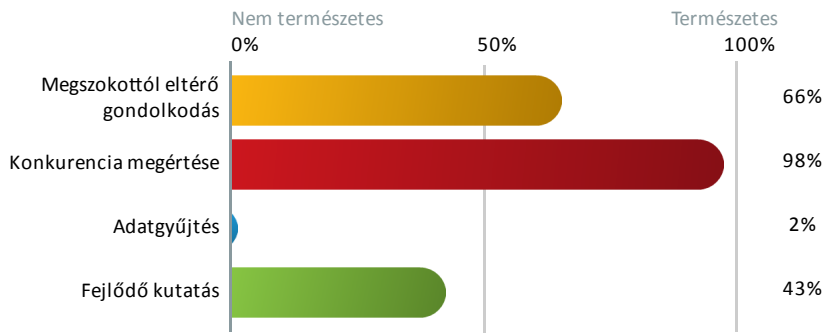
Fontos, hogy megfelelő ismeretekkel bírjon a piacon lévő konkurensokról. Ez a tudás ad lehetőséget arra, hogy meghatározza azokat a területeket, ahol lehetősége van a versenytársak gyengeségeit kihasználni. Mindig hasznos tudni, hogy kivel áll szemben, így hatékonyan tudja megkülönböztetni magát tőlük.

Adatgyűjtés

Jól felhasználható tudás a tényekről és adatokról segítségére lesz az üzleti lehetőségek kialakításában. Gyűjtsön össze elegendő bizonyítékot és tény, mielőtt üzletkötés céljából piacra lép, mert ezek fogják támogatni a munkáját. Az alapos és pontos kutatás/elemzés kulcsfontosságú ahhoz, hogy az értékesítés erős alapokon álljon.

Fejlődő kutatás

Az értékesítésre való felkészülés során nagyon hasznos, ha valaki képes meghatározni a jelenlegi trendeket, figyelembe véve a mostani kiszámíthatatlan és változó környezetet. Ilyen helyzetben az ún. fejlődő kutatási modell nagyon hatékony módszer arra, hogy változtasson eddigi megközelítésén és új információkat szerezzen be.



Természetes erősségei ebben a szakaszban:

- Úgyesen rakja össze a kutatás különböző eredményeit, hogy teljes képet tudjon formálni az ügyfeléről.
- Határozott és kompromisszumok nélküli magatartása hozzájárul, hogy egyenes válaszokat kapjon a kérdéseire. Nem hagyja, hogy eltántorítsák attól, hogy kiderítse, amit tudni szeretne.
- Egyik alapvető erőssége, hogy az előkészületekhez nyitottan fog hozzá és minden új információt ellenőriz, amint azokat felfedezi.

Valószínű hiányosságok ebben a szakaszban:

- Nehezen jut egyetértésre másokkal, amely komplikációt jelenthet, amikor megpróbálja elnyerni a segítségüket egy ügyfélre vonatkozó kutatás során.
- Olykor problémát jelent átfordítania az összegyűjtött információkat gyakorlati cselekvésre, amikor találkozik a kliensével.
- Olykor nem fordít elég figyelmet arra, hogy az ügyfelek személyes preferenciáit megismerje. Ez pedig nehezzé teszi, hogy érzelmi kapcsolatot alakítson ki velük az értékesítési ciklus későbbi szakaszai során.

Hogyan fejlessze jellemvonásait ebben a szakaszban:

- Törekedjen arra, hogy több figyelmet fordítson a részletekre, amikor az ügyfél elemzést végzi. Bármilyen döntés esetén ezek biztosítják majd a szilárd alapokat.
- Tervezze meg kutatási tevékenységét azért, hogy megközelítése tiszta szerkezetet és logikát kapjon.
- Aktívan gyűjtsön visszajelzéseket ügyfele kommunikációs preferenciáiról, így nem fogja elveszettnek érezni magát a személyes találkozó alkalmával.



A felkészülés kulcsfontosságú részét képezi a sikeres eladásnak. Minden esetben fontos, hogy elegendő összegyűjtött információ álljon rendelkezésére, miközben megpróbálja összerakni a tökéletes megközelítést. Azonban, az eltúlzott kutatás és tervezés költséges lehet. Ezen kívül negatív hatással bírhat a folyamatban lévő értékesítésre, mert gyökerestül fojt el lehetőségeket, amelyek felbukkanhatnak az üzletféllel történő együttműködés során. Ráadásul, saját meggyőződésére, adataira és számításaira alapozott megközelítése egyfajta fantáziátlan és merev benyomást kelthet a szolgáltatásaival kapcsolatban, mely nem hat ösztönzőleg üzleti partnerére.

Hiányos kutatás

A piac feltérképezése új lehetőségek iránt kiemelkedően fontos, azonban költséges befektetést jelenthet idő és erőforrások szempontjából. Megfelelő irányelvek hiányában, saját kutatása általános és lényegtelen lehet az ügyfelek szempontjából. Célravezető, ha előzetesen kidolgozza a kutatás irányát.

"Én tudom a legjobban" kutatás

Ha a kutatás túlságosan saját elképzeléseire alapul azt kockáztatja, hogy elsiklik potenciálisan eredményekkel kecsegtető vizsgálati módszerek felett. Előfordulhat, hogy csak kevéssel több információval fog rendelkezni, mint amennyi a kezdetekkor is tulajdonában volt. Próbálja meghatározni a leginkább hatékony kutatási megközelítéseket, utána pedig használja fel azokat megfelelő módon.

Analízis "bénulás"

Az elsöprő mennyiségű és ömlesztett adathalmaz értelmezése bonyolult lehet, így a hatékony értékesítést gátló tényezővé válhat az ön számára, mert megragadhat az elemzés és a döntésképtelenség szintjén. Konzolidálja az adatokat és információkat azért, hogy felismerje a fontos anyagokat, és ki tudja szűrni azokat a részleteket, amelyekre szüksége van.

Fegyelmezetlen kutakodás

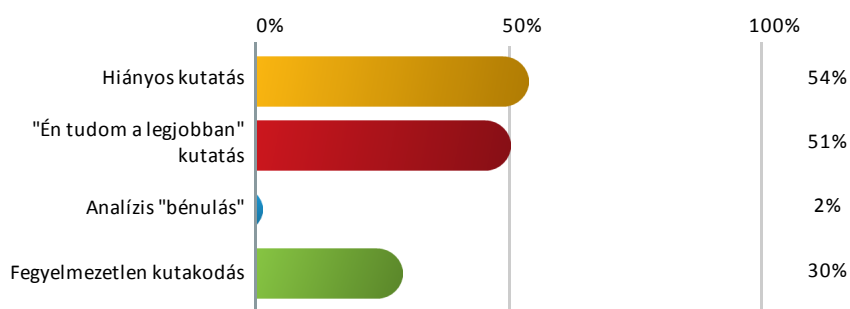
A kutatási megközelítés túl gyakori változtatása megakadályozhatja abban, hogy képes legyen a feladatot kellő mélységben elvégezni. Annak felismerése, hogy mikor kell megzabolázni rugalmasságát lehetővé fogja tenni, hogy ne aprózza el tevékenységeit, és összegyűjtse a szükséges részleteket a vizsgálati eredményekből.

