



Το κλείσιμο της πώλησης στην απαιτητική αγορά Πληροφορικής

Το κλείσιμο της πώλησης (πωλησιακό κλείσιμο) είναι η τελική και πιο δύσκολη φάση, κατά την οποία ο πωλητής προσπαθεί να πετύχει το σκοπό του και να κλείσει επιτυχώς τον κύκλο πώλησης με τον δυνητικό αγοραστή. Σε αυτήν τη φάση ο πωλητής χρειάζεται να ακολουθήσει τη σωστή προσέγγιση, να κάνει μια αποτελεσματική παρουσίαση και να αντιμετωπίσει τις τελευταίες αντιρρήσεις του δυνητικού αγοραστή με ιδιαίτερη επαγγελματική τέχνη.

Του **Σωτήριου Ησαΐα**, Επιστημονικού Συμβούλου εκπαίδευσης στελεχών, sotirios.issaias@outlook.com

Ο δυνητικός αγοραστής θα εξακολουθεί να αντιστέκεται μέχρι να υπογράψει την παραγγελία, καθυστερώντας την απόφαση αγοράς της τεχνολογικής υπηρεσίας ή προϊόντος, έως ότου διασφαλίσει ότι τα ωφελήματα του προϊόντος ή της υπηρεσίας θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες του. Η μοναδική ιδιαιτερότητα που χαρακτηρίζει την αγορά της τεχνολογίας, όπου διαθέτονται ανά εξάμνηο νέα βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, έχει ως αποτέλεσμα να επιθυμούν όλοι τις νέες αναβαθμισμένες τεχνολογικές υπηρεσίες ή προϊόντα, παρότι οι τελευταίες τους αγορές μπορεί να είναι πολύ πρόσφατες. Αυτή η αβεβαιότητα αποτελεί και τη βάση για τις περισσότερες αντιρρήσεις των δυνητικών αγοραστών. Γι' αυτό ο πωλητής θα πρέπει να βοηθήσει ουσιαστικά τον δυνητικό αγοραστή να ξεπεράσει κάθε αμφιβολία, εφαρμόζοντας την πιο κατάλληλη μέθοδο πωλησιακού κλεισίματος. Μία από τις δυσκολίες των πωλητών στην αγορά τεχνολογίας και όχι μόνο, είναι να αντιληφθούν ποια είναι η κατάλληλη στιγμή για να επιχειρήσουν το πωλησιακό κλείσιμο, εξασφαλίζοντας την παραγγελία από τον δυνητικό αγοραστή. Γνωρίζοντας ο πωλητής άριστα το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρείας του, όπως εξυπακούεται, θα πρέπει να γνωρίζει αντίστοιχα και τα

προϊόντα και υπηρεσίες των ανταγωνιστριών εταιρειών, επικεντρώνοντας όλες του τις προσπάθειες στον δυνητικό αγοραστή. Όταν αντιληφθεί μία υπονοούμενη ένδειξη ότι η πωλησιακή συνάντηση έχει πλησιάσει στην επίτευξη του καθορισμένου στόχου, τότε και μόνο τότε θα πρέπει να επιχειρήσει το πωλησιακό κλείσιμο με την πιο κατάλληλη μέθοδο.

Η κατάλληλη στιγμή

Ο δυνητικός αγοραστής μπορεί να δείξει με την έκφραση του προσώπου του, με την εξωτερική του ενθουσιασμού του ή με τον τρόπο που ελέγχει τις αποφάσεις μέσα στην ίδια του την εταιρεία, ότι είναι έτοιμος να αγοράσει. Βεβαίως, η εμπειρία έχει δείξει ότι καλές στιγμές για να δοκιμάσει ο πωλητής να κάνει το πωλησιακό κλείσιμο είναι :

- Ο χειρισμός μίας αντίρρησης από τον πωλητή που ικανοποιεί τον δυνητικό αγοραστή
- Όταν ο δυνητικός αγοραστής συμφωνήσει ότι ένα προϊόντικο ωφέλημα που αναφέρθηκε είναι σημαντικό
- Όταν ο δυνητικός αγοραστής εκφράζει κάποιο θετικό σχόλιο προς το τέλος της παρουσίασης

