

SALES TRENDS

Η πωλησιακή παρουσίαση ως τεχνική του διαλόγου και όχι του μονολόγου

Του Σωτήρη Ησαΐα, Professional Sales Trainer*, [LinkedIn.com/in/sotiriosissaias](https://www.linkedin.com/in/sotiriosissaias), sotirios.issaias@outlook.com

Διανύοντας την εποχή της 4ης βιομηχανικής επανάστασης με την ψηφιοποιημένη επικοινωνία και στελέχη άριστα καταρτισμένα με βαθιές γνώσεις σύγχρονου management και marketing, οι σημερινές παρουσιάσεις πωλήσεων μέσα από ένα laptop και ένα projector, είναι ξεπερασμένες.

Οι σημερινοί πωλητές πρέπει να αλλάξουν άρδην τον στατικό τρόπο της πωλησιακής παρουσίασης. Αποφεύγοντας το μονόλογο και εφαρμόζοντας τον διάλογο, μπορούν με τη τεχνική της διατύπωσης ερωτήσεων να κάνουν αλματώδη βήματα στην επίτευξη θετικής έκβασης, με συντομότερο χρόνο κύκλου πώλησης.

Όταν μιλάμε για πωλησιακή παρουσίαση, εννοούμε μια επαγγελματική διαδικασία, ευέλικτη και προσαρμόσιμη, φτιαγμένη από μια ακολουθία ενεργειών, τις οποίες διέρχεται ο πωλητής βήμα-βήμα, επιδέξια και αποτελεσματικά. Μια σωστή πωλησιακή παρουσίαση συνοδεύεται πάντα από ένα ανάλογο κείμενο διαλεκτικής ομιλίας, το οποίο γράφει το αρμόδιο στέλεχος μάρκετινγκ για το Τμήμα Πωλήσεων. Οι πιο αποτελεσματικές πωλησιακές παρουσιάσεις είναι εκείνες που ξεκινούν θέτοντας ένα πρόβλημα. Μετά, το αναπτύσσουν και στη συνέχεια, αναφέρουν το προϊόν και εξηγούν πως αυτό θα λύσει το πρόβλημα. Ύστερα, τεκμηριώνουν τη λύση με ακλόνητα επιχειρήματα και μαρτυρίες.

ΤΟ «ΑΝΟΙΓΜΑ»

Το πρώτο βήμα της διαδικασίας είναι το «άνοιγμα». Δεν αναφερόμαστε στον χαιρετισμό ή στη χαλαρωτική προκαταρκτική κουβέντα. Αναφερόμαστε στην

ουσιαστική έναρξη της πραγματικής πωλησιακής παρουσίασης. Σκοπός του ανοίγματος είναι να προκαλέσει την προσοχή και να διεγείρει την περιέργεια του δυνητικού αγοραστή. Γι' αυτό, συχνά το «άνοιγμα» βασίζεται σε μια από τις παρακάτω μεθόδους ή είναι συνδυασμός αυτών, χωρίς όμως να αποκαλύπτει ποιο είναι το προϊόν που θα συζητηθεί:

1. Υπενθύμιση μιας ανάγκης ή ενός προβλήματος.
2. Υπόσχεση ενός ωφελήματος.
3. Δήλωση που παρακινεί.

Η ΑΠΟΚΑΛΥΨΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

Αφού αποφασίσει ο πωλητής για το «άνοιγμα», το επόμενο βήμα είναι η εφαρμογή της τεχνικής διατύπωσης ερωτήσεων, για την αποκάλυψη των αναγκών του δυνητικού αγοραστή. Ο πωλητής βλέπει τον εαυτό του ως υπομονετικό, επιδέξιο ερευνητή γεγονότων, που μπορεί να κατανοήσει προβλήματα του δυνητικού αγοραστή και με τα προϊόντα του να προτείνει την πιο ευνοϊκή και αποτελεσματική λύση. Για να το κατορθώσει αυτό, εφαρμόζει την τεχνική διατύπωσης ερωτήσεων, παρόλο που έχει μελετήσει εκ των προτέρων τις ανάγκες του δυνητικού αγοραστή. Η επανεξέταση των αναγκών καταξιώνει τον πωλητή στα μάτια του δυνητικού αγοραστή, ο οποίος τον βλέπει ως επαγ-