Kutatás és a piaci ismeretek megszerzése - Túlterhelt



Nem hajlamos
túlterhelni

Hajlamos
túlterhelni



Néhány mód, ahogyan túlterhelhet ebben a szakaszban:

- Túlzottan ragaszkodhat ahhoz, hogy tökéletesen végezze el a kutatást, így feleslegesen kerülhet időzavarba.
- Vannak olyan időszakok, amikor túl kevés információból gyárt elméleteket a kutatás során és olyan következtetéseket von le, amelyek később félrevezetőnek bizonyulnak.
- Esetenként túlságosan kreatív tud lenni és ezért a kutatásaiból hiányozhatnak az alkalmazható részek.

Hogyan csökkentse a túlterhelést ebben a szakaszban:

- Ne térjen el túlságosan az eredeti kutatási célkitűzéseitől azért, hogy a begyűjtött információkat fel tudja használni és támogatást nyújtsanak az értékesítési találkozó során.
- Ne legyen túlságosan szókimondó és egyenes, amikor eredményeket akar elérni a kutatások során. Így mások szívesebben működnek majd együtt önnel az értékesítés folyamata alatt.
- Ne legyen túlságosan a tökéletesség megszállottja a kutatás során, azzal a céllal, hogy túlszárnyalja a konkurenciát. A felkészülés egymagában nem fogja azzal az eredménnyel járni, hogy megnyeri az üzletet.

Értékesítési folyamat

A lehetséges üzletfelek kiválasztása olyan létfontosságú értékesítési szakasz, ahol a kezdeti kapcsolatfelvételek megtörténnek. Elsőként fontos, hogy szűrjük meg a széles kapcsolati hálót annak érdekében, hogy a különböző, de potenciállal rendelkező ügyfeleket vonzzuk be, valamint alakítsunk ki erős piaci jelenléteket. Ezek után pedig alapvető feladat a szoros viszony kiépítése velük a pontos üzleti körülmények felméréseivel, valamint különleges igényeik tökéletes megértésével.

Ahhoz, hogy megfelelő eredményt érjen el, a következő négy lépésből álló folyamatot kell megvalósítani:

1. Döntéshozók elérése / érdeklődésük felkeltése
2. Feltételezett értékek meghatározása
3. Céltudatos érvelés az üzleti lehetőségek kialakításakor
4. Üzleti lehetőségek átbeszélése az ügyféllel

Értékesítési Jellemvonások

Ahhoz, hogy ebben a szakaszban megfelelően tevékenykedjen, kulcsfontosságú viselkedési jellemzőket kell felmutatnia - ezeket "Értékesítési Jellemvonásoknak" hívjuk. Négy különböző jellemvonással kell rendelkeznie ahhoz, hogy jól csinálja:

Aktív kapcsolatépítés

Döntő fontosságú felismerni, hogy hol, mikor és milyen módon építse a kapcsolati hálóját! Nélkülözhetetlen, hogy aktívan fejlessze és foglalkozzon a kapcsolataival, mert így azonnali lehetőségekhez juthat, valamint markáns jelenléteket tud fenntartani a piacon.

Céltudatos meggyőzés

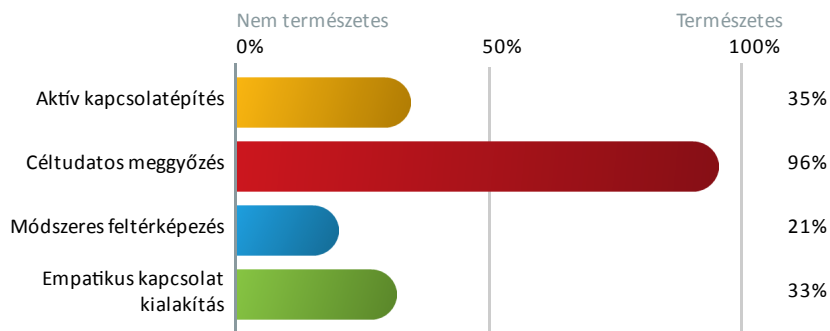
Fontos tisztában lenni azzal, hogyan adja el a szolgáltatásait jelenlegi és potenciális vásárlóinak. A szilárd üzleti alapok segítenek abban, hogy amikor kapcsolatba lép az ügyfelekkel, teljesen meg tudja győzni őket arról, az ajánlata tökéletesen illeszkedik az elvárásaihoz.

Módszeres feltérképezés

A kezdeti kapcsolatfelvétel alkalmával hasznos a megfelelő értékesítési megközelítések feltérképezése. Az előzetesen felállított stratégia gondos követésével növelheti a siker lehetőségét azért, mert az értékesítési ciklus bármely szakaszában tisztában lesz azzal, hogy hova tart pontosan és hogyan akarja elérni a céljait.

Empatikus kapcsolat kialakítás

Az értékesítési és üzleti lehetőségek fontosak, de ugyanilyen jelentőséggel bír a szoros és nyílt kapcsolat az ügyféllel. A közös tisztelet és elismerés érzésének kiépítése a leghatékonyabb módja az ügyfelek elkötelezettségének megszerzésére. Így nyugodtabbak lesznek az együttműködés során és könnyebben fogják megosztani önnel gondolataikat és elvárásaikat.



Természetes erősségei ebben a szakaszban:

- Fejlett kritikus gondolkodását használja fel arra, hogy meghatározza, mitől lesz kimagasló az ajánlata, amely a nagy ügyfelek figyelmét is felkelti.
- Tehetségesen alkot új ötleteket menet közben, azokat zökkenőmentesen építi bele előadásába, hogy reagáljon üzletfele igényeire.
- Kiválóan méri fel objektíven a piacot azért, hogy amikor kapcsolatba lép leendő partnerével, a megfelelő időt és erőforrást tudja biztosítani.

Valószínű hiányosságok ebben a szakaszban:

- Problémát okoz összegyűjtenie tényeket és esettanulmányokat, hogy ezekkel erősítse az ügyfeleknek tett ajánlatát.
- Néhány esetben elmulasztja meghatározni azokat az irányokat, amelyek a legnagyobb haszonnal járhatnak.
- Elnyomhatja ügyfelét a legelső találkozás során, amikor kapcsolatot próbál kialakítani, mert nehezebbre esik megfelelő tapintattal eljárni.

Hogyan fejlessze jellemvonásait ebben a szakaszban:

- Ne adja fel a visszafogott és tétovázó ügyfelekkel szemben. Próbálja meggyőzni őket energiájával és szenvedélyességével.
- Igyekezzen elegendő gyakorlati lépést beépíteni elsődleges ajánlatába ahhoz, hogy azokat a pragmatikus ügyfeleket is elérje, akik reális feltételek mentén szeretnek dolgozni.
- Próbáljon meg ügyfele érzelmeire hatni azért, hogy azonnal szoros kapcsolatot tudjon kialakítani.



Az ügyfél értékelése és a kapcsolat kialakítása során fontos felismernie a hangulat változásait. Ha úgy érzékeli, hogy kezdi elveszíteni partnere érdeklődését, alapvető fenntartani az értékesítés lendületét oly módon, hogy alakít első ajánlatán, ahogyan az értékesítési folyamat halad előre. Mindazonáltal nem szabad elfelejtenie kezdeti célkitűzéseit sem, hiszen ha ügyfele kedvéért túlságosan eltávolodik az eredeti ajánlattól, csökkentheti azokat a lehetőségeket, amelyekre az üzleti potenciált alapozta. A jó viszony fenntartása elengedhetetlen ugyan, azonban mindig tartsa számon a kompromisszumokkal járó költségeket is.

