

Care este diferenta dintre vanzare si negociere?

Multi oameni de vanzari sunt antrenati sa aduca mai multi clienti, sa incheie mai multe vanzari iar acest lucru duce cateodata la rezultate bune in ceea ce priveste cifra de afaceri dar mediocre in ceea ce priveste profitul companiei pentru care lucreaza. Acest lucru se intampla pentru ca abilitatile necesare unui vanzator bun nu sunt suficiente, mai este nevoie de abilitatea de a **negocia profitabil**.

Pe scurt vanzarea inseamna obtinerea unui acord contractual cu un client iar negocierea determina ce iti ramane in buzunar dupa ce te-ai achitat de obligatiile contractuale. De multe ori graba de a obtine rezultate, de a atinge targetul duce la pierderi serioase prin acordarea de facilitati gratuite.

Se poate spune ca abilitatea de negocia profitabil este un necesar pentru orice angajat dintr-o companie mai ales in cazul in care se ocupa de aprovizionare, vanzari sau relatii cu tertii.

Pentru a fi un bun vanzator in ziua de azi ai nevoie sa cunosti produsele sau serviciile pe care le oferi, sa cunosti clientii si piata, ai nevoie sa fii persuasiv, sa ai o atitudine pozitiva dar totodata sa fii organizat si disciplinat.

Pentru a fi un bun negociator, ai nevoie de toate calitatile de mai sus pentru a favoriza momentul in care incepi negocierea. In plus, un negociator profesionist are nevoie sa fie un fin psiholog, sa gandeasca urmatoarea mutare folosind tactici si strategii, trebuie sa-si stapaneasca emotiile, si sa fie greu de impresionat. Mai mult decat atat, un profesionist intelege ceea ce partenerul de negociere doreste si stie sa-i satisfaca nevoie fara a da in schimb prea mult.

Sa stie sa negocieze este o necesitate pentru un vanzator in lumea afacerilor de azi. Cumparatorii devin din ce in ce mai sofisticati, sunt trimisi la cursuri de negociere in fiecare an de catre companiile pentru care lucreaza, pentru ca acestea au realizat ca o concesie castigata in plus este reflectata direct in profit. In acelasi timp oamenii de vanzari au fost antrenati sa vanda – sa castige clientul cu orice pret. In conditiile actuale economice, pe masura ce piata isi revine, chiar daca iar volumul de vanzari si cota de piata se pot mentine sau pot sa revina pe crestere, profiturile devin din ce in ce mai mici.

Lucrurile devin si mai complicate atunci cand discutam de afaceri mari sau de clienti importanti. Pe langa abilitati de vanzare si negociere un responsabil de cont (Key Account Manager) are nevoie de o abordare diferita care sa contina o **strategie pe termen lung**. Pierderea unui client important poate afecta grav pozitia companiei pe piata iar cateodata chiar pune sub semnul intrebării supravietuirea acesteia.

Sa castigi un client este bine – Sa castigi un client cu care sa faci bani este o afacere – Sa castigi un client cu care sa faci bani **pe termen lung** este reteta succesului!

La **TACK** abordam fiecare pas in parte: invatam oamenii cum sa castige clientii prin programul **Sales Training Course**, oferindu-le cateva instrumente si tehnici eficiente, apoi discutam despre cum se face profit in vanzari si achizitii prin cursul **Profitable Negotiation** si abordam relationarea cu clientii importanti prin cursul de Key **Account Development**.

