Jak skutecznie wykorzystywać pytania w sprzedaży?

Zbieraj informacje, buduj relacje i wywieraj wpływ: w sprzedaży, negocjacjach, obsłudze klienta … i nie tylko.

Marcin Rzucidło

© 2016 Marcin Rzucidło / MarcinRzucidlo.pl

Spis treści

Wstęp (4)

Sześć pytań do Ciebie zanim zaczniesz sprzedawać (10)

Jakie pytania zadaje sobie klient? (19)

Jak już pytasz, to uważnie słuchaj (23)

Psychologia pytań: automatyzm reakcji (28)

Psychologia pytań: kierowanie myślenia (31)

Psychologia pytań: kto zadaje pytania, ten prowadzi rozmowę (36)

Pytania otwarte i zamknięte (40)

Krótkie (zamknięte) próbne zamykanie (45)

Długie (otwarte) próbne zamykanie (49)

Kieruj klienta na pozytywy (51)

Kiedy klient mówi: „Nie wiem.” (54)

Co jeszcze? (58)

Co innego…? (61)

A co jeśli chodzi o …? (63)

Nie mów, tylko pytaj (65)

Edukuj klienta (69)

Taktyka wykorzystania pytań w sprzedaży (72)

Jak pracować z materiałem w tej książce? (77)

Zakończenie (80)

O autorze (81)

© 2016 Marcin Rzucidło / MarcinRzucidlo.pl

Kup książkę

Witam Cię serdecznie.

Nazywam się Marcin Rzucidło.

Chciałbym Ci podziękować za to, że zdecydowałeś się zainwestować w tą książkę.

Chciałbym Ci też tego pogratulować, ponieważ oznacza to, że jesteś osobą, która podejmuje decyzje i działa. A to cechy, które przecież charakteryzują osoby, które osiągają dużo. Także w sprzedaży.

Przede wszystkim jednak, cieszę się, że będziemy mieli okazję wspólnie pracować.

Być może nie zdajesz sobie jeszcze sprawy z tego, jak wiele wiedzy i rozwiązań, które będziesz w stanie wykorzystać w kontaktach ze swoimi klientami przyswoisz i poznasz pracując z tą książką.

I być może nie zdajesz sobie jeszcze sprawy z tego, jak bardzo narzędzia, które poznasz pomogą Ci sprzedawać więcej i efektywniej.

Jestem przekonany, ze będziesz do tej książki wracać wielokrotnie. To jest zresztą rekomendowane przeze mnie podejście, ponieważ wtedy jeszcze bardziej utrwalisz sobie prezentowane tu rozwiązania i jeszcze sprawniej będziesz w stanie z nich skorzystać.

Za każdym razem, wracając do tej książki i czytają te słowa, zapewne będziesz przytakiwać głową, że, faktycznie, znajduje się tutaj wiele konkretnych i praktycznych rozwiązań, które mogą zostać od razu zastosowane przez Ciebie w kontaktach z klientem.

Tak, aby efektywnie dowiedzieć, czego potrzebuje i sprawnie przekonać go o wartości tego, co mu proponujesz.

Zapraszam Cię zatem do odkrycia i wykorzystania mocy pytań w sprzedaży…☺

Niech ich moc będzie z Tobą.

Marcin Rzucidło

Kup książkę

Wstęp

Co znajdę w tej książce? Dlaczego jest to ważne? Jak poznam to i jak będę w stanie to wykorzystać?

To naturalne pytania, które prawdopodobnie pojawiają się w tej chwili w Twojej głowie.

Zwróciłeś uwagę? … To pytania…

Pytania towarzyszą Ci każdego dnia. Nawet nie jesteś w stanie policzyć, ile ich w ciągu dnia zadajesz.

Jednak na jedną rzecz warto zwrócić uwagę już na początku tej książki. Jest to rzecz, która sprawi, że zapewne z jeszcze większą uwagą będziesz czytał jej strony, odrabiał ćwiczenia i – co najważniejsze – stosował to, czego się nauczysz.

Jak w przypadku każdego narzędzia, którym się posługujesz, pytania mogą zostać wykorzystane w sposób świadomy i pomocy, lub też w sposób przypadkowy i czasami wręcz szkodliwy.

Dlatego właśnie zawsze wychodziłem z założenia, że poznanie i zrozumienie tego, co nas otacza i czego używamy jest kluczowe do tego, aby używając tego osiągać założone cele.

