

Лояльные клиенты - просто создавать!

На сегодняшний день, самая главная задача продавцов - не просто удовлетворять потребности покупателей, а создавать лояльных клиентов. Кто такой лояльный клиент? *Лояльный клиент - это тот, который доволен, всегда возвращается и приводит своих друзей и знакомых.*

Как этого добиться? Когда вы в первый раз видите клиента, вы должны думать не о том, чтобы сейчас ему продать любой ценой (как сейчас это часто делают продавцы), а нужно думать о том, как ему помочь получить то, что ему нужно, чтобы он был доволен и счастлив. И делать это нужно потому, что вы хотите ему продать не сейчас, а продать завтра, послезавтра и еще много-много раз, когда он вернется. Это полностью меняет подход с «впаривания» и «втюхивания» товара на создание доверия.

Доверие - очень важный фактор для покупки. Именно поэтому не стоит обманывать клиента или продавать ему то, что на самом деле ему не идет или не нужно, потому что самое главное, чтобы он был доволен в будущем.

Однако иногда может получиться так, что вы не можете прямо сейчас осуществить сделку. Хорошим примером здесь будет служить следующее: вы пришли в магазин, нашли понравившуюся вещь, но оказалось, что она вам велика, а вашего размера нет. И девушка - консультант уже позвонила на склад, в другие магазины, но и там не оказалось вашего размера. Она не сказала вам: «Как вам хорошо!» глядя на не очень подходящую модель. И вы ушли без покупки. Но что эта девушка получила в итоге? Да, она не получила деньги, но она получила доверие! И в следующий раз, когда вам нужно будет что-то купить, вы уже будете знать куда идти, потому что вы вспомните об этой девушке, которой доверяете, которая проявит заботу и не обманет.

Сегодня люди не любят когда им что-то «продают» из-за отсутствия доверия к продавцам. Потому что нас очень часто обманывали, «втюхивали» и «впаривали», поэтому, когда мы видим продавца, мы уже знаем – «сейчас начнет впаривать!» и мы закрываемся, мы уже, заранее, не хотим с ним общаться. Мы не любим когда нам навязывают. Мы не верим, что он нам хочет помочь. Именно поэтому создание доверия – очень важный фактор для покупки.

И более того, когда вы проявляете заботу, не пытаетесь продать сейчас любой ценой, вы зачастую и осуществляете сделку. Приведу пример, который прекрасно показывает, что доверие очень важно, а забота намного важнее, чем завершенная сделка здесь и сейчас. Как-то раз мне нужно было отправить письмо в Данию, Копенгаген. Письмо было очень маленькое, но отправить его нужно было быстро, и не обязательно прямо в два дня, в запасе было около недели. Я заехала в компанию «DHL». Там была очень вежливая девушка, которая осуществляла хороший сервис. Она сказала, что отправить это письмо обойдется стоит около 2 000 рублей, и это было действительно дорого. Я честно призналась, что это дорого для меня, на что она ответила следующее: «Извините, у нас только срочная доставка, мне очень жаль». При этом я попросила ее мне помочь и подсказать - где я могу отправить письмо быстро, но дешевле. Девушка не поленилась, достала справочник, поискала компании, которые тоже этим занимаются, позвонила туда, узнала, сколько это стоит и сказала мне адрес своих конкурентов. Это было действительно дешевле, рублей на 400. И меня это настолько впечатлило, это проявление заботы, к тому же я подумала, что еще надо будет куда-то ехать, тратить свое время. И услугами какой компании, как вы думаете, я воспользовалась? Я отправила письмо с «DHL»!

И сделала я это потому, что человек не то что не сказал мне: «Нет, я не знаю», а сам нашел, позвонил, помог, то есть проявил внимание и заботу.

Именно помощь, проявление заботы и просто создание лояльного клиента намного важнее, чем сиюминутная сделка. Если это будет исходить от вас, вы будете заключать больше сделок в разы!

Бердникова Лариса, бизнес-тренер, консультант WISE