γελματία που ικανοποιεί ανάγκες. Αυτό είναι το είδος της εικόνας που πρέπει να αναζητά κάθε πωλητής. Σε αυτό το βήμα της διαδικασίας, η διατύπωση ερωτήσεων είναι η πιο σημαντική και ζωτική ικανότητα, επειδή εξασφαλίζει τη συμμετοχή. Είναι απαραίτητο ο δυνητικός αγοραστής να συμμετέχει από την αρχή στη διαδικασία, να αισθάνεται ότι αποτελεί τμήμα της και να ανταποκρίνεται. Έτσι, ο πωλητής αποκτά αντίληψη για τη νοοτροπία του αγοραστή σχετικά με το θέμα. Αντιλαμβάνεται αν ενδιαφέρεται ή όχι, τον βαθμό ενημέρωσης και εμπειρίας που διαθέτει, το είδος της προσωπικότητάς του και την τωρινή του κατάσταση σχετικά με τις ανάγκες του. Εξυπακούεται ότι για να πετύχει αυτό το είδος συνολικής ανταπόκρισης, ο πωλητής δεν επιδιώκει μονολεκτικές απαντήσεις που εκφράζουν ένα ναι ή ένα όχι. Αυτές οι απαντήσεις δεν του δίνουν το είδος των στοιχείων και πληροφοριών που χρειάζεται.

Η επιτυχία της τεχνικής του διαλόγου, εξαρτάται από τη διατύπωση των κατάλληλων ερωτήσεων στην κατάλληλη στιγμή



Σωτήρης Ησαΐας

Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Η τεχνική διατύπωσης ερωτήσεων στοχεύει σε μια αντικειμενική συνεργασία και ειλικρινή επιδίωξη δύο ατόμων να αφυπνίσουν την αλήθεια, με την έννοια ότι αλήθεια είναι η συμφωνία του αντικειμένου και της συνείδησης, έτσι ώστε να καταλήξουν σε μια συναλλαγή, που θα τους προσφέρει αμοιβαία ικανοποίηση. Ο πωλητής θεωρεί τον αγοραστή ως πηγή πληροφοριών που τον ενδιαφέρουν και επιδιώκει να βοηθήσει τον αγοραστή να απαντήσει αντικειμενικά, για να αποκτήσει πρόσβαση σ' αυτές τις πληροφορίες. Γι' αυτόν τον σκοπό, ο πωλητής χρησιμοποιεί τα παρακάτω δύο σημαντικά εργαλεία:

1. Σύντομες και εύκολες ερωτήσεις ανοικτού άκρου.
2. Απόλυτη προσήλωση στα λεγόμενα του συνομιλητή, με ικανότητα αυτοπειθαρχίας.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΛΟΓΟΥ

Ο πωλητής δεν μπορεί να προσφέρει αποτελεσματικές υπηρεσίες, εάν δεν απαντήσει ο δυνητικός αγοραστής σε ορισμένα ερωτήματά του. Δυστυχώς, ένας μεγάλος αριθμός πωλητών δεν εφαρμόζει την τεχνική διατύπωσης ερωτήσεων και δεν ρωτάει να μάθει ποια ακριβώς είναι η ανάγκη ή ποιο είναι το πρόβλημα του δυνητικού αγοραστή, για να μπορέσει να του προσφέρει το ανάλογο προϊόν. Αυτοί οι πωλητές δεν έχουν εκπαιδευτεί. Δεν

έχουν μάθει πόσο πιο εύκολο και αποτελεσματικό είναι να πραγματοποιούν την πώληση με την τεχνική του διαλόγου. Η τεχνική διατύπωσης ερωτήσεων είναι το δυναμικότερο εργαλείο του επαγγελματία πωλητή. Όπως έχει πρωταρχική σημασία η εξασφάλιση της δέσμευσης του δυνητικού αγοραστή, άλλη τόση σημασία έχουν οι εύστοχες ερωτήσεις του πωλητή, αφού μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη λήψη πληροφοριών και τη δημιουργία σκέψεων ή για την πρόκληση και λήψη αποφάσεων. Επιπλέον, ο διάλογος προσδίδει στον πωλητή την εικόνα του ευχάριστου και ενδιαφέροντος ατόμου, καθώς οι άνθρωποι προτιμούν να μιλούν αντί να ακούν.