O ile łatwiej prowadzić samochód, gdy wiesz, jak on działa.

O ile łatwiej nauczyć się języka obcego, gdy znasz jego zasady.

O ile łatwiej wykorzystać narzędzia skutecznej sprzedaży, gdy znasz je od podszewki, wiesz, jak ich używać i masz w tym wprawę.

© 2016 Marcin Rzucidło / MarcinRzucidlo.pl

Kup książkę

Być może w niejednym miejscu tej książki dojdziesz do wniosku, że przecież robisz to, o czym piszę, lecz właśnie robisz to „odwrotnie” niż trzeba, przez co uzyskujesz „odwrotny” od zamierzonego efekt.

Dlatego warto po tą książkę sięgnąć. Dlatego warto ją ~~przeczytać~~ przestudiować. Dlatego warto do niej wracać. I – przede wszystkim – dlatego warto stosować to, czego się dzięki niej nauczysz.

W tej książce, będziemy pracować z pytaniami w kontekście sprzedaży. Zobaczysz jednak, jak wiele kwestii, które poruszymy dotyczy nie tylko kontaktu z klientem. Dotyczą one w ogóle kontaktu z drugim człowiekiem. Dlatego też będziesz w stanie wykorzystać poznane techniki i pytania nie tylko w pracy, lecz także poza nią. To dodatkowy czynnik motywacyjny, aby zagłębić się w magię, sztukę i naukę skutecznego wykorzystywania pytań.

Czy chciałbyś…?

Zacznijmy od zadania Ci dwóch pytań:

- Czy chciałbyś dowiedzieć się, jak sprawnie odkrywać to, o czym myśli Twój klient?

oraz

- Czy chciałbyś dowiedzieć się, jak sprawnie wpływać na jego decyzje zakupowe?

Będąc dalekim od jasnowidztwa, myślę, że znam Twoje odpowiedzi na te pytania. I śmiem powiedzieć, że są to odpowiedzi twierdzące.

Sam – tak jak ty, będąc sprzedawcą – zawsze odpowiadałem na te pytania twierdząco. Co więcej, dzisiaj również odpowiadam na nie TAK. I taka też będzie moja odpowiedź na te pytania w przyszłości.

Dlaczego?

Ponieważ, po pierwsze, na tym przecież polega sprzedaż. Odkryć, czego potrzebuje klient i przekonać go – w dobrej wierze – że to, co mu oferuję spełnia jego oczekiwania.

A po drugie, chodzi o to, by cały czas szukać nowych, lepszych i skuteczniejszych sposobów realizacji sprzedaży.

Zatem jeżeli na te dwa pytania odpowiedziałeś twierdząco, jesteś w bardzo dobrym miejscu.

Moje w sumie kilkunastoletnie już doświadczenie w sprzedaży pokazało mi, że nie zawsze klienci w sposób chętny i otwarty dzielą się ze mną informacjami. Do tego, nie zawsze podejmują decyzje, które mnie satysfakcjonują.

Kup książkę

Ba bazie tych wniosków, zacząłem się zastanawiać, co mogę zrobić, aby moje kontakty sprzedażowe szły w tą stronę, w którą ja chcę, aby szły?

Krok po kroku, analizując to, co robią inni, odnoszący sukcesy sprzedawcy, eksperymentując, popełniając błędy i wyciągając z nich wnioski, szukałem, testowałem i stosowałem różne narzędzia sprzedażowe.

Jedno z nich zwróciło moją szczególną uwagę…

Co ciekawe, nie do razu. Uważałem, że na tyle na ile się nim (tym narzędziem) posługuję jest OK. Wystarczy. I szukałem innych. Coraz bardziej zaawansowanych i skomplikowanych. Myślałem, że tam jest właśnie ukryty klucz do skutecznej sprzedaży.

Okazuje się jednak, że to najprostsze rozwiązania są zwykle najlepsze. I w pewnym momencie, uderzyło mnie. Że nie muszę szukać wyrafinowanych metod i sposobów wpływania na klientów (choć są one z pewnością bardzo przydatne), lecz powinienem przede wszystkim skupić się na podstawowym i – jak się okazuje – niesamowicie skutecznym narzędziu.

Tym narzędziem są PYTANIA. Moim zdaniem niezbędne i najmocniejsze narzędzie sprzedażowe.

