

InoTec
TEKNOLOJİ ve YÖNETİM DANIŞMANLIĞI
Geleceği şekillendirir

ETKİN SATIŞIN PÜF NOKTALARI



DANIŞMANLIK VER



Eğitim ve danışmanlık satmak, daha satış aşamasında bu hizmeti vermeye başlar. İhtiyacın belirlenmesi, çözümlerin önerilmesi, eğitim veya danışmanlık programlarının yapılması, fiyat teklifinin sunumuna kadar geçen süreçte müşteriye düzgün iletişim yöntemlerini kullanarak sürekli olarak danışmanlık verilmesi gerekir. En başarılı satış projeleri etkin iletişimle ve doğru yönlendirmeyle kazanılır.

DİNLE



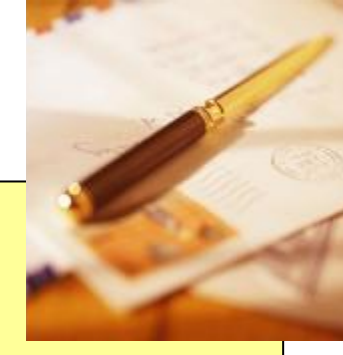
Konuşma, dinle. Sorularınla konuşmayı istediğin noktaya yönlendirmeye çalış. Kendi derdini, ürününü sürekli olarak anlatmayı bırak. Onu dinlemeye zaman ayır. Konuşurken lafını sakın kesme.

EMPATİ KUR



Kendini müşterinin yerine koy, onun ruh halini ve önceliklerini anlamaya çalış. Onun için sevin, onun için üzül. İçinde bulunduğu durumu, şirketindeki konumunu, yetkilerinin sınırlarını, neyi sevdiğini, neyi sevmediğini anlamaya çalış.

YAZIŞMALARINDA FORMAL KURALLARA DİKKAT ET



Yazışmalarda resmî yazım diline dikkat et.

ÖZEL HİSSETTİR



Müşterinin kendisini özel hissetmesini sağla. Onun için ön çalışma yaptığını, onun adına düşündüğünü kendisine hissettir.

HEDEFİNİ GÖZDEN KAÇIRMA



Aylık hedefini, yıllık hedefini algıla. Ona odaklan. Hedefin için çalış. Hedefini uzun vadede kararlılıkla yakalamaya çalış. Hedefini sürekli olarak kendi sınırlarını zorlayacak şekilde zorla. Azla yetinme, sürekli daha iyiyi yapmaya gayret et. Hedefin üstüne çıktığında rehavete kapılma. Hedefin altında kalınca demotivasyon yaşama. Mevcut performansını sürekli geliştirdiğinde hedefinin üzerine çıkarsın. Hedefin üstünde ve altında yakın bölgede dolaşman normaldir.

KURUMSAL KÜLTÜRÜ HİSSETTİR



Temsil ettiğin kurumu sattığını unutma. Kurumun yüceltilmesi ve tüm kurum çalışanlarının müşterilerin gözünde yüceltilmesi satmanı kolaylaştıracaktır. Sonuç olarak kurumun ve çalışanların sunduğu hizmetler, yüceltilmiş kurum ve çalışanlar tarafından sunulduğunda müşteriler almaya talip olacaklardır.



ARAŞTIR

Sürekli olarak araştırma içinde ol. İlişkileri, talepleri, rakipleri, eğitim ve danışmanlık konularını, kişileri, firmaları... Bunun için İnternet en önemli araç, ancak bununla yetinme, temasta olduğun kişileri araştırmanın aracı olarak kullan. Kendi performansını ilgilendiren konuları araştırmaya her zaman öncelik ver.

MERAK



Meraklı olmak iş hayatının en önemli sırrıdır. Etrafında olan olayları merak et, ilgilen, eğitimlerde katılımcıların yorumlarına kulak kabart, müşterilerin yaşadıklarına ilgisiz kalma. Merak ettiğin konular dedikodular, kişilerin özelı olmasın. Bunlara şahit olsan bile işinle ve görevinle ilgili değilse üzerinde durma.

GİZLİLİĞE DİKKAT ET



İçinde çalıştığın kurumun, çalışanların, müşterilerinin ve rakiplerin mahrem bilgilerinin ayırına var ve bunları korumaya dikkat et. Satarken konuşman gerekeceği için (kontrol dışı) bu bilgileri açığa sunman gerektiğini düşünebilirsin. SAKIN!