Rendszertelen kapcsolatépítés

A kapcsolatok építését összhangban kell tartani saját üzleti célkitűzéseivel. A növekvő és egészséges mértékű kapcsolati háló fenntartása fontos, azonban ha túlzottan beleveti magát a társasági életbe, ezzel értékes időt és erőforrásokat pazarolhat el. Ennélfogva kerüljön el minden olyan hosszas társadalmi összejövotelt, ami nem hoz semmit a konyhára.

Rámenősség / Nyers modor

Mások nehezen találhatnak kapcsolódási pontot céljaival, és elbátortalaníthatja őket szigorúan objektív viselkedése. A diplomatikus viselkedés létfontosságú, ha ügyfelekkel, vagy potenciális partnerekkel lép érintkezésbe. Törekedjen rá és kerülje el, hogy amikor megpróbál megkaparintani egy lehetőséget, túlzottan nyers és határozott módon kezelje az embereket.

Folyamatvezérelt

Hozzon létre, és fedezzen fel különböző módszereket arra, hogy bővítse üzleti tevékenységét. Kitartóan ragaszkodni a folyamathoz és a biztonsági játék azzal az eredménnyel járhat, hogy háttérbe szorul az a tevékenység, melynek segítségével szélesebb lehetőségeket fedezhet fel ügyfelével. Ez pedig csökkentheti a jövőbeli üzleti potenciált.

Túl sokat kínáló

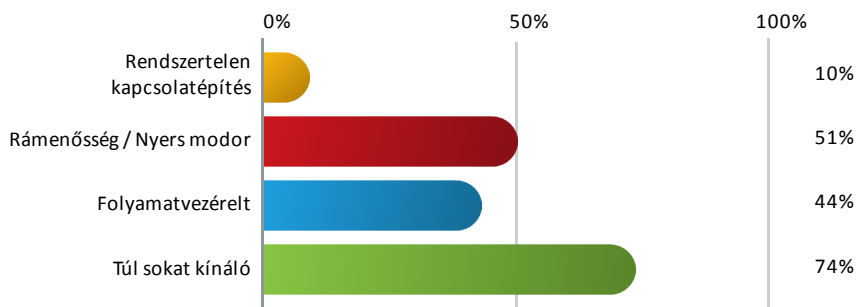
Az ügyfelekkel való személyes viszony kialakítása időnként nagyon fárasztó tud lenni. Készüljön fel arra az eshetőségre, hogy ez jóval megterhelőbbnek bizonyul, mint amire számított. Legyen határozott és állítsa meg az értékesítést, ha az a saját maga számára hátrányosnak bizonyul ahelyett, hogy folyamatosan próbálja elégedetté tenni partnerét.

Ügyfelek felkutatása és megszerzése - Túlterhelt



Nem hajlamos
túlterhelni

Hajlamos
túlterhelni



Néhány mód, ahogyan túlterhelhet ebben a szakaszban:

- Előfordul, hogy a hosszú távú és fejlődő kapcsolat kialakítása miatti igyekezetében erőlteti a megegyezést az ügyfeleivel.
- Időnként kiugróan empátikus az ügyfelével, ennek folyamányaként pedig túl sokat ajánlhat számára.
- Amikor eltúlozza természetes erősségként meglévő, komplexitásra való hajlamát, olyan változtatásokat tud tenni az ajánlatban, amelyek már túlságosan bonyolultak az ügyfél igényeihez képest.

Hogyan csökkentse a túlterhelést ebben a szakaszban:

- Lassúnak és demotiválónak tűnhet mások szemében, amikor túl sokat foglalkozik stratégiája tervezésével, és egy sor meghatározott lépést követ partnerével történő interakció során.
- Legyen óvatos, amikor azonnal versengő megközelítést alkalmaz az ügyfeleivel szemben, mert ez talán inkább a saját érdekeit tükrözi, mintsem az övékét.
- Adjon üzletfelének több időt, mielőtt az elkötelezettségét igényli, mert így gondoskodni tud arról, hogy jól érzi magát az egyezséggel.



Értékesítési folyamat

A folyamatos interakció biztosítja, hogy tökéletesen megértse az ügyfél preferenciáit, kommunikációs stílusát és szükségleteit. Ennél fogva fontos, hogy a partnerét megfelelő kérdésekkel és teljes odafigyeléssel ösztönözze. A folyamatos és gördülékeny kommunikáción keresztül lesz képes arra, hogy feltérképezze és megválaszolja a kérdéseket és kételyeket, valamint meg tudja győzni üzletfelét arról, hogy elsőosztályú lesz a szolgáltatása.

Ahhoz, hogy megfelelő eredményt érjen el, a következő négy lépésből álló folyamatot kell megvalósítani:

1. Ügyfél minősítése - megtartás / kihagyás
2. Az ügyfél döntéshozatali folyamatainak / vásárlási kritériumainak megértése
3. Működik? Nem működik? Az üzletkötés valószínűségének értékelése
4. Belső tevékenység - megoldás kialakításához szükséges támogatás biztosítása

Értékesítési Jellemvonások

Ahhoz, hogy ebben a szakaszban megfelelően tevékenykedjen, kulcsfontosságú viselkedési jellemzőket kell felmutatnia - ezeket "Értékesítési Jellemvonásoknak" hívjuk. Négy különböző jellemvonással kell rendelkeznie ahhoz, hogy jól csinálja:

Gondolatok ösztönzése

Az ötletek folyamatos kidolgozása segítségével lesz abban, hogy ösztönözze ügyfeleit. Fontos, hogy mindig lelkesítse partnerét elképzeléseivel és megoldásaival. Ezt kreativitással lehet elérni, így mialatt reflektál az igényeikre meg tudja mutatni, hogy nagyon sok választási lehetőséget tud nyújtani számukra.

Észszerű érvelés

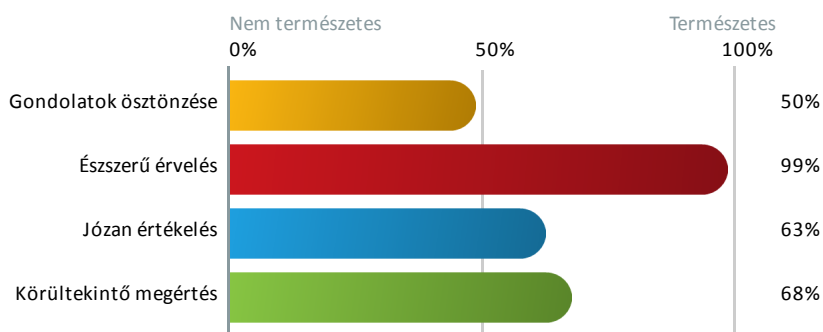
Az analitikus gondolkodás használatával gyorsan fel tudja mérni azokat a területeket, ahol valószínűleg támogatni tudja az ügyfelét. Az összpontosítás és racionális megközelítés segítségével lesz, hogy tisztázza a partner helyzetét és többféle lehetséges megoldást dolgozzon ki számára.

Józan értékelés

Ahhoz, hogy az ügyfél elégedettségét biztosítani tudja, elengedhetetlen a folyamatos és naprakész információáramlás biztosítása az értékesítés minden szakaszában. Ugyancsak mindig fontos, hogy érdeklődjünk az üzleti partner gondolatairól és kérjünk visszajelzéseket. Ezzel teljes képet kaphat a kliens jelenlegi helyzetéről és arról is, hogyan tud leginkább segítséget nyújtani számára.

Körültekintő megértés

Az ügyfél aggodalma az elsőszámú prioritás. Létfontosságú, hogy a partnereknek legyen lehetőségük kifejezni a gondolataikat. Sokkal inkább hajlandók lesznek együttműködni önnel és megosztani esetleges kétségeiket is, ha tisztában vannak azzal, hogy osztatlan figyelmet élveznek.