Dlaczego sprzedając musisz (umieć) zadawać pytania?

Po pierwsze, pytania są świetnym sposobem zdobywania INFORMACJI. Jeśli czegoś nie wiesz, po prostu się zapytaj. Z nie wiadomo jakich powodów, wielu sprzedawców, z którymi pracuję nie zadaje pytań klientom. Ich sprzedaż polega raczej na udzielaniu odpowiedzi na pytania, których klient nawet nie zadaje. OK. Może nie jest tak źle. Sprzedawcy zadają pytania, lecz jest ich zbyt mało i są nietrafne. A przez to nie są skuteczne.

Jedną z rzeczy, których nauczysz się w tej książce jest to, że powstrzymując się od zadawania pytań, robisz krzywdę zarówno sobie, jak i klientowi. Do tego, rozwiniesz również umiejętność zadawania dobrych pytań w dobrym momencie.

Moje wieloletnie doświadczenie pracy ze sprzedawcami pokazuje, że zwykle podchodzą oni do kontaktu z klientem z perspektywy tego, co chcą mu powiedzieć. Ja, pracując z nimi, odwracam tą perspektywę i pytam się ich [sic!], o co chcą klienta zapytać.

Ponieważ, mówiąc, nic nowego się nie dowiesz, słuchając, jak najbardziej.

A aby dobrze słuchać, i przede wszystkim słyszeć, trzeba dobrze zapytać.

Kup książkę

Po drugie, gdy zadajesz pytania, w naturalny sposób okazujesz zainteresowanie drugiej osobie. Pokazujesz, że interesuje Cię to, co jest dla niej ważne. Przez to budujesz RELACJĘ.

Sprawiasz, że Twój rozmówca zaczyna czuć do Ciebie sympatię, zaczyna darzyć Cię zaufaniem. To sprawia, że kupuje Ciebie, zanim kupi Twój produkt. A jak zdajesz sobie sprawę, to jest właśnie ten klucz do sprzedaży, którego często sprzedawcy szukają. Nie zdając sobie często sprawy, że nie tyle, że go zgubili, lecz często sami wyrzucili go przez okno ☺

Po trzecie, argumentem za szerokim używaniem pytań w sprzedaży jest to, że angażują Twojego klienta w rozmowę z Tobą, przez co łatwiej jest Ci nawiązać partnerskie relacje i złamać układ klient/dostawca. Twoja sprzedaż staje się dialogiem a nie monologiem. Klient sam utwierdza się w tym, że to, co od Ciebie kupi jest dla niego dobre.

Dlatego właśnie pytania są tak mocnym narzędziem sprzedażowym.

I dlatego czujesz teraz z pewnością, że chcesz o nich jak najwięcej się dowiedzieć.

Czytaj zatem dalej.

Pytania to naturalny sposób komunikacji

Jak zobaczysz w tej książce, pytań powinieneś zadawać klientowi dużo. I tu pojawia się pewna kwestia. Sprzedawcy, z którymi pracuję, zadają mi czasem pytanie (!), czy nie pojawia się ich (pytań) za dużo.

Moja odpowiedź na to jest prosta. Czytając tą książkę, możesz odnieść wrażenie, że pytania to wszystko, co istnieje w sprzedaży. Będzie tak dlatego, że na nich właśnie będziemy się skupiać. To skupianie się na czymś powoduje, że to coś robi wrażenie dużego, wyolbrzymionego, nadmiernego.

Prawda jednak jest taka, że w zwykłej rozmowie między jakimikolwiek osobami, pytania pojawiają się często i w sposób naturalny.

Przecież nie zwracasz szczególnej uwagi na to, że, gdy spotykając się z kimś, ten ktoś pyta się, co u Ciebie, co u Ciebie słychać, co ostatnio robiłeś, co zamierzasz robić, prawda? Nie zwracasz też zbyt wielkiej uwagi na to, że, gdy Ty przedstawiasz swoją propozycję klientowi, on ma do Ciebie dodatkowe, często liczne, pytania.

Pytania są naturalnym sposobem komunikacji, i jako takie – jeśli zadawane są w sposób profesjonalny i łagodny / miękki (nad czym też w tej książce będziemy pracować) – nie zwracają na siebie uwagi. Chyba, że faktycznie zadajesz je w sposób natrętny i wścibski.

