

# 12 načina da vas kupci nazovu nazad

## (1. dio)

Kako postići to da vas potencijalni kupci zovu nazad?

**S**igurni smo da podižete telefonsku slušalicu, zovete potencijalne kupce i razgovarate sa njihovim tajnicama i sekretaricama, ostavljate govorne poruke i šaljete *e-mailove* - ukratko - aktivan ste i produktivan profesionalac u prodaji. Sve se češće prodavači žale kako sve rjeđe kupci uzvraćaju na njihove pozive. Bez obzira koliko ste briljantni, uvjerljivi ili privlačni s vašom ponudom, teško je započeti graditi odnos s potencijalnim kupcem ukoliko ne postignete to da vas nazovu nazad.

Većina prodavača koristi izlizane i dosadne metode pri ostavljanju poruka tajnicama, u govornim porukama i pri slanju *e-mail* poruka, što ih nimalo ne razlikuje od svih ostalih prodavača koji postoje na svijetu. Ukoliko želite da vas kupci zovu nazad, morate činiti nešto što će vas razlikovati od svih drugih, nešto čime ćete se istaknuti iz mase sivila, nešto što će biti kupcu privlačno i nešto što će potaknuti kupca da podigne slušalicu i uzvratni pozivom.

U sljedeća dva dijela raspraviti ćemo o 12 najboljih ideja proverejenih u praksi koje bi vam mogle pomoći da se istaknete, te da učine to da vaši kupci uzvrate pozivom.

### **1 Tanka je linija između upornosti i proganjanja**

Jedno je biti uporan i ne predati se lako, ali upornost ne znači da imate pravo zvati vaše potencijalne kupce dva puta dnevno. Zovite dosljedno, a ukoliko ostavljate kupcu kod sekretarice ili pak govornu poruku recite im kada ćete točno nazvati nazad i potom se držite toga. Možete reći nešto poput: "Ukoliko se ne čujemo do 15. rujna nazvat ću vas 16.-tog". Češće će vas kupci nazvati nazad jer znaju kako ćete ih ponovno nazvati navedenog datuma ukoliko vam se u međuvremenu ne jave.

Većina stručnjaka s područja prodaje putem telefona slaže se kako treba pokušati barem četiri puta kako bi stupili u kontakt s vašim potencijalnim kupcem. U praksi je taj broj još veći, bliži je broju od osam pokušaja. Uspješnim prodavačima su njihovi današnji najbolji kupci upravo oni s kojima su bili najstrpljiviji i koje su zvali više puta u periodu od nekoliko tjedana, pa i mjeseci. Nema ništa loše u tome kad vam potencijalni kupac kaže: "Stvarno ste uporni". Zahvalite im i prihvatite to kao kompliment!



### **2 Dajte im priliku da vam kažu ne**

U poruci tajnici, govornoj poruci ili u *e-mailu* dobra je ideja reći vašim potencijalnim kupcima kako je potpuno u redu da kažu ne. Recite nešto poput: "Ukoliko ste donijeli odluku o kupnji drugog proizvoda, to je potpuno u redu, samo mi javite kako vas ne bih nepotrebno zvaao do iznemoglosti". U većini slučajeva desit će se jedna od dviju stvari – ili će vas nazvati nazad i reći vam: "Da, odabrali smo nekog drugog", ili će reći "Ne, nismo još donijeli odluku" te će vam se ispričati što vas nisu i ranije nazvali. U svakom slučaju napredovali ste u procesu prodaje jer sad znate istinu što se dešava na strani kupca.

### **3 Pošaljite rukom pisanu poruku poštom**

Pošaljite rukom pisanu poruku poštom nakon vašeg prvog poziva ili prezentacije što će dramatično povećati vaše šanse u dobivanju uzvratnog poziva od strane kupca. Zašto? Jer rukom pisana poruka povećava vašu privlačnost u očima kupca, pomaže im da se osjećaju dobro po pitanju vas i potiče ih da ubuduće prime vaše pozive.

U praksi, iznenađujuće je velik broj *e-mailova* koje pravi profesionalci u prodaji dobe od klijenata i potencijalnih kupaca koji im zahvaljuju na rukom pisanim porukama. Očito je da one imaju utjecaj na ljude koji još jedna govorna poruka u nizu ili još jedan *e-mail* nikako nemaju.

#### 4 Kreirajte kontinuiran sustav kontaktiranja

Ukoliko ste pokušali sve što znate i još uvijek vam se čini kako ne dopirete do potencijalnog kupca, a s druge strane niste još spremni odustati od tog kupca u potpunosti, stavite kupca u sustav koji ćete kreirati i pošaljite im nešto zanimljivo i od vrijednosti za njih (a ne samo jednostavnu reklamu za vaše proizvode ili usluge) svakih 4-6 tjedana. Ovo će vam pomoći zadržati vas na vrhu liste, tj. na umu kod kupca kad dođe vrijeme za njih da donesu odluku ili krenu u potragu za dobavljačem.