Természetes erősségei ebben a szakaszban:

- Ügyfele igényeinek tökéletes megértésében az motiválja, hogy ennek alapján a leginkább versenyképes ajánlatot tudja elkészíteni.
- Amikor odafigyel partnerére, figyelmesnek és megfontoltnak tűnik a szemében.
- Nagy figyelmet fordít arra, hogy biztosan teljesen megértse partnerét, mielőtt továbbhaladna az értékesítési folyamatban.

Valószínű hiányosságok ebben a szakaszban:

- Bajosan tud energiát és lelkesedést vinni a társalgásba, amely problémát jelenthet, ha partnere az életteli beszélgetésre rezonál leginkább.
- Sok energiájába kerül felépíteni a kapcsolatot egy olyan ügyféllel, aki innovatív párbeszédbe próbálja bevonni.
- Előfordul, hogy hallgatási stílusát nehezen igazítja hozzá partnere preferenciáihoz.

Hogyan fejlessze jellemvonásait ebben a szakaszban:

- Igyekezzen extra erőfeszítést tenni, hogy proaktívan vigye tovább a beszélgetést, amikor olyan partnerrel találkozik, aki nagyon határozott és célratörő.
- Próbálja meg fenntartani a párbeszédet az ügyféllel még akkor is, amikor a kommunikáció gyakorlatias irányt vesz.
- Mialatt megpróbál megfelelni az ügyfél igényeinek, győződjön meg arról, hogy képes elvégezni az összes feladatot és eleget tenni azon kötelezettségeinek, amelyeket elvállalt.



Amikor találkozik ügyfelével, az aktív hallgatás döntő fontossággal bír az összhang kialakításában, valamint a szükségletek meghatározásában egyaránt. Azonban, ha túlterhelt a készséget, akkor passzívvá válhat és elfelejthet foglalkozni saját célkitűzéseivel. Ezen felül pedig nem tudja fenntartani a folyamatos, kiegyensúlyozott kommunikációt sem, ahol mindkét fél megérti a másik igényeit és elvárásait. Amikor partnerével kialakítja a kezdeti együttműködést, nem kizárólag saját érdekei miatt alapvető, hogy szem előtt tartsa saját elképzeléseit, hanem ezáltal a folyamatot is dinamikus és egyenes mederben tudja tartani.

Túlcsorduló kreativitás

Fontos a sokszínű megközelítés. Amikor túlzásba viszi kreativitását, újító szándéka túl sok lehet ügyfele számára. Visszariadhat a közös munkától és attól, hogy feltárja igényeit és elvárásait. Időnként a gyakorlatiasabb hozzáállás jobb kapcsolatot eredményezhet partnerével.

Kritikus

A megbeszélés célkitűzéseinek elérése elengedhetetlen, de ugyanúgy lényeges a jó személyes kapcsolat. A haladás és eredmények elérése érdekében mutatott törekvése agresszivitásnak tűnhet, ezért partnere tartózkodóvá válhat és feszélyezve érezheti magát ahhoz, hogy teljesen megnyíljon. Fordítson különös figyelmet ügyfele aggályaira.

Tartózkodó

Előfordulhat, hogy a megfontolt viselkedést ügyfele túlságosan távolságtartónak és közömbösnek tartja az igényeivel és szükségleteivel szemben, így visszahúzódóvá válhat. Biztosítson partnerének nyugodt környezetet, ahol kifejezheti gondolatait, valamint figyeljen rá úgy, ahogyan azt elvárja.

Passzív

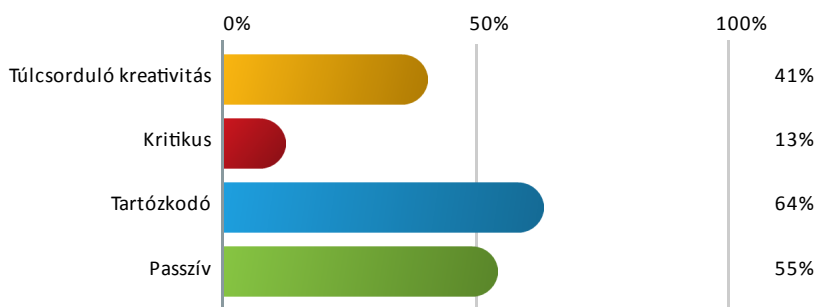
Ügyfelének nagyon nehéz dolga lesz bizonyítékot kapni arról, hogy megérti a helyzetét, ha nem osztja meg vele saját véleményét. Fontos kimutatni, hogy teljesen odafigyel a másakra, valamint érzékenyen reagál a gondolataira és kétségeire. Ha ezt nem jelzi, érdektelennek tűnhet partnere szemében, aki így nem fog megnyílni.

Szükségletek megértése - Túlterhelt



Nem hajlamos
túlterhelni

Hajlamos
túlterhelni



Néhány mód, ahogyan túlterhelhet ebben a szakaszban:

- Megtörténhet, hogy partnere túlságosan leleményes lesz az ön által nyújtott bátorítás miatt, így megvalósíthatatlan ötletekről kezd beszélni.
- Nyomás alatt olykor nagyon komolynak tűnik. Üzletfele ezt úgy értelmezheti, hogy ön nem ért egyet az elhangzottakkal.
- Időnként túl sok teret hagy partnerének a megbeszélés során. Ennek eredményeképpen ügyfele elcsendesedhet.

Hogyan csökkentse a túlterhelést ebben a szakaszban:

- Az aktív hallgatás fontos, amikor meg akarja érteni az ügyfelet. Mindazonáltal ne feledkezzen meg arról, hogy kérdésekkel vezesse őt, amikor akadozik a párbeszéd.
- Figyeljen oda és ne lassítsa le a beszélgetést azzal, hogy ragaszkodik minden téma teljes lefedésére.
- Ne bízson túlságosan, mert az első megbeszélés során jobb, ha inkább sokat kérdez és vizsgálódik, amikor megpróbálja felmérni üzletfele pontos igényeit.

Értékesítési folyamat

Az ajánlatoknak központi szerepe van abban, hogy az ügyfelet megnyerje magának. Ezért alaposan ki kell dolgozni, hogy a leendő partner tisztában legyen azzal, mit kínálnak számára. Ezen felül azonban lelkesedést is ki kell váltania, hogy a kliens hosszútávú együttműködés mellett tegye le a voksát. Egy bizalmon és nyitottságon alapuló szilárd kapcsolat ugyanolyan hatékony, mint egy vonzó ajánlat.

Ahhoz, hogy megfelelő eredményt érjen el, a következő négy lépésből álló folyamatot kell megvalósítani:

1. Közös, ügyfélközpontú megoldás létrehozása - az egyezség kialakítása
2. "Ismerd ellenséged és ismerd magad" - a konkurencia kiiktatása
3. Az ajánlat első prezentációja az ügyfél részére
4. Belső tevékenység - az ajánlat elkészítéséhez szükséges támogatás biztosítása

Értékesítési Jellemvonások

Ahhoz, hogy ebben a szakaszban megfelelően tevékenykedjen, kulcsfontosságú viselkedési jellemzőket kell felmutatnia - ezeket "Értékesítési Jellemvonásoknak" hívjuk. Négy különböző jellemvonással kell rendelkeznie ahhoz, hogy jól csinálja:

Lelkesítés

Gyorsan tud lendületes összhangot kialakítani ügyfeleivel, ha energetizálja és ösztönzi őket és így lelkesedést vált ki belőlük. Ennek segítségével fog válaszokat kapni tőlük ahhoz, hogy kialakítsa ajánlatát, amely így pontosan az elvárásaikhoz igazodik. A dinamikus megközelítés felkelti majd a kliensek érdeklődését, amikor megteszi a javaslatait.