İHTİYACI AÇIĞA ÇIKAR



Gerçek ihtiyaç müşterinin her zaman dile getirdiği olmayabilir. Gerçek ihtiyacı ortaya çıkarmak için yöntemler geliştir (Eğitim/ Danışmanlık Talep Formu). İhtiyacı anlamak için bilgi toplamanın önemli olduğunu unutma. Çeşitli kanallardan bilgi topla (İnternet, çalışanlar, ilgili yetkililer, danışmanlar/ eğitmenler). Bilgileri bir araya getir ve analiz et. Bilginin tutarlılığını sakın gözden kaçıрма.

BAĞLANTİYİ KOPARMA



Satışta süreklilik, kurulan bağlantının gücü ile doğru orantılıdır. Bağlantı kur, bağlantıyı sürekli olarak beslemeye çalış. Bir kurumda sadece bir değil, birden fazla bağlantın olsun. Onlarla sürekli olarak temasta ol. Satışta başarıya ulaşmak için o bağlantılara mutlaka ihtiyacın olacak. O bağlantıları kurumda kaybettiğinde mutlaka yerine birilerini koy.

DESTEK AL



Müşterilerinden gelen geniş yelpazede talepleri algılamakta zorlanabilirsin. Bu tür durumlarda mutlaka Proje Sorumlusu, Eğitmen veya Danışmanlardan destek iste. Destek istemeyi, işi onlara takip ettirmek olarak algılama. İşin baştan sona sahibi sensin. Sen sadece destek alacaksın. Destek talep ettiğinde, işin senden çıkmış olduğunu düşünme. Sonuca odaklan ve desteği bir an önce alarak süreci tamamla.

DETAYLARDA BOĞULMA



Detaylara saplanıp kalma. Büyük resmi görmeye çalış. Bir eğitim programına değil, takvimde bulunan tüm eğitimlere aynı anda bakmaya çalış. Birkaç gün sonra açılacak olan eğitime odaklanma sadece. Haftayı, ayları ve hatta yılları görmeye çalış. Hedefini uzun vadede görmeye çalış. Uzun vadede hedefini yakalamaya çalış.

SOĞUKKANLILIĞINI KORU



Başarısız olduğunu hissettiğinde paniğe kapılma. Uzun vadeli düşün. Hedefine kısa vadeli bakma. Uzun vadeli, stratejik kararlarla hedefine adım adım ulaşmaya çalış. Soğukkanlılığını kaybettiğinde her şeyin daha kötü olacağını unutma. Moralini yüksek tut. Çevrene olumlu mesajlar ver. Kendine inan. İyi niyetle gayret sarf edip hedefine ulaşmak isteyen hiç kimse başarısız olmamıştır. Her başarısızlıkta aynı zamanda başarı gizlidir. Başarısızlık, öğrenmen için fırsattır. Bu fırsatları kaçırmamaya çalış. Öğrendiğin için mutlu ol. Kendine "Ne öğrendim?" sorusunu sürekli sor.

İLİŞKİLERİNDE İÇTEN AMA MESAFELİ OL



Müşterilere içten ol. İçtenliğini hissettir. Sıcak iletişim kurmaya çalış. Bunu yaparken formelliğe dikkat etmelisin. Müşterilerinle sosyal ortamlarda iş dışında organizasyon yapma. Arkadaş olduğunda daha fazla satacağın yanılgısına kapılma.

BAKİŞ AÇINI DEĞİŞTİR



Bazen bakış açını değiştirmen içinde bulunduğun kısırdöngüden çıkman için tek yoldur. Bir sarmalın içinde olduğunu hissettiğinde, düşün. Yaptıklarına geriye dönük olarak bak. Aynı şeyleri yaparak farklı sonuç elde etmeyi bekleme. Sonucu değiştirmek için farklı şeyler yapmaya çalış.

HEDEF KİTLE



Sattığın eğitimin gerçek hedef kitlesinin kim olduğunu anla. Kalite yöneticileri ve insan kaynakları kendi ilgi alanları dışındaki eğitimlerde sadece araçtır. Hedef kitleye ulaşmanın yolunda dururlar. Hedef kitle eğitimin bilgi içeriğine ihtiyaç duyanlardır. Onlara ulaşmanın yollarını ara.

KAYNAĞA ULAŞ



Sattığın ürünün veya hizmetin alıcılarını bulabilmek için kaynağa ulaşmalısın. Bu, bazen bir dernek, bazen bir danışmanlık şirketinin referansı, bazen bir toplantı veya sosyal paylaşım sitesi olabilir. Kaynağın varlığına inan. Bulmadan bu işin kolay olmayacağını aklından çıkarma.