Što je moguće češće osigurajte da im šaljete nešto fizičko, ne samo nešto u *e-mail* formatu. Pošaljite članak iz magazina, ili relevantan magazin, knjigu koju mislite da bi voljeli pročitati, ili kutiju čokoladica ili bombonijeru kako bi proslavili značajan korak ili nagradu koju su dobili o kojoj ste čitali u lokalnim novinama. Nešto u fizičkom formatu poslano poštom, a s čime se kupac može povezati na osobnoj razini puno je učinkovitije u gradnji odnosa s kupcem nego komunikacija samo putem *e-maila*.

#### 5 Probajte nešto različito

Čak se i vrhunskim prodavačima dešava da im najbolji potencijalni kupac odjednom zašuti. Kupac zna potpisati ugovor ili se suglasiti s time kako će napredovati dalje u procesu kupnje i potom jednostavno nestane, nikad ne dajući potrebne podatke kako bi započeli s procesom prodaje.

Bezbrojni pozivi i *e-mailovi* kupcu ne uzrokuju nikakav odgovor. I što tada učiniti? Pošaljite mu nešto što znate da će otvoriti, primjerice paket dostavom. U paketu možete staviti samo jednu poruku isprintanu na velikom papiru A3 formata na kojem će pisati ovo:

**G. Kupče, molim vas nazovite me.**

**Hvala, (vaše ime).**

Rukovodioci uvijek otvaraju pakete koji dođu dostavom. Iz iskustva znamo kako takvi paketi dođu do pravih ruku i ljudi će vas zasigurno vrlo brzo po primitku nazvati nazad. Ukoliko ne reagiraju niti na ovo, možete tog kupca prekrižiti zauvijek, ili ga jednostavno ubaciti u sustav kontinuiranog kontakta koji smo opisali u točki 4.

#### 6 Pitajte ih jesu li dobro

Pogledajte primjer jedne izvrsne ideje kada kupci ne reagiraju niti na poruke kod sekretarica, niti na glasovne poruke ili *e-mail*, s ciljem da dobijete odgovor od strane kupca koji iznenada utihnu i ne javljaju se:

Poštovani g. Kupče,

Dana 15. veljače poslao sam vam e-mail pitajući za... Pošto nisam dobio nikakav odgovor od Vas mogu pretpostaviti jedno od sljedećeg:

- 1) niste zainteresirani i moj status je smanjen u status nekog tko dosadno spamira vaš sandučić ulazne pošte; ili
- 2) očajno me želite kontaktirati ali ste zarobljeni pod srušenim ormarom punim spisa i ne možete dosegnuti niti telefon ili računalo.

Vaš odgovor će biti iznimno cijenjen.

Lijepi pozdrav,  
(prodavačevo ime)

**P.S. ukoliko je riječ o broju 2 javite mi i poslat ću nekog da vam pomogne izvući se ispod ormara**

Ovaj vrlo jednostavan pristup funkcionira jer je različit i jer je zabavan. Možete ga probati poslati putem *maila* ili faksa. Pokušali su ga brojni prodavači koji nisu više znali kako dobiti ikakvu reakciju od strane kupaca i bili su iznenađeni brzinom odgovora, a ponekad su dobivali trenutne odgovore od prijašnjih tihih kontakata. Većina kupaca koji su reagirali na ovo započinjali su razgovor s isprikom, govoreći kako su zakopani ispod velike hrpe papira i obaveza, te su potom išli u detalje zašto su i dalje zainteresirani.

Oni koji nisu odgovorili bili su ili na jako dugom godišnjem odmoru ili stvarno nisu bili zainteresirani, tako da nije bilo vrijedno gubiti daljnje vrijeme na njih.

S pozitivne strane, sigurni smo kako nećete nikad dobiti odgovor od strane potencijalnih kupaca koji su stvarno bili zatrpani pod ormarom punim spisima, što će vas sačuvati od poteškoća (i troška) organiziranja misije spašavanja!

Korak koji možete poduzeti odmah:

Evo izazova: pokušajte nešto novo ovog tjedna! Nakon svega, ono što ste do sada radili nije urodilo plodom pa se pitajte što možete izgubiti – posebno s potencijalnim kupcima koji su tako i tako utihnuli i nisu reagirali na vaše poruke i *e-mailove*.

Alen Majer, dipl. oec.

WWW.PLAVIRADIO.HR



SLUŠAJTE RADIO!  
LIVE STREAM

KRALJ ETERA!  
PLAVI  
RADIO 9  
89,1 & 98,0