Meggyőzés

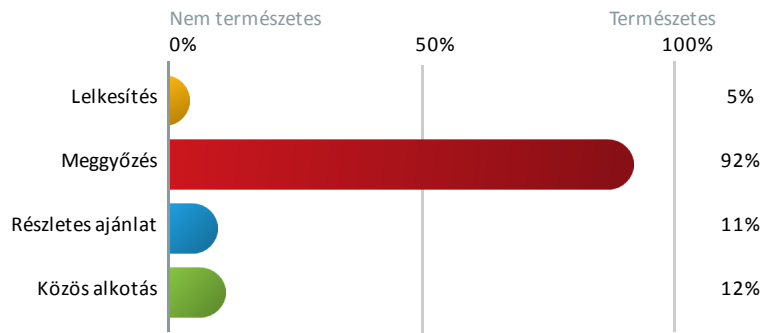
Az ajánlat benyújtásánál segítséget nyújt, ha bizonyítja azt a képességét, hogy magabiztosan tudja kiszolgálni az ügyfele igényeit. Amikor megoldásokat ajánl partnerének, meg kell győznie őt arról, hogy terméke erős alapokon áll és garantálni tudja az ígért szolgáltatásokat.

Részletes ajánlat

Az ajánlatnak mindig tükröznie kell a javaslat minőségét. Fontos, hogy minden olyan adat kerüljön bele, amely véleménye szerint releváns lehet az ügyfél szempontjából. A termékek és szolgáltatások tiszta cselekvési terv alapján történő bemutatása, megtámogatva a múltbeli eredményekkel, arra fogja ösztönözni a vásárlót, hogy az ön megoldását válassza.

Közös alkotás

A tárgyalás és a kompromisszumokra törekvés nagy értékkel bírhat, amikor kialakítja az értékesítési ajánlatot. A közös sikerre és az együttműködésre való hajlandóság kimutatása hatékony módszer az ügyfél bizalmának elnyerésére. Biztosítani tudja a maximális elégedettséget, ha a kliens igényeinek kielégítésén dolgozik és képes egyezsége jutni, amikor szükséges.



Természetes erősségei ebben a szakaszban:

- Széles körű kapcsolati hálójával történő egyeztetés után tiszta képet tud felvázolni önmagának a versenytársak erősségeiről és gyengeségeiről. Ennek segítségével pedig nagyon vonzó ajánlatokat tud készíteni.
- Az elvont témákban mutatott magabiztossága megjelenik az értékesítési találkozók során. Ezzel megnyugtatóan hat partnereire, hogy jó kezekben vannak.
- Kifejezetten kreatív és magával ragadó módon tudja előadni a gondolatait ügyfeleinek.

Valószínű hiányosságok ebben a szakaszban:

- Nehéznek találhatja, hogy ajánlatát konkrét kötelezettség vállalásokkal és pontos időbeosztással támogassa. Így viszont nem egyszerű megszerezni az ügyfél beleegyezését.
- Gondot okozhat elegendő teret hagynia a kompromisszumoknak az ajánlataiban, ezért üzletfelei számára azok kevésbé csábítóvá válhatnak.
- Gondban lehet, hogy kiálljon egy ambiciózus célkitűzés mellett az ügyféllel történő értékesítési találkozó során.

Hogyan fejlessze jellemvonásait ebben a szakaszban:

- Ha üzletfele inkább a bizalmasabb légkört részesíti előnyben, ne habozzon informális, személyes találkozót szervezni az üzleti ajánlat átbeszélésére.
- Próbálja megerősíteni az ajánlatát tényekkel és számokkal, hogy lekenyerezze az adatokat kedvelő ügyfeleket.
- Amikor kialakítja az ajánlatát, mindig vegyen számításba bármilyen kritikus alkotóelemet, amely a jelenlegi realitásokon alapul.

Az értékesítési találkozó során egyértelmű jövőkép és gondolatok kellene ahhoz, hogy hosszan tartó hatást gyakoroljon ügyfelére. Viszont ennek a területnek az eltúlzásával grandiózusnak és hiteltelennek tűnhet, amely alááshatja kapcsolatát üzletfelével, és ráadásul az értékesítést is veszélybe sodorhatja. A folyamat során biztosítson ajánlataiban elegendő teret arra, hogy személyre tudja szabni azokat, amikor nehézségek merülnek fel, vagy kommunikációs zavar támad. Az eladás sikere múlhat rajta, hogy amikor szükséges, hajlandó-e alkalmazkodni és kompromisszumokat kötni.

Túlterhelő

A pozitív energia időnként több lehet a kelleténél. Ha folyamatosan, lelkesedéssel erősködik a megoldásai mellett, ügyfelét túlterhelheti a lehetőségekkel. Elengedhetetlen időt adni számára ahhoz, hogy meg tudja érezni az ajánlatot, valamint reflektálni tudjon az elhangzott gondolatokra és megoldási javaslatokra.

Nyomásgyakorló

Lényeges, hogy ne tűnjön túlságosan erőteljesnek, amikor arról próbálja meggyőzni ügyfeleit, hogy az ajánlata a legmegfelelőbb számukra. Visszariadhatnak ettől a határozottságtól és úgy érezhetik, hogy siettetik őket a döntésben. Legyen kész visszavenni a tempóból és figyeljen oda partnerei visszajelzéseire, valamint módosítson az ajánlaton, amennyiben szükséges.

Részletekben elvesző

A tökéletes ajánlat elkészítésére való törekvés hezitálásba és a cselekvés hiányába torkollhat. Megragadhat a döntésképtelenség szintjén, miközben a legjobb módszert próbálja megtalálni arra, hogy meggyőzze ügyfelét. Koncentráljon az első lépésekre és mutassa be először azok megvalósíthatóságát, mielőtt kísérletet tesz a teljes folyamat tökéletesítésére.

Túlzott alkalmazkodás

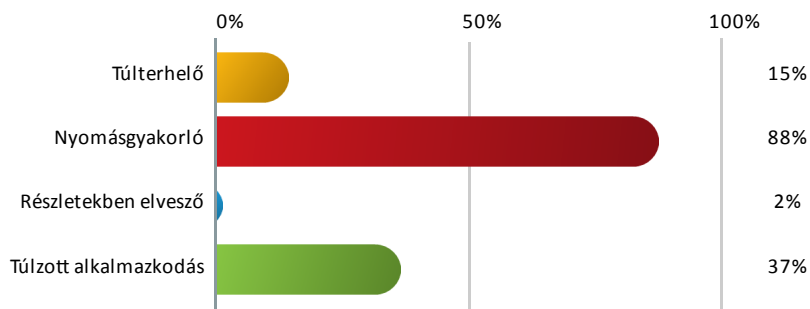
Az ügyfél igényeihez való igazodás központi helyet foglal el az üzleti tevékenységben. Fontos azonban, hogy partnere igényeinek kielégítése érdekében ne vállalja túl magát, amikor személyre szabja a megoldásokat, mert ez nehézségeket okozhat, amikor a megvalósításra kerül a sor.

