

Checklist-a za Prodavce

Primena prodajnih veština

Ova checklist-a je koristan alat za praćenje prodajnog procesa i beleženje prodavčevog ponašanja u toku prodajnog razgovora. Popunjena lista daje Vam osnovu za davanje relevantne povratne informacije prodavcu na bazi uočenog ponašanja tj. primene prodajnih veština.

Pogledajte „Objašnjenje termina“ na narednoj strani.

Da li prodavac...	DA	NE
Adekvatno pristupa klijentu i efektno otvara razgovor sa klijentom?		
Koristi otvorena pitanja da ustanovi potrebe klijenta?		
Aktivno sluša šta govori klijent?		
Govori klijentovim jezikom?		
Sumira šta je klijent rekao da proveri da li je razumeo?		
Povezuje koristi proizvoda sa potrebama kupaca?		
Efikasno se nosi sa primedbama kupaca?		
Postavlja direktno pitanje da zatvori prodaju?		
Generiše dodatnu prodaju?		
Završava razgovor ljubazno i u pozitivnom tonu?		

Sada kao menadžer prodaje objektivnije možete da date povratnu informaciju vašem saradniku i budete mentor i trener na radnom mestu svom timu.

Komentar:

Šta prodavac radi posebno dobro u prodajnom procesu:

U kojim oblastima prodavac treba da unapredi kompetencije:

Objašnjenje termina:

- Adekvatno pristupa klijentu i efektno otvara razgovor sa klijentom: uspostavlja kontakt očima saklijentom, osmehuje se i ljubazno pozdravlja klijenta
- Efektno otvara razgovor sa klijentom: počinje konverzaciju sa klijentom koja pokazuje da je on/ona tu da pomogne
- Koristi otvorena pitanja da ustanovi potrebe klijenta: Pitanja počinje sa: Šta, Gde, Kada, Kako, Zašto, Recite mi..., Objasnite mi..., Opišite mi....
- Aktivno sluša šta govori klijent: demonstrira aktivno slušanje, između ostalog, i korišćenjem neverbalnih simbola kao što su kontakt očima, klimanje glavom, potvrđivanje rečima („tačno“, „da, da.“)
- Govori klijentovim jezikom: Koristi jezik koji će klijent razumeti; ne koristi žargon.
- Sumira šta je klijent rekao da proveri da li je razumeo: Ponavlja ključne tačke koje je izneo klijent
- Povezuje koristi proizvoda sa potrebama kupaca: Slušajući klijenta, opisuje proizvod (koristi, karakteristike, osobine i sl.) i povezuje sa onim što je klijent rekao.
- Efikasno se nosi sa primedbama kupaca: Postavlja pitanja da utvrdi klijentove dileme ili zabrinutost i ponovo obezbeđuje uverenost klijenta kroz pominjanje koristi proizvoda.
- Postavlja direktno pitanje da zatvori prodaju: Na primer „Kada želite da Vam robu ubacimo u gepek“
- Generiše dodatnu prodaju: Identifikuje šanse za prodajom komplementarnih proizvoda.
- Završava razgovor ljubazno i u pozitivnom tonu: Podržava klijentov izbor i zahvaljuje na ukazanom poverenju.