

Δημιουργικότητα και επαγγελματισμός στις πωλήσεις

Του Δρα Κώστα Γ.Κονή*

Δεν υπάρχει, και δικαιολογημένα, επιχείρηση που να μην την απασχολεί το θέμα των πωλήσεων των προϊόντων ή των υπηρεσιών της. Πολύ φυσιολογικό θα πείτε μια και χωρίς πώληση δεν υπάρχει έσοδο. Και χωρίς έσοδο δεν υπάρχει κέρδος.

Εκείνο όμως που κάνει εντύπωση είναι η μειωμένη σοβαρότητα και ο χαμηλός επαγγελματισμός με τον οποίο πολλές επιχειρήσεις, μικρές και μεγάλες, αντιμετωπίζουν αυτό που λέμε πώληση. Γιατί αληθινά, το θέμα των πωλήσεων έχει σήμερα εξελιχθεί σε πραγματική επιστήμη. Με τις θεωρίες και τις πρακτικές της. Με τα πειράματα και τα αποτελέσματα της.

Αν όμως πρόκειται πράγματι για επιστήμη, χρειάζεται κανείς να είναι ενημερωμένος και καταρτισμένος. Ιδιαίτερα όταν η ευημερία της επιχείρησης και του εαυτού του εξαρτάται από αυτές.

Τα βασικά λοιπόν ερωτήματα που προκύπτουν και θα πρέπει να προβληματίσουν κάθε επιχείρηση είναι ;

- Είμαστε ενημερωμένοι και εκπαιδευμένοι όσο θα έπρεπε σε όλες τις φάσεις και πρακτικές αυτού που λέμε «πωλήσεις» ;

-Πότε ήταν οι τελευταία φορά που έχουμε αξιολογήσει τον τρόπο με τον οποίο

πωλούμε ; Τι έχουμε διορθώσει από τότε ; Έχουμε μετρήσεις και στοιχεία ;

-Πότε ήταν η τελευταία φορά στην οποία το προσωπικό μας συμμετείχε σε εκπαίδευση στο θέμα των πωλήσεων ;

-Ποιές είναι οι καλές και επιτυχημένες και ποιές οι κακές πρακτικές στην επιχείρησή μας ; Έχουμε τον τρόπο και το σύστημα να διαδίδουμε τις καλές και να εγκαταλείπουμε τις κακές ;

-Έχουμε κάνει τους πελάτες και τους υποψήφιους πελάτες μας το κέντρο των δραστηριοτήτων και της σκέψης μας ;

- Έχουμε φροντίσει να κάνουμε τη ζωή των πελατών μας εύκολη στην εξυπηρέτηση, στην περιγραφή των προϊόντων μας, στη διαδικασία πώλησης ; Μήπως τους βομβαρδίζουμε με αχρειαστές λεπτομέρειες ; Μήπως τους δυσκολεύουμε στην προσπάθεια τους να επικοινωνήσουν μαζί μας ;

Έχουμε κάνει σωστά τους υπολογισμούς μας και προσφέρουμε τη σωστή αμοιβή στους ανθρώπους μας που είναι επιφορτισμένοι κατά κύριο λόγο με την προώθηση των πωλήσεων ; Αν η αμοιβή και τα κίνητρα δεν είναι αυτά που πρέπει, πολλές φορές λόγω έλλειψης στοιχείων, δεν είναι δυνατό να περιμένουμε από τα στελέχη μας να επιδείξουν τον αναγκαίο ζήλο. Από την άλλη, εφόσον αμοιβούνται σωστά, είναι υποχρέωση μας να ζητούμε από τα στελέχη μας να προσφέρουν τον καλύτερο τους εαυτό. Αν το πρόβλημα είναι θέμα γνώσης και εκπαίδευσης είναι και πάλι

υποχρέωση μας να την προσφέρουμε. Απο κει και πέρα όμως το κάθε μέρος αναλαμβάνει την ευθύνη που του αναλογεί.

Ένα σοβαρό θέμα που πολλές φορές δεν αξιολογείται σωστά στην όλη διαδικασία των πωλήσεων είναι η δημιουργικότητα. Ξεχνούμε δηλαδή ότι κάθε άνθρωπος είναι ξεχωριστή και μοναδική οντότητα και προσωπικότητα και πως η επικοινωνία μαζί του θα πρέπει να είναι μοναδική και ξεχωριστή. Είναι λοιπόν μεγάλο λάθος η γενίκευση και η δογματική προσέγγιση όλων των φάσεων της διαδικασίας της πώλησης. Δεν μπορούμε να χειριζόμαστε όλους τους υποψήφιους πελάτες μας με τον ίδιο τρόπο όσο ευγενικός και αν είναι ο τρόπος αυτός.. Η διαδικασία της επιτυχημένης πώλησης δεν είναι τίποτε άλλο απο μια επιτυχημένη και δημιουργική επικοινωνία μεταξύ δύο μερών. Μόνο αν υπάρξει δημιουργική επικοινωνία θα καταφέρει το ένα μέρος να περάσει τα σωστά μηνύματα στο άλλο. Και όχι μόνο. Να το πείση για τα οφέλη και τα πλεονεκτήματα στη ζωή και τη δουλειά του απο την απόκτηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προσφέρεται.