Megoldási javaslatok - Túlterhelt



Nem hajlamos
túlterhelni

Hajlamos
túlterhelni



Néhány mód, ahogyan túlterhelhet ebben a szakaszban:

- Időnként olyannak tűnik, mint aki dominálja a megbeszélést. Javasolataival alkalmanként másoktól veszi el a megszólalás lehetőségét.
- Ha az értékesítés során direkt ellenvetéssel találkozik, még a nagyobb hatás és eredmény elérése érdekében is nehezen változtat a közös eredmények iránti elkötelezettségén.
- Olykor túlzottan erélyesen érvel, ezzel pedig elriaszthatja ügyfelét az ajánlatától.

Hogyan csökkentse a túlterhelést ebben a szakaszban:

- Vigyázzon, hogy mikor dönt egy rámenősebb megközelítés mellett, mert ezzel elijesztheti partnereit az ajánlatától.
- Kerülje el, hogy túlságosan ellenőrzése alatt tartsa a megbeszéléseket. A javasolataival elveszi a lehetőséget az ügyfelektől, hogy kifejezzék legfontosabb kétélyeiket.
- Alkalmilag próbálja meg csillapítani törekvését a közös eredményekre, hogy hatásosabb legyen az értékesítési előadása és fokozatosan haladjon előre az eladási folyamat.

Értékesítési folyamat

Amikor az ügyfél vásárlásban gondolkodik, meg kell szereznie az elkötelezettségét és lezárni az ügyet úgy, hogy figyelemmel kíséri a vevőjeleket azért, hogy megfelelő módon tudja azokat kihasználni. Életbevágóan fontos, hogy fenntartsa a bizalmat azzal, hogy egyértelműen kimutatja partnere számára: készen áll foglalkozni a problémáival. Abban a pillanatban, amikor az összes jelzés rendelkezésre áll, ragadja meg a lehetőséget és cselekedjen határozottan.

Ahhoz, hogy megfelelő eredményt érjen el, a következő négy lépésből álló folyamatot kell megvalósítani:

1. Megalapozott "legjobb és végleges ajánlat"
2. Az ajánlat végső prezentációja az ügyfél részére
3. Tárgyalás az ügyféllel
4. Megfelelő körültekintés / szerződés aláírása

Értékesítési Jellemvonások

Ahhoz, hogy ebben a szakaszban megfelelően tevékenykedjen, kulcsfontosságú viselkedési jellemzőket kell felmutatnia - ezeket "Értékesítési Jellemvonásoknak" hívjuk. Négy különböző jellemvonással kell rendelkeznie ahhoz, hogy jól csinálja:

Ösztönös zárás

Legyen intuitív az ügyfél igényeivel és a potenciális üzleti együttműködési lehetőségekkel szemben. Fontos, hogy amikor úgy érzi, a kliens fogékonyságot mutat a javaslatok elfogadására bízson meg az ösztöneiben és valóban ragadja meg a lehetőséget, valamint cselekedjen határozottan.

Határozott zárás

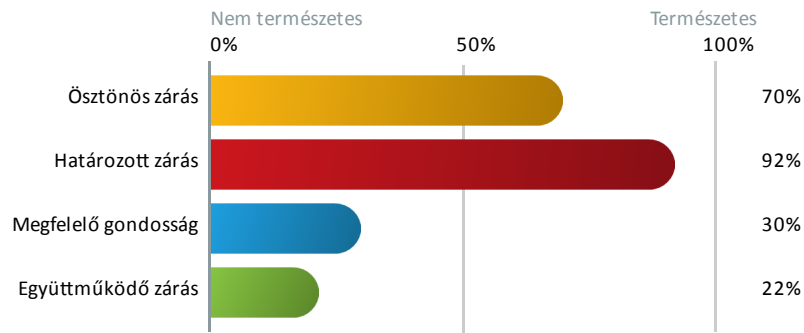
Alapvető, hogy határozottan lezárja az üzletet és megszerezze az ügyfél elkötelezettségét, miután biztos abban, hogy az összes részletet megbeszélték. A végső válasz megszerzése érdekében mutatott rámenősséggel gondoskodni tud arról, hogy eléri a végső döntést még azelőtt, hogy a partnere elveszítené az érdeklődését.

Megfelelő gondosság

A részletek fontosak és ugyanúgy eredményezhetik az üzlet megkötését, mint annak megghiúsulását. Az ügyfelet megnyugtatja majd az a tény, hogy semmit sem hagytak figyelmen kívül és mindent teljes mértékben tisztáztak. Így mindkét fél azzal a tudattal léphet a megvalósítás fázisába, hogy nincsenek rejtett akadályok és az üzlet simán halad majd a maga útján, amint az egyezséget megkötik.

Együttműködő zárás

Az ügyfél teljes megszerzésének egy hatékony módja, az üzletkötés kapcsolat alapján történő lezárása. Ez pedig a személyes kontaktus és a szakmai egyetértés kombinációjával érhető el. Világossá téve azt, hogy mindkettejük érdekeit és igényeit figyelembe veszi, meg tudja győzni partnerét arról, hogy győztes-győztes megoldásra törekszik.



Természetes erősségei ebben a szakaszban:

- Egyensúlyban tartja törekvését az üzlet bármi áron való megkötésére azzal, hogy pontosan tisztában van, milyen ígéretet képes jelenleg felvállalni.
- Végigviszi az üzletfelet egy logikai folyamaton, amely az elvárásokkal kezdődik, és az elköteleződéssel fejeződik be.
- Az összképet tartja szem előtt, amikor véglegesíti az üzletet. Ez segítségére van abban, hogy egyensúlyt tartson az ügyfél elégedettsége és saját szervezetének határai között.

Valószínű hiányosságok ebben a szakaszban:

- Lelkesedése az értékesítési eredmények elérése iránt nem mindig vehető észre, így üzletfele megkérdőjelezheti elkötelezettségének mértékét az egyezség és őnmaga iránt is.
- Néhány ügyfél csak abban bízik, amelyet már személyesen is megtapasztalt. Nehéznek találhatja meggyőzni őket, hogy határozzák el magukat, ha nincs semmilyen múltbeli ismeretük önről.
- Előfordul, hogy az elvállalt kötelezettségeit egyértelműsíteni szükséges. A célkitűzés hiánya megnehezítheti, hogy megfeleljen a meghatározott elvárásoknak.

Hogyan fejlessze jellemvonásait ebben a szakaszban:

- Amikor a párbeszéd előre nem látható problémák miatt, váratlanul akadozik, kíséreljen meg előhozakodni valami új, teljesen rendhagyó megoldással, amely meggyőzheti partnerét.
- Ha az egyezkedés utolsó szakaszához ér, szánjon extra figyelmet az ügyfél számára lényeges konkrétumokra és eredményekre.
- Bizonyosodjon meg arról, hogy a megegyezésben szereplő összes elvárás tisztázott, valamint megfelelően dokumentált azért, hogy ne legyen kritikus, figyelmetlenségből adódó probléma a teljesítés során.



Nélkülözhetetlen, hogy gyorsan cselekedjen és döntsön, amikor ügyfele lelkesedni kezd és hajlandó a megállapodásra, mert így képes lesz teljesen kihasználni a kínálgzó lehetőséget. Mindazonáltal ne veszítse el türelmét és következetességét sem az utolsó akadálynál azzal, hogy megpróbálja erőltetni az elkötelezettség megszerzését. Emellett pedig, túlzásba vitt rugalmassága miatt sérülhetnek saját érdekei és szavahihetősége is. Mindaddig, amíg fenn tudja tartani a jó viszonyt az értékesítési folyamat során, olyan stabil bázissal fog rendelkezni, amelyhez visszatérhet váratlan problémák esetén.

