

Bevételnövelés okosan

Szervezni tudni kell

Az elmúlt két alkalommal az értékesítésről és a vezetésről írtam. Lássuk most a gyakorlatban, ez a kettő hogyan ötvözhető. Kerülje el a tipikus hibákat, így komoly beruházások nélkül is jelentősen növelheti cége bevételeit! Szervezés kérdése.

Vegyük példaként az értékesítő napi munkáját. Mi az értékesítő fő feladata? Az ügyfél(jelölt)el **tárgyal.** Személyesen. Azaz: **üzletet köt,** vagyis értékesít – **elméletben.**

Ezzel szemben mit tesz az értékesítő a (rossz) gyakorlatban?

- telefonon időpontot egyeztet (ha elmarad a tárgyalás, ismét egyeztet)
- ajánlatot ír
- e-mailez, faxol, levelez
- ajánlatot elküld
- visszahív
- módosítja az ajánlatot
- telefonon sürget
- kérdésekre válaszokat ad
- telefonon kifogásokat kezel
- prezentál
- pénzt hajt be
- és így tovább és így tovább...

Ezek közül **egyik sem értékesítés.** És minden olyan pillanat, amelyet az értékesítő nem értékesítéssel (üzletkötéssel) tölt, **pénzt húz ki a cég** (és mellesleg a saját) **zsebéből!**

Hogyan lesz valakiből vevő? A kapcsolatfelvétel módjai a következők:



Több idő, több sikeres üzletkötés: erre kell az asszisztens!

1. Az **érdeklődő betelefonál.** Két dolog lehetséges: az egyik, hogy tájékoztatást kap, majd egy udvarias „köszönöm szépen, viszonthallásra” frappáns zárással egy életre eltűnik. Szerencsésebb esetben kér egy ajánlatot (vagy egy időpontot a személyes tárgyalásra, amiből talán szintén egy ajánlat lesz), amit az értékesítő kemény munkával összeállít, kiküld. Majd néhányszor még telefonál, aminek az eredménye vagy semmi, vagy üzletkötés. Meg egy csomó idő, amit értékesítéssel tölthetett volna.

2. **Írásban jelentkezik** az érdeklődő (jó esetben potenciális vevő). Kér egy ajánlatot, amit az értékesítő kemény munkával összeállít, kiküld, majd néhányszor felhívja, aminek az eredménye vagy semmi, vagy üzletkötés. Meg egy csomó idő, amit értékesítéssel tölthetett volna.

3. **Bejön érdeklődni.** A személyes tárgyaláson egyeztetnek, majd az érdeklődő kér egy ajánlatot, amit az értékesítő kemény munkával összeállít, kiküld, majd néhányszor még telefonál, aminek az eredménye vagy semmi, vagy üzletkötés. Meg egy csomó idő, amit értékesítéssel tölthetett volna.

4. **Mi hívjuk** („hideghívás”). Ezen a területen a **tíz százalékos hatékonyság már jónak számít.** Egy hívás minimum három perc, tíz hívásból van egy tárgyalás, aminek a kimenetele persze bizonytalan. Tehát nagyon jó esetben fél óra alatt van egy tárgyalás. A tárgyalás eredménye pedig egy ajánlat, amit az értékesítő kemény munkával összeállít, kiküld, majd néhányszor még telefonál, aminek az eredménye vagy semmi, vagy üzletkötés. Meg egy csomó idő, amit értékesítéssel tölthetett volna.



Czébely-Lénárt László

emtrek® Vállalkozásfejlesztési Tanácsadó Kft.
értékesítési és vezetői tanácsadó

Gondoljunk bele. A fenti tevékenységek hány százalékát teszik ki az értékesítő munkájának? Legyünk optimisták: harmincat. Az egy héten 12 óra. Ez az idő pedig „alsó hangon” elég hat személyes tárgyalásra! Nagyobb az esély így az üzletkötésre?

Mi tehát a **megoldás? Értékesítési asszisztens.** Aki minden olyan feladatot elvégez, ami nem személyes tárgyalás az ügyféllel. Aki időpontot egyeztet, ajánlatot ír; kiküldi, visszahívja, kezeli a kifogásokat. Ettől az értékesítőnek több ideje jut személyes tárgyalásra, és az így elért **többletbevétel** egy részét megkapja az asszisztens.

Az eredmény?

- gyakoribb üzletkötés
- több sikerélmény
- magasabb jutalék
- több önbizalom
- még gyakoribb üzletkötés

Egyébként az emtrek® Kft.-nél a rendszer bevezetése óta az értékesítők adminisztratív terhelésének 90%-os csökkenése mellett a **bevétel 30%-kal nőtt** – az általunk használt és oktatott objektív statisztikai mérési rendszer szerint. Részletekért jelentkezzen egy díjtalan konzultációra a www.emtrek.hu honlapunkon.