

Заверение со стимуляцией или как сделать так, чтобы клиент купил «сейчас»

Клиент говорит: «Да, мне это нужно, но не сейчас..», или «У вас замечательный товар, но я куплю его немного позже», или «Да, нам нужен тренинг по продажам, но потом...», «Да, когда-нибудь..».

Или он просто ничего не говорит, а тянет с оплатой. Что делать? Есть несколько способов подтолкнуть клиента принять решение купить «сейчас»:

Способ № 1.

«Что клиент получит, если купит сейчас»

Говорить с ним о пользе и ценностях, которые он получит, приобретя продукт или услугу, как это ему поможет. При этом желательно обрисовать все выгоды таким образом, чтобы он уже видел их, воображая, что он уже владеет этой вещью или услугой.

К примеру:

Какой он будет стройный через 1,5 месяца, если он купит сейчас курс процедур для похудения, а не будет откладывать на потом. Какую пользу здоровью это принесет именно сейчас.

Как вырастут его продажи в ближайшее время, если пройдет тренинг по продажам, какая сейчас статистика увеличения продаж после тренингов. Какую это пользу принесет ему и его компании.

Или если клиент перепродает ваш товар (в секторе B2B), какую финансовую выгоду он получит.

Нарисуйте это для него в цифрах. Главное в этом способе – ответить себе вначале на вопрос: «Почему клиент должен купить сейчас, что он выиграет?».

Способ №2.

«Что клиент потеряет, если сейчас не купит».

Этот способ называют также негативной мотивацией. Лучшие продавцы используют этот способ, чаще, чем способ №1. Используется этот способ чаще, так как негативная мотивация действует на нас сильнее, чем позитивная. Мы ждем и покупаем дорогое лечение не потому, что хотим получить удовольствие, как-то выиграть, мы просто не хотим больших проблем, боимся боли и дальнейших осложнений.

Поэтому хороший врач покажет проблемы и порекомендует не только лечение с точки зрения освобождения от них, а также покажет что будет, если лечение не пройти сейчас. И хороший врач не будет обманывать, чтоб продать лечение, но он будет продавать лечение, используя негативную мотивацию, проявляя заботу о клиенте.

В завершении сделок используйте этот прием, всегда искренне проявляя заботу о клиенте, а именно: «Что он потеряет, что недополучит, если не купит сейчас?».

Способ №3.

«Бумажная работа».

Предложите клиенту подписать договор, все необходимые бумаги и соглашения, выставите ему счет, как если бы он покупал сейчас. При обсуждении деталей договора продолжайте использовать способы «что выиграет» и «что потеряет». Стимулируйте его оплатить счет сейчас. Если клиент высказывает свои сомнения и возражения, улаживайте их правильно, просто набравшись терпения, как описано в правиле № 8 «Работа с выражениями».

Например:

«Давайте перейдем к бумажной работе для того, чтобы все необходимые для оплаты было подготовлено, а когда вы решите оплатить, вы просто это сделаете».

«Как вы смотрите на то, чтобы подписать договор сейчас и получить счет на оплату, чтобы, когда вы решите (сможете) оплатить, у вас все было под рукой».

Если вы не проявляете заботу и симпатию к клиенту, они редко говорят «нет» в таких случаях.

Способ №4.

«Акция или предложение»

Самый лучший способ завершения со стимуляцией – подготовленная заранее акция, коммерческое предложение или стратегия, которая будет побуждать купить именно сейчас, основанная также на негативной мотивации, но с конкретным поводом, например, нежелание что-то потерять, упустить выгоду. Это, прежде всего сроки и деньги.

Например:

- *«Осталась последняя модель по этой цене» - если вы регулярно повышаете цены, к примеру, когда ваша продукция очень сильно зависит от курса валют и т.д.».*
- *«Акция имеет ограниченный срок».*
- *«Осталась последняя модель на складе сейчас, если не купите следующую ждать 2 месяца».*
- *«Если купите в течение недели, то скидка 10% сохранится».*
- *«Специальное предложение до конца месяца».*
- *«При покупке сейчас, вы получаете бонус (подарок) бесплатно».*

Продумайте с вашей командой продавцов и руководством, какое предложение или акции могли бы служить стимуляцией для завершения в вашей компании и всегда держите это наготове. Легко, не настойчиво стимулируйте клиента принять решение

сейчас, ведь вы помогаете ему закончить переговоры, принять решение, завершить сделку и не ДУМАТЬ больше об этом. Приняв решение, клиент освобождает себя от необходимости думать и решать этот вопрос в будущем, а это уже само по себе помощь! Нам всегда становится легче, когда мы принимаем решения и перестаем в чем-то сомневаться или думать об этом!

Главное в завершении сделки - оставаться в общении с клиентом вежливым, набраться терпения, проявлять заботу о клиенте и продолжать держать инициативу в переговорах!

Ведь завершает продажу именно тот, кто инициативой владеет!

Если вы продаете, если вы «ведете» клиента, вы и завершаете сделку!