AKADEMIA DOBREJ OFERTY SCCOT cz. 2

Jak zbudować relację z klientem?

PAWEŁ KACZMAREK

Zbudowanie dobrej relacji z klientem jest bardzo istotne. To dodatkowe punkty, które przydadzą się na zatłoczonym, konkurencyjnym rynku. Ale od początku.

Podobnie jak z pierwszym wrażeniem podczas spotkania, tak i podczas rozmowy telefonicznej lub wymiany korespondencji e-mail można zbudować lub zrujnować wyobrażenie klienta na nasz temat. Ważne więc, by podczas rozmowy już samo odebranie telefonu i powiedzenie „słucham" było przyjemne i zachęcało do rozmowy. Nie bez znaczenia jest także wygląd naszej wiadomości e-mail i język, jakim się posługujemy. Uprzejma rozmowa z uśmiechniętym człowiekiem, czy też pozytywna korespondencja na pewno zapadnie w pamięć klienta, który przecież potencjalnie będzie rozmawiać także z konkurencją. Dobra relacja spowoduje, że klient zacznie nam ufać, otworzy się, powie nam więcej niż innym. Mając dobry kontakt, nie będziemy mieć oporu, by zadzwonić do klienta i zapytać o decyzję, a nawet wypytać o oferty konkurencji. Często dzięki dobrym relacjom dochodzi do dalszych negocjacji – nawet, jeśli nasza oferta nie jest najtańsza. Nawet jeśli nie zostaniemy wybrani, szczera informacja zwrotna od klienta jest na wagę złota. Jak podnosić relację na wyższy poziom? Korporacyjni handlowcy uczeni, są aby jak najszybciej przybliżyć się do klienta. **Skorzystaj z tej techniki.**
Jeśli klient napisze e-mail, warto przejść na poziom wyżej i porozmawiać przez telefon.
Jeśli pierwszym kontaktem będzie telefon, wyższym poziomem kontaktu będzie spotkanie.
Jeśli wizyta u klienta nie jest możliwa, można zorganizować konferencję on-line.
Podnoszenie relacji na wyższy poziom nie oznacza uległości czy też konieczności schlebiania klientowi. Warto pamiętać, że obie strony mają sobie coś do zaoferowania. My mamy wiedzę i umiejętności, klient ma pieniądze i potrzeby. Obie strony coś od siebie chcą i nikt nikomu nie robi łaski. My nie musimy u tego klienta nic wykonywać – tak jak on nie musi korzystać z naszych usług. Jednak jeśli obie strony złapią relację, cały proces prowadzący do sprzedaży jest krótszy, przyjemniejszy i bardziej efektywny.

Podsumowując: bądź szybki, odpowiadaj pełnymi zdaniami na e-maile. Odbieraj i oddzwaniaj z miłym tonem w głosie. Odpisuj na smsy, stosuj emotikony, bądź słowny. To wszystko zbuduje dobry grunt i ułatwi nie tylko sprzedaż, ale także realizację kontraktu.