THE SALES GATE – BUDOWANIE RELACJI

Przeprowadź z klientem rozmowę w 100% skupioną na nim, nie na Tobie i zdecydowanie nie na Twoim produkcie. Potrzebujesz zebrać tyle danych, abyś był w stanie napisać o nim całą stronę A4 (jako notatkę po spotkaniu). Zadawaj pytania, które dotyczą również sfery prywatnej tak, aby poznać go jako człowieka, a nie tylko jako klienta. Pomyśl o sytuacjach kiedy budowałeś swoje obecne przyjaźnie. W jaki sposób do tego doszło? Jak wtedy prowadziłeś rozmowy?

Przykłady pytań pogłębiających:

1. Sprzedajesz produkt określony w czasie. Klient mówi, że nie będzie go w tym terminie.

- Ty: Dlaczego?
- Klient: Sprawy rodzinne
- Ty: A co ważnego dzieje się w Twoim życiu w tym czasie?
- Klient: Moja żona rodzi.
- Ty: Wow to super! Gratuluję! To pierwsze, czy kolejne?
- Klient: Drugie.
- Ty: A w jakim wieku jest pierwsze? Synek, czy córka?
- Klient: 7 lat, na imię ma Kasia.
- Ty: To powodzenia na sali porodowej. Kiedy myślisz będzie najlepszy czas, żebyśmy wrócili do rozmowy na temat przyszłej współpracy?

Dowiedziałeś się czegoś o rodzinie. Następnym razem jak będziesz rozmawiał pogratuluj i zapytaj się jak ma się żona i noworodek. Zapytaj jak dali mu na imię. Bądź szczerze tym zainteresowany!

2. Dzwonisz kolejny raz do klienta i słyszysz w słuchawce głos dzieci. Pytasz:

- Ty: Chyba zastałam Cię z rodzina?
- Klient: Tak właśnie wiozę je na basen
- Ty: A to w jakim wieku masz dzieci?

- Klient: 4 i 5 lat
- Ty: Chłopcy, czy dziewczynki?
- Etc.

Następnym razem jak będziesz rozmawiał zapytaj się jak idzie pływanie dzieciom. Jak zdobędziesz imiona to zapytaj konkretnie podając imiona.

3. Klient mówi Ci, że nie ma średnie doświadczenie z usługami takimi jak Ty:

- Ty: A z czego to wynika?
- Klient: Kiedyś skorzystałem i straciłem pieniądze
- Ty: Mógłbyś mi więcej powiedzieć co dokładnie się wydarzyło?
- Klient: Wykupiliśmy miesięczną obsługę, wydałem pieniądze I zaangażowałem zespół, więc to dodatkowy koszt, a w efekcie nie wygenerowaliśmy tym kanałem ani jednego klienta.
- Ty: Przykro mi to słyszeć. Jak Ci się wydaje dlaczego tak się stało?
- Etc.

Najważniejsze, abyś wdrożył to jako nawyk i przede wszystkim był naturalnie zainteresowany Twoim klientem. To nie może brzmieć jak odpytywanie na przesłuchaniu. Jeśli naprawdę nie będziesz nim zainteresowany, to wierz mi klient to wyczuje. Potrzebujesz włączyć empatię.