

## Cele cinci caracteristici ale unui vanzator profesionist

Daca ar fi sa luam in considerare statisticile din SUA, efectuate de catre Harvard University si Gallup, 4% din totalul oamenilor de vanzari realizeaza 94% din totalul vanzarilor de produse si servicii iar 80% din tranzactiile B2B (business to business) se fac datorita calitatii bune a **relatiilor** dintre vanzatori si cumparatori. Ce este interesant ca restul tranzactiilor B2B (20%) se fac in piata de produse intermediare si materii prime unde **pretul** este argumentul principal.

Conform unui studiu de cercetare desfasurat de TACK, cele mai importante abilitati ale unui om de succes in vanzari sunt:

1. Abilitatea de a **asculta**
2. Abilitatea de a **adresa intrebari**
3. Flexibilitatea – abilitatea de a se **'adapta'** interlocutorului

Cum se aplica in practica aceste abilitati?

Este simplu. Adresezi intrebari si asculti ceea ce ti se raspunde. Apoi raspunzi facand comentarii, care demonstreaza ca ai ascultat si ai inteles clientul, apoi adresezi iarasi intrebari. La final sugerezi cateva solutii.

La prima vedere nu pare complicat, in schimb de cele mai multe ori este dificil de pus in practica. Atunci cand cineva incepe cu prezentarea produselor, cumparatorul se simte incomfortabil – Oare ce vrea sa-mi vanda? – Nici nu a aflat ce imi doresc.

Cei mai multi vanzatori de success sunt de acord ca aceasta reactie negativa poate apare daca intalnirea incepe cu o prezentare de produse sau servicii. Ceea ce este necesar de aflat inainte sunt problemele, temerile, nevoile, dorintele, prioritatile clientului. Numai atunci se discuta despre solutii pe care le pot oferi prin produse sau servicii.

Daca ar fi sa completam un profil al unui vanzator de success adica acei 4% din vanzatori care fac 94% din total tranzactii gasim cinci elemente esentiale:

1. **Au cunostinte avansate despre piata, produse si servicii.** Stiu despre ce vorbesc, isi cunosc concurenta si stiu cum sa se diferentieze. Este cea persoana la care un prieten sau partener de afaceri te trimite sa-ti rezolvi 'problema'
2. **Se simt foarte bine cand vand.** E ceva care vine din interiorul fiecaruia. Perceptia celorlalti este ca sunt 'naturali', ca 'sunt nascuti pentru asta'. Sunt oamenii potriviti la locul potrivit.
3. **Stapanesc la un nivel superior cele 3 abilitati:** ascultarea, adresarea de intrebari si flexibilitatea
4. **Sunt motivati. Foarte motivati.** Acea 'foame' de rezultate, de performanta o gasim la toti aceia care isi doresc sa performeze, plecand de la sportivii de varf si ajungand la manageri de success.
5. **Sunt sustinuti de un proces, de un sistem** Cele mai performante companii au modele de success, 'best practice', au branduri, procese de marketing, vanzari, customer service. Fara un sistem in spate nu poate exista vanzari de top, vanzatori de succes. Un profesionist nu va sta mult intr-o companie neprofesionista.



Un studiu efectuat in cadrul a 400 de companii arata cateva din greselile care pot afecta un vanzator bun:

- **Promovarea celui mai bun om de vanzari in pozitii de management.** De multe ori se aude prin sedintele de vanzari ' am pierdut un vanzator bun si am castigat un manager mediocru' De ce? Pentru ca abilitatile necesare unui vanzator bun sunt diferite de cele ale unui manager bun. Studiile arata ca sunt rare persoanele care sa aiba aptitudini pentru ambele joburi

- **O intelegere gresita a rolului departamentelor de marketing, vanzari si customer service.** Ce trebuie sa faca fiecare?

Marketing – sa aduca oportunitati de vanzare cat mai bune

Vanzari – sa contacteze potentialii clienti si sa inchida cat mai multe vanzari

Customer Service – odata ce am castigat un client, sa-l facem sa se simta bine, atat de bine incat sa creasca prin upselling, cross-selling si sa obtinem referinte bune.

-**Lipsa unui proces al vanzarii clar, care sa poata fi repetat.** Multe companii rezolva problema prin adoptarea unui sistem propriu de a vine, adaptat specificului pietei, produselor si resurselor. E ca un 'manual de vanzari'care include modul in care se face prospectarea, calificarea, intalnirea si inchiderea vanzarii.

