

## ΠΩΛΗΣΕΙΣ – ΛΩΣΤΕ ΣΗΜΑΣΙΑ ΣΤΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

**Του Δρα Κώστα Γ. Κονή \***

Το θέμα των πωλήσεων ήταν και θα παραμείνει πάντοτε πρώτο στις προτεραιότητες κάθε επιχείρησης. Μάλλον, θα έπρεπε να ήταν το πρώτο θέμα πάντοτε στις προτεραιότητες των επιχειρήσεων. Δυστυχώς, τα καθημερινά πιεστικά προβλήματα, το συνεχές τρέξιμο και η κακή συνήθεια να λειτουργούμε πυροσβεστικά για αντιμετώπιση προβλημάτων για τα οποία θα έπρεπε να έχουμε εγκατεστημένα αποδοτικά συστήματα και θεσμοθετημένες λύσεις και προσεγγίσεις μεταθέτουν το μεγάλο θέμα των πωλήσεων πολύ χαμηλότερα από όσο του αξίζει στον κατάλογο των προτεραιοτήτων.

Μερικές σκέψεις λοιπόν θα διατυπώσουμε και αυτή τη φορά για το θέμα των πωλήσεων με την ελπίδα να φανούν χρήσιμες στις επιχειρήσεις μας.

Το πρώτο που θα έλεγα είναι ότι το θέμα των πωλήσεων πρέπει να είναι μια διαδικασία η οποία πρέπει να αναλύεται συνεχώς με στόχο να βελτιστοποιηθεί.

Θα πρέπει δηλαδή να αγωνιζόμαστε συνεχώς εκαπιδεύοντας το προσωπικό μας και αναλύοντας τις προσεγγίσεις, τα εμπόδια, τις πρακτικές, τον ανταγωνισμό μέχρι να βρούμε τον πιο καλό και αποδοτικό τρόπο. Ένας πωλητής που εργάζεται για μάς μπορεί να αποδώσει πολλές φορές περισσότερο αν αλλάξει προσέγγιση, τεχνικές και τρόπο λειτουργίας.

Θα πρέπει λοιπόν να αναρωτηθούμε. Πότε ήταν η τελευταία φορά που συζητήσαμε σε λεπτομέρεια μαζί με τον ή τους πωλητές μας πώς ακριβώς κάνουν αυτό που κάνουν ; Αν δεν μπορούμε να τους συμβουλευτούμε εμείς μπορούμε να καλέσουμε

κάποιο στην επιχείρησή μας για ένα εσωτερικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα, ή να τους στείλουμε σε κάποιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Έχουμε όμως την έγνοια και την ώρα για αυτό ; Μα αν δεν έχουμε την ώρα για την πιο κρίσιμη δραστηριότητα μας, μήπως αναλωνόμαστε σε πιθανά επουσιώδη και μη στρατηγικά θέματα ;

Το άλλο σημαντικότερο θέμα το οποίο δεν πρέπει με κανένα τρόπο να μας διαφεύγει είναι ότι η επιτυχημένη πώληση είναι θέμα πρώτα ψυχολογίας. Κα εξηγούμαι.

Είναι θέμα πρώτα καλής ψυχολογικής διάθεσης και αντιμετώπισης του δικού μας εαυτού, ως πωλητές, και δεύτερο, θέμα σωστής, ψυχολογικά, αντιμετώπισης των πελατών μας. Αν αυτά τα δύο προσεχθούν οι πιθανότητες επιτυχίες πραγματικά πολλαπλασιάζονται.

Άς πάρουμε πρώτα την ψυχολογική κατάσταση των ίδιων των πωλητών.

Οι καλοί και σωστοί πωλητές θα πρέπει πρώτα να έχουν ψηλό επίπεδο αυτοεκτίμησης. Να πιστεύουν δηλαδή ότι είναι αξιόλογοι άνθρωποι και επαγγελματίες που προσφέρουν μια σημαντική υπηρεσία ή προϊόν που κάνει τη ζωή καλύτερη για τους συναθρώπους τους.

Δεν πρέπει ποτέ να αντιμετωπίζουν τον εαυτό τους σαν κάποιο που κυνηγά πελάτες με στόχο το κέρδος, που καταπιέζει τους άλλους και που δεν είναι επιθυμητός.

Αν υπάρχει τέτοια αντίληψη, θα πρέπει να ξεριζωθεί μια και καλά. Αν την αφήσουμε να υποβόσκει θα έχει καταστρεπτικές συνέπειες και στη απόδοση και στη ψυχική και γενικότερη ακόμα υγεία.

Ο καλός επαγγελματίας πωλητής πρέπει να αντιμετωπίζει τον εαυτό του σαν ως ένα είδος «γιατρού» που προσφέρει λύσεις και βοηθά ανθρώπους. Θα πρέπει ακόμα να θεωρεί τον εαυτό του ότι αυτοί που θα τον ακούσουν θα οφεληθούν και οτι αν το κάνουν θα είναι για το δικό τους συμφέρον. Αυτή η προσέγγιση ανεβάζει τη ψυχολογική κατάσταση και οποσδήποτε την αποδοτικότητα οποιουδήποτε επιχειρεί να πωλήσει. Προυπόθεση βέβαια γαιυτό η καλή γνώση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προσφέρουμε και όλων των επιπρόσθετων οφελημάτων που προκύπτουν απο την απόκτηση των. Αυτά θα πρέπει να αναδुकνίουμε και να παρουσιάζουμε με αυτοπεποίθηση και ικανοποίηση.