Η επιτυχία της τεχνικής του διαλόγου, εξαρτάται από τη διατύπωση των κατάλληλων ερωτήσεων στην κατάλληλη στιγμή. Γι' αυτό, σε όλη τη διάρκεια της πωλησιακής συζήτησης, ο πωλητής πρέπει να διαλέγει και να διατυπώνει τις ερωτήσεις του έτσι ώστε αφενός να διατηρεί τη συζήτηση στο κατάλληλο θέμα αλλά και να την οδηγεί σταθερά προς την κατεύθυνση των αντικειμενικών σκοπών που έχουν οριστεί.

Για να το καταφέρει όμως αυτό, πρέπει να εξασκηθεί, ώστε να μην κάνει ερωτήσεις με τρόπο που ενδέχεται να θίγει τον δυνητικό αγοραστή και να μην παρακάμπτει ερωτήσεις του, στην επιδίωξή του να διατυπώσει τις δικές του ερωτήσεις.

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

Αν ο πωλητής αποφασίσει να προχωρήσει στο τρίτο και τελευταίο βήμα της δια-

δικασίας, τότε σημαίνει ότι είναι έτοιμος να επικοινωνήσει άμεσα και να εξηγήσει στον δυνητικό αγοραστή, γιατί και πώς το προϊόν ταιριάζει στην ιδιαίτερη ανάγκη του. Το τρίτο βήμα αφορά στην ικανοποίηση των αναγκών, δηλαδή, στην πώληση. Στο τρίτο βήμα, οι τρεις κυριότερες ικανότητες που πρέπει να διαθέτει ο πωλητής είναι:

1. **Ικανότητα συγκέντρωσης:** Να μπορεί να επιμένει σ' ένα συγκεκριμένο στοιχείο, με αρκετά ικανοποιητική εμβάθυνση, ώστε να επηρεάζεται η συναλλακτική συμπεριφορά του δυνητικού αγοραστή.
2. **Ικανότητα αποτελεσματικής αλληλεπίδρασης μεταξύ ανθρώπων:** Η συναλλακτική δέσμευση του δυνητικού αγοραστή δεν κερδίζεται με το τι θα πει ο πωλητής, αλλά με το πώς θα το πει και πώς θα το τεκμηριώσει. Γι' αυτό ο πωλητής επιδιώκει αυτό που λέει, να το λέει όπως ο δυνητικός αγοραστής θέλει να το ακούσει. Επίσης, ο πωλητής επιδιώκει να υποστηρίξει αυτά που λέει με τεκμήρια που ταιριάζουν με την προσωπικότητα του δυνητικού αγοραστή, διότι με αυτόν τον τρόπο θα γίνουν αποδεκτά.
3. **Ικανότητα χειρισμού αντιρρήσεων:** Οι πεπειραμένοι πωλητές θεωρούν τις αντιρρήσεις ως φυσιολογικό τμήμα της πωλησιακής διαδικασίας. Αν ο δυνητικός αγοραστής δεν εκφράσει τις σκέψεις του ή, ακόμα χειρότερα, δεν πει τίποτα, τότε ο πωλητής μπορεί να μην ανακαλύψει τι χρειάζεται για να πείσθει ο δυνητικός αγοραστής. Με αυτή την έννοια, οι αντιρρήσεις είναι χρήσιμες στην πωλησιακή διαδικασία. Όχι μόνο δεν απογοητεύουν τους πωλητές, αλλά αντίθετα τους βοηθούν να προσαρμόζουν την τακτική τους ανάλογα με την κάθε αντίδραση του δυνητικού αγοραστή. Τέλος, μπορώ να διαβεβαιώσω τους αναγνώστες ότι μπορούν να εμπιστευτούν τη συνεχιζόμενη εκπαίδευση των στελεχών της εταιρείας τους για την αναγκαία επαγγελματική προσαρμογή των παρουσιάσεων πωλήσεων στον κατάλληλο εισηγητή σεμιναρίων, που ταυτοχρόνως εκτός από πανεπιστημιακά θεωρητικός είναι και χρόνια πρακτικός στην αγορά της συναλλακτικής ανάλυσης και των πωλήσεων. **MW**

* Ο Σωτήρης Ησαΐας είναι Professional Sales Trainer, Lecturer και Public Speaker, Καθηγητής Πανεπιστημίου Webster/ MBA Program.