

Secretul relatiilor de afaceri

Antreprenorii de succes isi construiesc companiile pe o fundatie solida - relatii de lunga durata cu partenerii de afaceri. Care este explicatia? In fiecare decizie de cumparare exista elementul emotional, oamenii prefera sa faca afaceri cu cei care le sunt simpatici si cu cei care sunt realmente interesati de cum sa le rezolve problemele. Daca nu acorzi timp si energie dezvoltarii relatiilor intre oamenii din compania ta si ceilalti, poti risca sa pierzi clienti si uneori chiar pozitia pe piata.

Unii lideri de companii educa angajatii in spiritul cultivarii relatiilor cu clientii folosind cuvinte mari cum ar fi managementul total al calitatii, chestionar de evaluare a satisfactiei cumparatorului, zero defecte, excelenta operationala, client service, etc. Dar ce inseamna toate acestea de fapt pentru un angajat? Multi 'veterani' au trecut perioada postcomunista fara notiuni de calitate sau nivel al serviciilor, si a functionat foarte bine. Deci ce este atata zarva acum pentru aceste lucruri? Este la moda – asa cum au fost odata sloganele comuniste? Greu de crezut. In lumea relatiilor cu clientii se petrec schimbari fundamentale, iar cei care inteleg acest lucru si se adapteaza vor fi viitorii oameni de succes in business.

Relatii intre oameni = Vanzari = Profit

Relatiile de afaceri profitabile sunt bazate pe respect si intelegere reciproca. Cu cat miza este mai mare cu atat abilitatea de a relationa este mai importanta in lumea de azi a businessului. De fapt, limitele realizarilor, productivitatii si satisfactiei personale sunt date de multe ori de calitatea relatiilor pe care le avem cu ceilalti. Acest lucru este adevarat atat la nivel de angajat cat si la nivel de companie.

Cum construiesc o relatie de afaceri sanatoasa?

In primul rand este recomandata o intalnire intre cele doua persoane, de obicei un vanzator si un cumparator. In ziua de azi, de multe ori ne limitam la telefoane, scrisori sau un mailuri. Intalnirea fata in fata ramane cea mai eficienta modalitate de a incepe o relatie profitabila de lunga durata. In cadrul intalnirii cea mai mare greseala a vanzatorului este sa treaca direct la afaceri. In acest moment obiectivul sau ar trebui sa fie relatia – cum creez o impresie placuta si cum castig increderea omului din fata mea si nu cum sa-l convig sa imi cumpere produsul sau serviciul. La prima intalnire multumeste persoanei ca si-a facut timp pentru discutie, pastreaza o atmosfera calda si prietenoasa. Nu sta in spatele biroului, intalneste persoana intr-un spatiu neutru si petrece cateva minute sa va cunoasteti mai bine. Numai cand ambii parteneri de discutie se simt confortabil unul cu celalalt ar trebui sa inceapa afacerile. De multe ori in afacerile foarte mari, daca o persoana nu se intelege cu cealalta este de preferat sa se schimbe partenerul de discutii pentru ca altfel sansele de reusita sunt foarte reduse. Atunci cand dezvolti o relatie, concentreaza-te pe lucrurile comune, cladeste pe ceea ce deja stii ca functioneaza bine. Relationarea nu se termina niciodata, este interesat de compania ta – afla ce asteptari are, a cumparat – verifica daca este multumit de achizitie, nu a cumparat – tine legatura, lucrurile se pot schimba in timp. Periodic intreaba daca mai poti face ceva pentru clientul tau. Succesul pe termen lung depinde de abilitatea de a mentine deschis canalul de comunicare cu clientul si de a-l informa despre modul in care il poti ajuta. Nici un chestionar de evaluare a satisfactiei clientilor nu va putea inlocui contactul personal, amabilitatea si respectul.

Tu esti compania

Nu conteaza ce ai auzit in trecut. Oamenii fac afaceri cu oameni si nu cu companii. Tu esti acela care reprezinti compania in ochii clientului. Deci daca calitatea produselor este importanta, si mai importanta este relatia pe care o dezvolti cu partenerul de afaceri. De aici vine loialitatea, vanzarile repetate, referintele. Ceea ce determina un client sa revina si sa te recomande este simplul fapt ca te place, iar acest lucru depinde numai de tine.



At TACK we are proud to celebrate our 60th anniversary in 2008. We continue to deliver learning and development services in more than 40 countries and 25 languages worldwide

TACK is the only sales performance expert to have: twice won the National UK Training Awards | open courses endorsed by ISMM & ILM | post course coaching tips by text