Μια έρευνα απο το Πανεπιστήμιο της Κολούμπια έδειξε οτι ο μέσος πωλητής βρίσκεται ελάχιστη ώρα πρόσωπο με πρόσωπο με υποψήφιους πελάτες. Τηλεφωνά, περιφέρεται, πίνει καφέ, σχεδιάζει, αναλύει προγραμματίζει κλπ. Ξέρετε γιατί ; Δεν είναι ούτε αδιάφορος ούτε τεμπέλης. Το κάνει επειδή ανησυχεί και φοβάται για την απόρριψη. Σε κανένα δεν αρέσει να τον απορρίπτουν και να μην επιτυγχάνει αυτό που επιδιώκει. Έτσι αναβάλλουν όσο μπορούν την κατα μέτωπο συνάντηση. Ποιά είναι η λύση σε αυτό ; Πολύ απλή θα έλεγα, αλλά με τρομερά αποτελέσματα αν εφαρμοσθεί. Πρώτο θα πρέπει να υπάρχει καλή γνώση του προϊόντος και καλή τεχνική τς παρουσίασης του. Δεύτερο και πολύ σημαντικό δε πρέπει ποτέ μα ποτέ να θεωρήσουμε την απόρριψη ως προσωπική. Αυτοί που δεν αγοράζουν δεν απορρίπτουν εμάς ως ανθρώπους και δεν πρέπει να στεναχωριόμαστε και να αισθανόμαστε μειονεκτικά. Ίσως να ευθύνεται το προϊόν, η γλώσσα, η τιμή, ή οι τεχνικές μας. Αυτά θα πρέπει να κοιτάξουμε. Η «απόρριψη» είναι λοιπόν μέρος του παιχνιδιού και δεν είναι προσωπική.

Άς πούμε όμως και δυό λόγια για την ψυχολογία απο την πλευρά του πελάτη.

Ποτέ δεν πρέπει να ξεχνούμε οτι ο πελάτης είναι άνθρωπος με αισθήματα πρώτα και μετά πελάτης και πως η ψυχολογία παίζει τεράστιο ρόλο στις αποφάσεις του.

Μια συγκλονιστική στατιστική λέει πως το 95% των αποφάσεων για να αγοραστεί ένα προϊόν ή μια υπηρεσία των δεν γίνεται, με βάση την τιμή.

Δύο λοιπόν σημεία εδώ αν προσέξουμε θα έχουμε δραματική διαφορά στις προσπάθειες μας. Πρώτο θα πρέπει να μη βιαστούμε για την ολοκλήρωση της πώλησης. Θα πρέπει δηλαδή πρώτα να επιδιώξουμε να γίνουμε «φίλοι» με τον υποψήφιο πελάτη μας. Να μας δεχτεί και να μας αντιμετωπίσει σαν άνθρωπο που εμπιστεύεται και νοιάζεται για το πρόβλημα του. Αυτό δεν γίνεται αυτόματα.

Χρειάζεται λίγο χρόνο και ίσως κάποιες συναντήσεις. Πολλοί όμως πωλητές πιέζουν και εγκαταλείπουν νωρίς τον πελάτη. Αν είχαν την υπομονή για λίγο χρόνο ακόμα ίσως να προχωρούσε η πώληση τους.

Το δεύτερο μυστικό είναι να κάνουμε τον πελάτη να νοιώσει σημαντικός. Μια καλή τεχνική είναι να φανταζόμαστε, όχι βέβαια μόνο στις πωλήσεις, οτι κάθε άνθρωπος έχει γραμμένο στο μέτωπο του τη φράση «κάνε με να νοιώσω σημαντικός».

Και υπάρχουν πολλοί και σωστοί τρόποι για να το πετύχει κανείς αυτό. Πρόκειται για πανίσχυρη τεχνική με φοβερά θετικά αποτελέσματα. Μπορούμε για παράδειγμα να τιον αφήσουμε να μας μιλήσει για τις επιτυχίες και τα πολλά προβλήματα που κατάφερε να λύσει !

Μόλις λοιπόν ο πελάτης μας αισθανθεί οτι είμαστε φίλοι και σύμβουλοι του που νοιάζονται πραγματικά για να τον βοηθήσουν και όχι για να του δημιουργήσουν έξοδα τον έχουμε κερδίσει. Αν πέρα απο αυτό τον κάνουμε να αισθανθεί χρήσιμος

και σημαντικός δείχνοντας εκτίμηση για τις επιτυχίες και το έργο του, οι πιθανότητες επιτυχίες μας έχουν αυξηθεί κατακόρυφα. Όχι μόνο για μια πώληση αλλά για τη δημιουργία μιας σχέσης μακρόχρονης συνεργασίας. Πέρα από αυτό, αποκτούμε ένα πελάτη που θα μας συστήνει σέ άλλους με ευχαρίστηση.

Προσοχή λοιπόν και προτεριότητα στις πωλήσεις αλλά σωστά. Βάζοντας τη ψυχολογία μπροστά.

---

\* [konis@innovageconsulting.com](mailto:konis@innovageconsulting.com) tel.+357 99697484