Kaotikus zárás

Veszélyekkel járhat spontán módon következtetést hozni és siettetni az ügyfelet a döntéshozatal során mert ezzel kiszámíthatatlannak és érzéketlennek tűnhet. Legyen higgadt, hogy megszerezze partnere jóváhagyását, hagyjon elegendő időt mindkettejük számára arra, hogy átgondolják döntésük következményeit.

Erőltetett zárás

Kockázatos, amikor egy értékesítő túlzottan az eredményre koncentráll, mert ezzel kellemetlen érzéseket kelthet az ügyfélben. További veszélyt jelent, hogy az utolsó pillanatban partnere elveszítheti bizalmát az üzlettel kapcsolatban, ha túl kemény a rá nehezedő nyomás. Törekedjen arra, hogy felismerje a megalapozott aggodalmakat, és adjon lehetőséget más szempontok kifejtésére is.

Feltételes zárás

Amikor az értékesítés a megegyezéshez közeledik fontos, hogy ne finomhangolja a folyamatot addig, amíg a határozatlansággal már megakasztja a döntéshozatalt. Ügyfele elveszítheti lelkesedését, ha túlságosan szisztematikusan törekszik minden részletet bebiztosítani. Próbáljon megállni egy működőképes szintnél, hagyja az ajánlat többi részének kidolgozását a későbbiekre.

Engedékeny zárás

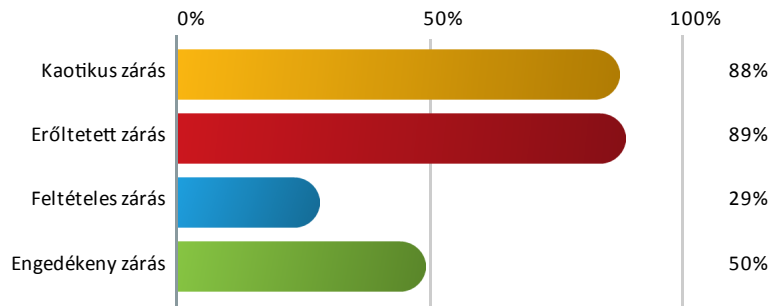
Elképzelhető, hogy az emberközpontú megközelítés egyfajta felhígult eredményhez vezet. Általánosságban gyengébb értékesítési eredménnyel járhat, valamint kellemetlen kötelezettségekkel. Próbálja meg elkerülni, hogy úgy változtasson az ajánlatán, amely jócskán túlmutat az előzetesen lefektetett határvonalakon. Ehhez megfelelő szintű önfegyelem szükséges, amikor egyensúlyt kell tartani az ügyfélnek nyújtott megfelelő szolgáltatás és a jó üzleti eredmény között.

Elkötelezettség megszerzése - Túlterhelt



Nem hajlamos
túlterhelni

Hajlamos
túlterhelni



Néhány mód, ahogyan túlterhelhet ebben a szakaszban:

- Időnként túl erőszakosnak tűnhet a tárgyalási stílusa, nem mindig van tisztában azzal, hogy mikor kell visszakozni egy tarthatatlan pozícióból.
- Szeret spontán cselekedni és megragadni a felmerülő lehetőségeket. Ezért azonban olyannak tűnhet, mint aki az utolsó pillanatban cselekszik.
- Esetenként túlzottan óvatosan vállal kötelezettségeket, így nem ad meg partnere számára mindent, amelyet az üzletből szeretne megkapni.

Hogyan csökkentse a túlterhelést ebben a szakaszban:

- Próbáljon meg magabiztosabb és rámenősebb lenni az értékesítés végső szakaszában azért, hogy a kötelezettségei és ígéretei reálisak maradjanak.
- Ne törekedjen túlzottan a mindkettejük számára előnyös szerződés elérésére, ha a kompromisszum hatékonyabb megoldás lehet az üzlet megszerzésére.
- Ne tűnjön túlságosan nyilvánvalónak, hogy megpróbálja ellenőrzése alá vonni a szerződés megkötését, mivel ezzel felbosszanthatja egyes ügyfeleit.

Értékesítési folyamat

Fontos az ügyféllel való kapcsolat ápolása és fejlesztése, mert így learathatja az előző munkáinak gyümölcsét és biztosítani tudja az újbóli üzletkötést. A viszony ápolása ugyanannyira fontos, mint a magas minőségű szolgáltatás. Győződjön meg arról, hogy a vállalások teljesítése közben is folyamatosan erősíti a kapcsolatot pl. a lelkesedésével, vagy tiszta üzleti etikájának megosztásával.

Ahhoz, hogy megfelelő eredményt érjen el, a következő négy lépésből álló folyamatot kell megvalósítani:

1. Átváltás a sikeres értékesítésből a megvalósításba
2. Új megrendelés folyamata / eladás követése
3. Ügyfél üzleti terv és támogató folyamatok kidolgozása
4. További értékesítési lehetőségek keresése

Értékesítési Jellemvonások

Ahhoz, hogy ebben a szakaszban megfelelően tevékenykedjen, kulcsfontosságú viselkedési jellemzőket kell felmutatnia - ezeket "Értékesítési Jellemvonásoknak" hívjuk. Négy különböző jellemvonással kell rendelkeznie ahhoz, hogy jól csinálja:

Ösztönző kapcsolatok

A kapcsolatok fenntartása, valamint új emberek megismerése hatékony módja az új értékesítési lehetőségek felbukkanására. Ugyancsak nagy jelentőséggel bír, ha rendszeres társasági eseményeken való részvétellel gondoskodik a viszony ápolásáról. Ez segítségére lesz abban, hogy kontaktusban maradjon ügyfeleivel, így azonnal reagálni tud majd az igényeikre.

Motiváció a végrehajtáshoz

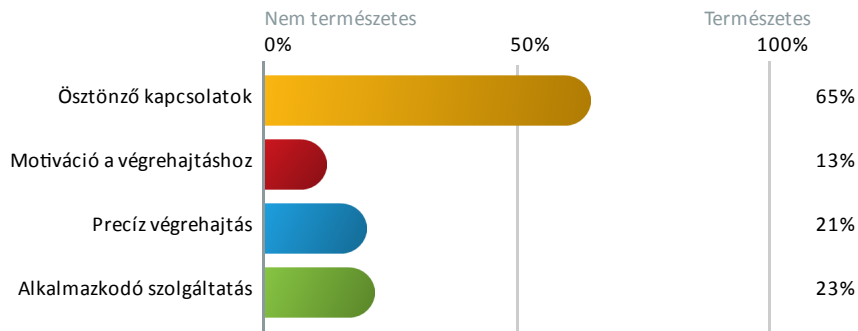
Az ügyfelek eredményeket akarnak, még a kedvezőtlen körülmények ellenére is. Ha megmutatja számukra, hogy mindenáron elvégzi a szerződésben foglaltakat, ezzel megszerzi a bizalmukat. Érezni fogják, hogy számíthatnak önre, mert azt a szolgáltatást nyújtja majd, amelyet elvárnak ettől a kapcsolattól.

Precíz végrehajtás

Mielőtt teljesíti a vállalásait, tervezze meg előre részletesen az egyes lépéseket azért, hogy ezzel biztosítsa az egész folyamat pontosságát. Így az ügyfelet meg tudja győzni arról, hogy tartani fogja a határidőket. Partnere nyugodtabb lesz, miután tanúbizonyságát látja megbízhatóságának és szervezettségének.