• Όποτε διατυπώνει ο δυνητικός αγοραστής κάποια ερωτήματα προς το τέλος της παρουσίασης σχετικά με το προϊόν, τη χρήση του και, ειδικότερα, με το χρόνο παράδοσης

Ο πωλητής μπορεί διακριτικά, ή με συγκεκριμένες προσεκτικά διατυπωμένες ερωτήσεις ή με «ερώτηση σφυγμομέτρησης», να δοκιμάσει να κάνει κάποιο δοκιμαστικό πωλησιακό κλείσιμο, το οποίο διερευνά εάν ο δυνητικός αγοραστής έχει αρχίσει να διαμορφώνει την πρόθεση του για να δεσμευτεί.

Μέθοδοι

Η τεχνική του πωλησιακού κλείσιματος υποστηρίζεται από άριστες επιστημονικές μεθόδους, όπως είναι οι ακόλουθες:

Με υποθετική συναίνεση, με δύο εναλλακτικές λύσεις, με περιληπτική ανακεφαλαίωση, με τις αιτίες και τα ωφελήματα

Η πρώτη μέθοδος, **υποθετική συναίνεση**, όπου ο δυνητικός αγοραστής προβάλλει αντίσταση και ο πωλητής προβάλλει ότι έχει πετύχει το σκοπό του, βασίζεται στην υπόθεση ότι ο δυνητικός αγοραστής έχει ήδη πάρει την απόφαση να αγοράσει. Γενικά -και ειδικά- ο πωλητής δεν δίνει τη δυνατότητα στον δυνητικό αγοραστή να δεχθεί ή να αρνηθεί, αλλά του προσφέρει μόνο την ευκαιρία να δεχτεί τη συναλλαγή και να διαλέξει τη λύση που θεωρεί πιο συμφέρουσα και ικανοποιητική.

Όταν, ωστόσο, η πωλησιακή παρουσίαση της τεχνολογικής υπηρεσίας ή του τεχνολογικού προϊόντος είναι μακροσκελής και αναφέρεται σε πολλά χαρακτηριστικά και ωφελήματα, τότε το στέλεχος της πώλησης πρέπει να χρησιμοποιεί τη μέθοδο της **περιληπτικής ανακεφαλαίωσης**, διότι υπενθυμίζει μόνο εκείνα τα χαρακτηριστικά και ωφελήματα που εντυπωσίασαν περισσότερο τον δυνητικό αγοραστή κατά τη διάρκεια της πώλησης, βεβαιώνεται ότι δεν παρέλειψε τίποτα και, φυσικά, **επικυρώνει** ότι ο δυνητικός αγοραστής έχει κατανοήσει όσα άκουσε, με τον τρόπο που ο πωλητής επιθυμεί.

Συνεχής υποστήριξη

Είναι σημαντικό να γνωρίζουν τα στελέχη πωλήσεων ότι το πωλησιακό κλείσιμο δεν ολοκληρώνεται με την υπογραφή εξασφάλισης της παραγγελίας. Ο πωλητής πρέπει να συντονίσει την υλοποίηση της εμπορικής συναλλαγής και μέσα στην εταιρεία του, αλλά και να ξανασυναντήσει τον πελάτη του για να συζητήσουν τη παραλαβή της παραγγελίας. **Στην τεχνολογική αγορά ο πωλητής πρέπει συνεχώς να παρέχει υποστήριξη και βοήθεια στους πελάτες του για να εξασφαλίζει την αντίστοιχη ικανοποίηση. Μόνο όταν ο πελάτης αποκομίζει τα ωφελήματα της τεχνολογικής υπηρεσίας ή του τεχνολογικού προϊόντος που αγόρασε ο πελάτης, τότε έχει κλείσει η πώληση και η πωλησιακή συναλλαγή έχει ολοκληρωθεί.** Όταν ο πωλητής εξασφαλίσει την παραγγελία και είναι έτοιμος να αποσυρθεί από την πωλησιακή συνάντηση πρέπει να επιβεβαιώσει στον πελάτη ότι πήρε μια σωστή απόφαση και να αποχωρήσει χωρίς περιττές συ-

