AKADEMIA DOBREJ OFERTY SCCOT cz. 3

Wygrywają pierwsi – czy czas, w jakim złożymy ofertę, wpływa na decyzję klienta?

PAWEŁ KACZMAREK

Badania wskazują, że klient, otrzymując 10 zapytań ofertowych, ostatecznie rozmawia tylko z 3 firmami. Najczęściej są to firmy, które odpowiedzą najszybciej. Firmy ze spóźnioną reakcją mają straconą pozycję na samym starcie. Dzieje się tak z bardzo prostej przyczyny – klienci także są zabiegani, zalatani i zwyczajnie mają rozproszoną uwagę. Jeśli weźmiemy pod uwagę też poprzednią wskazówkę, że świadoma firma nawiązuje i zacieśnia relację z klientem, każdy następny oferent jest w trudniejszym położeniu.

Oczywiście wykonanie dobrej oferty wymaga czasu, dlatego pierwsza reakcja nie oznacza zawsze wyścigu, kto złoży pierwszą ofertę. Sposobów na szybką reakcję jest bardzo dużo. Należy uczynić z niej element strategii obsługi klienta. A oto kilka przykładów:

- w przypadku kontaktu klienta poprzez maila, absolutną podstawą jest autoresponder, który potwierdzi otrzymanie wiadomości i poinformuje o kontakcie zwrotnym. Zazwyczaj będąc na budowie, nie ma przecież czasu na ręczne odpisywanie na maile;
- następnie zgodnie z obietnicą należy się skontaktować – koniecznie tego samego dnia;
- w przypadku rozmowy telefonicznej po jej zakończeniu dobrze jest napisać smsa z podziękowaniem za kontakt i przesłanie adresu e-mail, na który klient może wysłać swoje dane;
- w drugim kroku dobrym sposobem na zyskanie cennego czasu, a zarazem dowodem na profesjonalne podeście do tematu jest wysłanie klientowi prośby o uzupełnienie formularza lub kwestionariusza, w którym klient określi np. charakterystykę swojego budynku. Przyśpieszy to znacznie przygotowanie oferty i pozwoli przygotować się do rozmowy pogłębionej o potrzebach ukrytych klienta.

Sposobów i pretekstów do szybkiego kontaktu jest bardzo dużo i świetnie działają.

Niezależnie od powyższych metod na szybką reakcję, ostatecznie klient czeka na ofertę. Powinna ona pojawić się nie później niż w ciągu 3 dni roboczych. By wykonać oferty sprawnie i szybko, stosuj kilka sprawdzonych metod:

- przygotuj szablony ofert z gotowymi opisami i zwrotami,
- duplikuj oferty wcześniejsze, które przygotowałeś dla innych klientów,
- korzystaj z kartotek i baz danych, by nie trzeba było ręcznie wpisywać do ofert produktów i czynności.

O możliwościach tworzenia ofert szybkich i profesjonalnych przeczytasz więcej na www.sccot.pl