

PODSETNIK PRED SASTANAK

Sedam pitanja kada kupac kaže *da je skupo*

Kada kupac izgovori tu reč, retko govori o novcu. Ovo su pitanja koja otkrivaju o čemu zapravo razgovarate pre nego što spustite cenu.

„Skupo je“ je najkraći mogući opis nečega što kupac još nije izgovorio do kraja. Ponekad znači da nema budžet. Ponekad da ne razume razliku. Ponekad da mu neko drugi donosi odluku, pa mu treba izgovor. Ponekad želi popust i zna da ga mnogi daju na prvu reč.

01 Provera konkurencije

„*Da je cena ista kod nas i kod konkurenta, koga biste izabrali?*“

Odgovor „vas“ znači da je cena stvarna prepreka. Odgovor „njih“ znači da je cena bila pristojan način da vam to saopšte. Popust tada ne menja ishod, menja samo maržu.

02 Izolovanje prigovora

„*Ako rešimo pitanje cene, postoji li još nešto zbog čega ne biste izabrali nas?*“

Tražite spisak unapred, pre nego što posle cene naletite na rok isporuke, referencu ili nekoga iz tima ko je protiv.

03 Sa čim poredi

„*Kada kažete da je skupo, sa čim tačno poredite našu ponudu?*“

Sa drugom ponudom, sa prošlogodišnjom cenom, sa onim što je zamišljao pre nego što je pitao, ili sa onim što sada plaća nekom drugom. Četiri odgovora, četiri različita razgovora.

04 Razlika u iznosu

„*Kolika je razlika između naše ponude i one koju trenutno razmatrate?*“

Pre nego što date bilo šta, saznajte o kom iznosu uopšte govorite. Popust od deset odsto na razliku od tri odsto je sedam odsto poklonjene marže.

05 Šta bi opravdalo cenu

„Šta bi naša ponuda trebalo da ima da biste rekli da ova cena ima smisla?“

Odgovor kupac sastavlja sam i time vam kaže šta vrednuje. Čovek koji nema nameru da kupi obično nema ni odgovor.

06 Budžet ili vrednost

„Da li je problem što ponuda prelazi budžet koji ste planirali ili ne vidite dovoljno razloga da platite ovu razliku?“

Budžet se rešava obimom ponude i dinamikom plaćanja. Vrednost se rešava samo povratkom na razgovor o tome šta kupac dobija.

07 Pitanje odluke

„Ako bismo pronašli rešenje koje vam odgovara i po ceni i po onome što dobijate, da li biste bili spremni da donesete odluku?“

Ostavite za kraj. Oba odgovora su korisna. Jedan vam daje posao, drugi vam vraća vreme.

Kako ih koristiti

Nijedan razgovor ne podnosi svih sedam pitanja. Dva do tri su dovoljna, birana prema tome šta ste već čuli od kupca.

Ton odlučuje koliko će ona raditi. Ista rečenica izgovorena kao provera zvuči kao interesovanje, a izgovorena kao odbrana zvuči kao ispitivanje.

Posle pitanja, sačekajte. Kupcu treba nekoliko sekundi da sastavi odgovor koji nije uvežban. Prodavac koji popuni tu pauzu svojim objašnjenjem ostaje bez informacije zbog koje je i pitao.

ISTRAŽIVANJE

Nil Rakam, istraživanje kompanije Hutvejt sprovedeno na 35.000 prodajnih razgovora tokom dvanaest godina: iskusni prodavci dobijaju manje prigovora zato što su naučili da ih predupređuju, a prigovori na cenu i vrednost pokazuju da potreba kupca nije bila dovoljno razvijena.

Neil Rackham, *SPIN Selling*, McGraw-Hill, 1988, poglavlje 6.



Pola.Če(o)tvrtkom

Jedan princip iz prakse nedeljno, objašnjen na konkretnom primeru.

pola.ceo/skupo