ζητήσεις που πολύ πιθανόν θα ζημιώσουν τη πωλησιακή συναλλαγή. Εάν, ωστόσο, ο πωλητής δεν εξασφαλίσει την παραγγελία θα πρέπει και πάλι να ξαναρχίσει την προσπάθεια, διότι η διαφορά αντιλήψεων και συμπεριφορών πάντα υπάρχουν μέσα στην κοινωνία και την αγορά. Αν, όμως, ο πωλητής έχει κάνει επανειλημμένες απόπειρες για να εξασφαλίσει την παραγγελία δίχως το επιθυμητό αποτέλεσμα, θα πρέπει να διατηρήσει μια ευνοϊκή επαγγελματική σχέση για μια μελλοντική επαναληπτική συνάντηση. **Η σχέση μεταξύ πωλητή και πελάτη ή δυνητικού αγοραστή είναι το πιο δυναμικό συναλλακτικό εργαλείο για κάθε εταιρεία.** Η εξασφάλιση της παραγγελίας είναι η αρχή της πωλησιακής συναλλαγής όπου ξεκινά το ενδιαφέρον και η δράση για την αγοραστική αφοσίωση του πελάτη. Ο πωλητής οφείλει, με επαγγελματική διακριτικότητα, να συνεχίζει να επικοινωνεί με τον πελάτη για συνεχή ενημέρωση της ικανοποίησης των αναγκών του, διότι **ο πωλητής είναι ο λύτης των προβλημάτων του κάθε πελάτη.**

Μόνο με αυτόν τον τρόπο επιβεβαιώνει ο πελάτης ότι η απόφασή του ήταν ορθή και προς όφελος της εταιρείας του. **nw**

Who is who?

Ο Σωτήρης Ησαΐας είναι Sales Manager της Telecom Italia Sparkle Ελλάδος του Ομίλου Telecom Italia. Ταυτόχρονα, είναι επιστημονικός σύμβουλος-εισηγητής εταιρικών σεμιναρίων σε θέματα σχετικά με τον εμπορικό τομέα των αγορών και με εξειδίκευση στις τεχνικές εταιρικών πωλήσεων, διαπραγμάτευσης και επικοινωνίας, εξυπηρέτησης εταιρικών πελατών, coaching και ηγεσίας. Είναι κάτοχος ΒΑ. στις Πολιτικές Επιστήμες του Concordia University από το Μόντρεαλ Καναδά, ΜΑ. στις Διεθνείς Σχέσεις του University of Indianapolis από τις ΗΠΑ και Graduate Diploma στη Διοίκηση Δημοσίων Σχέσεων του McGill University από το Μόντρεαλ Καναδά. Έχει παρακολουθήσει σεμινάριο σε θέματα διαπραγμάτευσης από το Harvard University. Συμμετέχει ενεργά σε συνέδρια πωλήσεων, marketing, τηλεπικοινωνιών και data storage στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Είναι τακτικό μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Marketing του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, του Ινστιτούτου Διεθνών Σχέσεων του Παντείου Πανεπιστημίου και μέλος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας. Είναι μέλος των Ελληνοαμερικανικού και Ελληνοκαναδικού Εμπορικού Επιμελητηρίου. Έχει διεθνή εμπειρία από την αγορά του Καναδά σε θέματα εξυπηρέτησης σημαντικών εταιρικών πελατών (Key Account Management) και από το 1999 εργάζεται στην Ελλάδα στην ιδιωτική αγορά των τηλεπικοινωνιών, του διαδικτύου, της Πληροφορικής και του data storage σε σχετικές διευθυντικές θέσεις. Έχει συνεργαστεί σε θέματα εταιρικής εκπαίδευσης με την PriceWaterhouseCoopers, το Deere College και τη Ναυτεμπορική.

Ως Σύμβουλος Εταιρικής Εκπαίδευσης, έχει εκπαιδεύσει δεκάδες στελέχη πολυεθνικών και ελληνικών εταιρειών και από το 2000 δίνει συνεντεύξεις στην ελληνική και καναδική τηλεόραση, καθώς επίσης και σε διάφορα επιστημονικά περιοδικά. **E-mail: sotirios@issaias.gr, sotirios.issaias@outlook.com**