



Leaders In Sales

Fișă de lucru 2

Convingeri limitative cu și despre vânzări.

De la vânzări agresive la vânzări atractive
- avansat

Cu Mihaela Chirculescu

Încercuiește ce convingeri limitative ai regăsit la tine:

1. Nu sunt suficient de bun.
2. Nu am timp suficient.
3. Nu am cunoștințele necesare
4. Nu-mi plac vânzările
5. Nu am abilitățile sociale necesare
6. Banii sunt răi. Această convingere poate fi legată de ideea că banul este sursa tuturor problemelor sau că persoanele bogate sunt nefericite sau lipsite de etică.
7. Nu merit să am bani. Această convingere poate fi legată de sentimentul de vinovăție sau de rușine legate de succesul financiar. Persoanele care cred că nu merită să aibă bani pot să se auto-saboteze prin evitarea oportunităților de a câștiga mai mulți bani sau de a-și investi economiile în mod inteligent.
8. Niciodată nu voi putea câștiga suficienți bani. Această convingere poate fi legată de un sentiment de neputință și de pesimism cu privire la posibilitățile financiare
9. Banii nu pot cumpăra fericirea. Această convingere poate fi legată de ideea că succesul financiar nu este important pentru a fi fericit sau că banii nu pot să aducă satisfacție personală.
10. Banii sunt greu de obținut.
11. Clientii sunt dificili.
12. Clienții nu au bani

- 13.** Clienții sunt nepoliticoși
- 14.** Clienții nu mă plac
- 15.** Prețul este prea ridicat
- 16.** Nu sunt suficient de pregătit să justific prețul
- 17.** Clientul va refuza prețul
- 18.** Prețul este singurul criteriu important pentru client
- 19.** Nu merit să cer un preț mai mare
- 20.** Dacă un client este interesat, va lua legătura cu mine
- 21.** Este deranjant să urmăresc un client prea mult
- 22.** Follow-up-ul este doar pentru a obține vânzări.
- 23.** Follow-up-ul este o pierdere de timp
- 24.** Nu am ce să spun în follow-up

7 Practici folosite pentru eliminarea convingerilor limitative cu și despre vânzări.

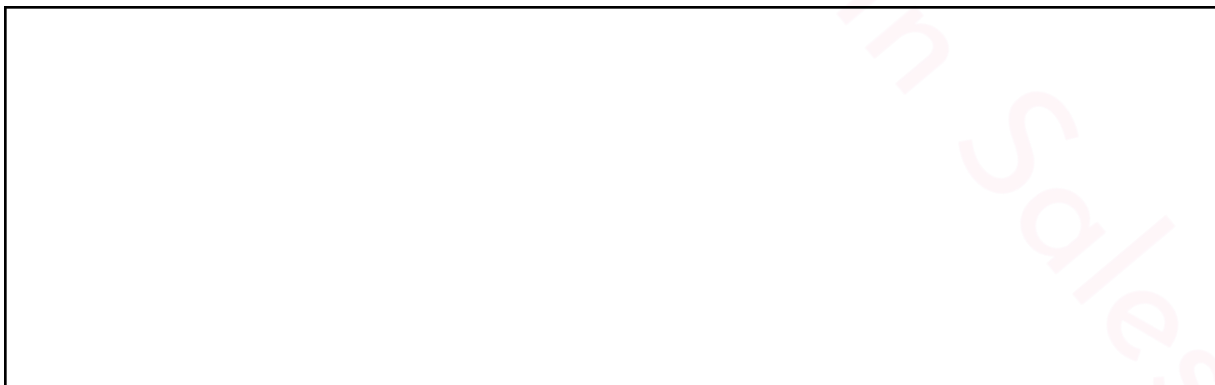
1. Identificați convingerile limitative:

Scrieți convingerile negative și limitative despre vânzări pe care le aveți. De exemplu, „Nu sunt destul de bun pentru a face vânzări” sau „Nu am suficientă experiență pentru a convinge un client să cumpere”.



2. Găsiți dovezi împotriva convingerilor negative:

Identificați dovezi care contrazic convingerile voastre limitative. De exemplu, dacă credeți că nu sunteți destul de buni pentru a face vânzări, amintiți-vă momentele în care ați făcut vânzări de succes și ce ați făcut pentru a le realiza, momentele în care oamenii au rezonat cu voi, le-au plăcut produsele voastre, etc...



3. Transformați convingerile limitative în convingeri pozitive:

Scrieți o declarație pozitivă care să înlocuiască convingerea limitativă. De exemplu, în loc de „Nu sunt destul de bun pentru a face vânzări”, puteți scrie „Sunt un vânzător talentat și am multe abilități pentru a face vânzări cu succes”.



4. Găsiți exemple care să susțină convingerile pozitive:

Identificați exemple din trecut care susțin convingerile pozitive. De exemplu, dacă credeți că sunteți un vânzător talentat, amintiți-vă momentele în care ați făcut vânzări de succes și ce ați făcut pentru a le realiza.



5. Practicați convingerile pozitive:

Exersați convingerile pozitive în situații de vânzări reale. De exemplu, dacă vă gândiți că nu aveți suficientă experiență pentru a convinge un client să cumpere, practicați discursul de vânzare, prezentarea de produs, de oportunitate de afacere și găsiți argumente pentru a convinge clientul că produsul sau serviciul dvs. este cel mai bun pentru nevoile lor.



Dacă ați avut deja o experiență pozitivă de vânzare, scrieți toate motivele pentru care credeți că ați făcut vânzarea, toate elementele pozitive pe care le observați ca au fost prezente.



6. Practicarea tehnicii „ce-ar fi dacă?”

Cereți oamenilor de vânzări să practice tehnica „ce-ar fi dacă?”, prin care se explorează consecințele diferitelor situații.

De exemplu, dacă unii oameni de vânzări cred că nu pot face o anumită vânzare pentru că un client a spus „nu”, cereți-le să ia în considerare diferite situații și să se întrebe: „Ce-ar fi dacă am încerca să-i oferim un preț mai mic?” sau „**Ce-ar fi dacă am încerca să găsim soluții noi pentru acest client? Ce-ar fi dacă am personaliza și mai mult oferta, pentru acesta?**”



7. Înregistrați-vă progresul:

Înregistrați-vă progresul prin evidențierea momentelor de succes și ale îmbunătățirilor făcute. Acest lucru vă va ajuta să vă mențineți convingerile pozitive și să învățați din greșeli. Deschide un **jurnal de activități** în care să notezi experiențele avute în interacțiunile de vânzare, prezentare produs, etc.