Alkalmazkodó szolgáltatás

Hozzon létre olyan környezetet, ahol az ügyfél a projekt bármely szakaszában információhoz juthat. Amikor egy tervet megvalósít, győződjön meg arról, hogy üzletfele valóban úgy érzi, teljesen be van vonva és naprakész ismeretekkel rendelkezik az egész folyamat során. Ez az összhang ugyanolyan fontos, mint a megfelelő kivitelezés, mivel partnere így megbizonyosodik az ön szolgáltatással kapcsolatos hozzáállásáról.



Természetes erősségei ebben a szakaszban:

- Remekül kíséri figyelemmel üzletfeleit. Gyakran követi nyomon az értékesítést azzal, hogy írásban méri fel partnerei elégedettségét, valamint lehetőséget kínál számukra, hogy visszajelzéseket adjanak.
- Tehetségesen delegál néhány feladatot környezetének, amikor partnerével kapcsolatosan utánkövetést végez, ezzel elősegíti az ügyfél elégedettségét, valamint az újbóli értékesítést.
- Jóllehet gyakran tűnik olyan embernek, mint aki a pillanat hevében cselekszik, valójában nagyon is odafigyel üzletfelei igényeire. Nagyon sok időt tölt el azzal, hogy biztosan elégedettek legyenek a szolgáltatásaival.

Valószínű hiányosságok ebben a szakaszban:

- Nem lehet könnyű meggyőznie partnerét arról, hogy folyamatosan képes új és érdekes üzleti lehetőségeket biztosítani számára.
- Amikor összeállítja azt, ahogyan megvalósítja vállalásait, terveiből hiányozhatnak a szükséges részletek, amelyekkel meggyőzi partnerét arról, hogy képes beválltani az ígéreteit.
- Erőfeszítésébe kerül, hogy a közös sikerre koncentráljon, így ügyfele azon kezdhet gondolkodni, talán máshol jobban kiszolgálják az igényeit.

Hogyan fejlessze jellemvonásait ebben a szakaszban:

- Bizonyosodjon meg róla, hogy a teljesítés mindig összhangban van azzal, amelyet előzetesen, ajánlatban egyeztettek azért, hogy ön és ügyfele egyaránt a célkitűzések irányában haladjanak.
- Ne ragaszkodjon túlságosan a bevett folyamatokhoz, amelyek esetleg akadályt jelenthetnek abban, hogy folyamatosan teljesítse ígéreteit és megfeleljen az ügyfél elvárásainak.
- Minden körülmények között próbálja megvalósítani azokat a feladatokat, amelyeket elvállalt azért, hogy ne sérüljön kapcsolata üzleti partnerével.



Az üzlet megszerzése után nélkülözhetetlen, hogy a megvalósítás összhangban legyen az egyezséggel. Ez a szakasz kritikus fontosságú ahhoz, hogy maximálisan ki tudja használni az ügyfél által kínált üzleti lehetőségeket. Nélkülözhetetlen a fennálló kapcsolatra építeni oly módon, hogy azonnal cselekszik, valamint folyamatos elkötelezettséget és feddhetetlenséget mutat, még jóval a megegyezés után is. A kifogástalan viszony fenntartása és fejlesztése pontosan ugyanolyan fontos, mint az üzlet elnyerése, hiszen új lehetőségeket nyithat meg ajánlás, vagy akár ismételt megrendelés formájában.

Szeszélyes végrehajtás

Ha gyors és kiszámíthatatlan módon cselekszik, kedvét szegheti ügyfelének, amely kihatással lehet a kapcsolatukra. Partnere elveszítheti a hitét, ha a teljesítés során csak helyel-közzel tesz eleget vállalásainak. Dokumentálja egyértelműen, hogy milyen kötelezettségei vannak, így nem veszíti azokat szem elől.

Személytelen megvalósítás

Fennáll annak a veszélye, hogy ügyfelével való kapcsolata sínyli meg, ha nagyon objektív és kizárólag az eredményre koncentrál. Partnere várhatóan hosszú távú együttműködésre törekszik, amely mindig új lehetőségeket hordoz magában és nem kizárólag egyszeri ajánlatra. Törekedjen a mélyebb, személyesebb viszonyra, amely egy hatékonyabb kapcsolat alapja lehet.

Bürokratikus kivitelezés

Akadályozhatja, hogy az időközben felmerülő új feladatokra reagálni tudjon, ha a teljesítés folyamata túlszabályozott. Ezen felül pedig a már meglévő kötelezettségek elvégzését is visszafoghatja. Ha nem nyitott az új lehetőségekre, azok eltűnhetnek és ügyfele úgy érezheti, hogy cserbenhagyta. Próbálja meg némi helyet hagyni a terveiben arra, hogy el tudja fogadni az új megbízásokat, amint azok felvetődnek.

Engedékeny teljesítés

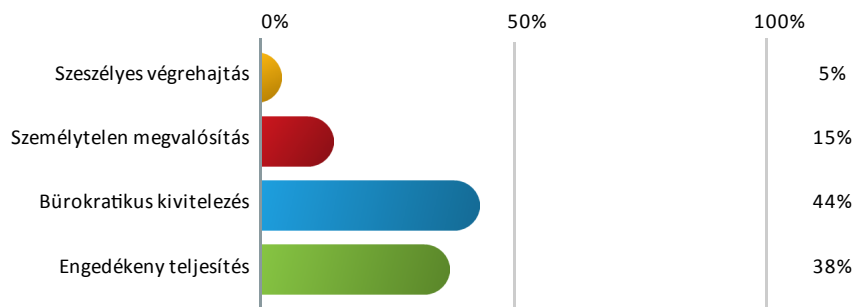
Túlságosan elfogadóvá válhat és többet ígérhet, mint amennyit el tud végezni, mert arra törekszik, hogy fenntartsa az együttműködést ügyfelével. Ne hagyja, hogy a kapcsolat miatt egyfajta nyomást helyezzen a saját vállára, és ezért többet ígérjen, mint amennyivel meg tud birkózni. Annak érdekében, hogy ne terhelje le erőforrásait, húzzon meg egy határt és tartson ki mellette.

Ügyfél támogatása; Ügyfél fejlesztése - Túlterheltség



Nem hajlamos
túlterhelni

Hajlamos
túlterhelni



Néhány mód, ahogyan túlterhelhet ebben a szakaszban:

- Előfordul, hogy túl nagy hangsúlyt fektet az üzletfelével való érzelmi kapcsolat kialakítására.
- Nehézséget okozhat üzletfelei támogatására időt szakítania, amikor új fejlemények merülnek fel.

Hogyan csökkentse a túlterhelést ebben a szakaszban:

- Kerülje el, hogy túl nagy hangsúlyt fektessen az érzelmi kapcsolat kialakítására partnerével, mivel elsősorban a vállalásait kell teljesítenie, hogy megmutassa kompetenciáját.
- Ne függjön túlságosan a tervektől, miközben teljesíti azt amit elvállalt. Előre nem látható fejlemények félrevihetik az ügyféllel való kapcsolatot.



Lumina Learning Ltd
Third Floor St George's House
Knoll Road
Camberley
GU15 3SY, UK

Lumina Learning

Sample Practitioner
Lumina Learning Ltd
Address Line
Town
County
Postcode

Date Questionnaire completed: 14/08/13 12:11:25

Date Portrait most recently regenerated: 17/12/20 16:51:13