Οι επιχειρήσεις που έχουν αυξημένες πωλήσεις είναι κατα κύριο λόγο δημιουργικές και καταφέρνουν να αξιοποιούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την δημιουργικότητα και το νοητικό κεφάλαιο των στελεχών τους.

Ας καλλιεργήσουμε λοιπόν τις δημιουργικές ικανότητες του προσωπικού μας. Ας ενθαρρύνουμε τις δημιουργικές του προσεγγίσεις στο θέμα των πωλήσεων. Και ας βεβαιωθούμε οτι κάθε καλή και αποτελεσματική πρακτική εμπεδώνεται και εδραιώνεται σε ολόκληρη την επιχείρηση. Μέχρι να αντικατασταθεί με μια καλύτερη και πιο αποτελεσματική. Αυτό σημαίνει συνεχής βελτίωση.

Η ύπαρξη επαρκών και σωστών στοιχείων και πληροφόρησης είναι βασικότατο στοιχείο στην προσπάθεια για επιτυχημένες πωλήσεις. Η δημιουργικότητα μπορεί να διαδραματίσει και σε αυτόν τον τομέα πρωταγωνιστικό ρόλο διευκολύνοντας μας να θέσουμε τα σωστά ερωτήματα. Μπορούμε για παράδειγμα να διερωτηθούμε δημιουργικά.

Ποιός αποτελεί για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας τον υποψήφιο ιδανικό πελάτη ;. Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά του ; Η ηλικία του, η μόρφωση του, ο τόπος διαμονής του, το εισόδημα του, η αντίληψη του για τη ζωή κλπ. Είναι απίστευτο πόσες επιχειρήσεις δεν έχουν ξεκάθαρη εικόνα του προφίλ του υποψήφιου πελάτη των. Κι όμως αν δεν είναι ξεκάθαρα τα χαρακτηριστικά αυτά στο μυαλό μας, πως θα τον αναζητήσουμε ; Είναι γιαυτό ακριβώς τον λόγο που σπαταλούμε πολλές φορές πολύτιμο χρόνο κάνοντας κύκλους αντι αποτελεσματικές πωλήσεις.

Άλλη ερώτηση που θα πρέπει δημιουργικά να μας απασχολήσει είναι « ποιοί μπορούν να είναι πιθανοί πελάτες μας σε πέντε για παράδειγμα χρόνια » δεδομένων των αλλαγών που καθημερινά συμβαίνουν στην αγορά και των τάσεων που κυριαρχούν ; Ποιές νέες αγορές μπορεί να μας ενδιαφέρουν ;

Είναι απαραίτητο ακόμα να διερωτηθούμε με ένα δημιουργικό τρόπο. Πως συμπεριφέρεται ο ανταγωνισμός ; Πως προσεγγίζει τους δικούς του πελάτες ; Ποιές πρακτικές θα μπορούσαμε να προσαρμόσομε στη δική μας διαδικασία πωλήσεων ; Δεν αρκεί να ψάχνουμε στον ανταγωνισμό μόνο για τα προϊόντα και τα χαρακτηριστικά των. Ας αναζητήσουμε και τους καλούς τρόπους και πρακτικές

προώθησης των. Δεν είναι ανάγκη να αναζητούμε τις καλές πρακτικές στο δικό μας τομέα και μόνο. Η καλή πρακτική μπορεί να προέλθει και να προσαρμοστεί δημιουργικά και κατάλληλα απο οποιοδήποτε άλλο τομέα.

Πολλά είναι αυτά που θα μπορούσε να γράψει κανείς για το τεράστιο σημασίας θέμα των πωλήσεων. Η δημιουργικότητα, η εκπαίδευση, η ψυχολογία, η κουλτούρα της επιχείρησης, η διαδικασία και οι φάσεις της πώλησης είναι μερικές μόνο ατέλειωτες πτυχές του τεράστιου αυτού θέματος.

Το ερώτημα όμως και η ευθύνη για όλους τους εμπλεκόμενους είναι ; Γινόμαστε καλύτεροι ; Πέρνομε αυτό το θέμα στα σοβαρά όσο και όπως του αξίζει ; Χρησιμοποιούμε όλη μας την δημιουργικότητα ; Αν όχι το οφείλουμε στον εαυτό μας, στην επιχείρηση μας, στους εργαζόμενους σε αυτή, στην κοινωνία και την οικονομία.

Ας αρχίσουμε απο τα απλά. Ας βεβαιωθούμε οτι αυτο που προσφέρουμε κάνει τη ζωή για κάποιους απο μας καλύτερη. Αν αυτό είναι αλήθεια ας κάνουμε οτι μπορούμε για να περάσουμε σωστα και αποτελεσματικά σε όλους αυτούς που μπορούν να οφεληθούν απο το προϊόν ή την υπηρεσία μας. Τους υποψήφιους πελάτες μας. Με πειστικότητα, επαγγελματισμό, εντιμότητα και δημιουργικότητα

konis@innovageconsulting.com tel. +357 99697484

*