Kup książkę

Jedną z rzeczy, które z pewnością zmieni się jako rezultat naszej wspólnej pracy, to fakt, że będziesz zwracał większą uwagę na to ile i jakich pytań pojawia się w Twoim otoczeniu. Nagle zdasz sobie sprawę z tego, ile i jakich pytań ludzie Tobie zadają. Zdasz sobie sprawę, w jaki sposób Ty na te pytania reagujesz oraz – przede wszystkim – w sposób świadomy zaczniesz sam wykorzystywać te wszystkie mocne strony pytań, którymi w tej książce się z Tobą podzielę.

Jak będziemy w tej książce pracować?

Przedstawię Ci teraz sposób, w jaki będziemy w tej książce pracować.

Książka ta jest podzielona na krótkie rozdziały, z których każdy skupia się na konkretnym aspekcie związanym ze skutecznym wykorzystaniem pytań w sprzedaży.

W każdym z rozdziałów dowiesz się co to za aspekt, dlaczego jest ważny i w jakiej sytuacji sprzedażowej Ci pomoże. Poznasz przykłady zastosowania danego rodzaju podejścia i pytań – tak, abyś mógł bezpośrednio powiązać je ze swoimi sytuacjami sprzedażowym. Na końcu każdego rozdziału znajdziesz zadanie do wykonania. To ćwiczenie, które ma na celu jeszcze lepsze utrwalenie tego, co poznałeś, oraz które pomoże Ci sprawnie przełożyć treść danego rozdziału na Twoje kontakty z klientami. Tak, aby były one sprzedażowo skuteczniejsze.

Aby sprawnie wykorzystać wszystko to, co ta książka może Ci dać, możesz chcieć w dowolnej chwili skoczyć do ostatniego rozdziału, w którym mówię o efektywnym sposobie pracy z tym materiałem. Dowiesz się tam, co i jak robić, aby przyswajanie tego, czego się dowiesz i co przećwiczysz w tej książce było jak najlepsze i jak najbardziej przydatne.

W każdym razie, podzieliłem tą książkę na rozdziały tak, aby ułatwić Ci skupienie się na poszczególnych rozwiązaniach. Jedno po drugim. Możesz tą książkę połknąć w całości, możesz też rozłożyć pracę z nią w czasie, np. skupiając się na jednym rozdziale dziennie. Chodzi o to, aby w maksymalnym stopniu przyswoić te rozwiązania i móc przełożyć je na wymierne rezultaty w Twoich kontaktach z klientami.

O czym jeszcze musisz pamiętać?

W książce tej poznasz wiele rozwiązań związanych z wykorzystaniem pytań w sprzedaży. Temat jest tak rozległy, że zapewne nie dotkniemy wszystkich możliwości. Jednak, realizując regułę Pareto, która mówi, że relatywnie niewielka liczba czynników jest odpowiedzialna za relatywnie dużą częścią finalnego rezultatu, to, co poznasz w tej książce da Ci silną i mocną skrzynkę narzędziową pełną dobrych pytań, która pomoże Ci w dochodzeniu do tego, czego Twój klient chce i w jaki sposób możesz na niego wpłynąć.

Pamiętaj też proszę o tym, że rozwiązania, które poznasz nie działają jak magiczna różdżka. Każdy chciałby, aby 100% klientów wykładało przed nim swoje oczekiwania oraz by 100% klientów od nich kupowało. Obawiam się, że statystycznie rzecz ujmując, nie jest to możliwe.

Kup książkę

Co jednak statystycznie jest możliwe, to, że przy Twoim zaangażowaniu w pracę z tą książką, liczba Twoich klientów, którzy otwierają przed Tobą swoje głowy i liczba klientów, którzy finalnie od Ciebie kupią, wzrośnie. I o to chodzi.

Jak każde rozwiązanie, pytania w sprzedaży nie zawsze zadziałają, ale – przy Twoim zaangażowaniu – zadziałają zdecydowanie częściej niż to się być może dzieje dzisiaj.

Po prostu, stosując rozwiązania, które poznasz i przyswoisz, podniesiesz w znaczący sposób efektywność i skuteczność swojej sprzedaży.

Pod jednym jednak warunkiem…

W tej książce nie korzystam z magicznych rozwiązań, które w sposób nadnaturalny spowodują, że nagle posiądziesz umiejętność wykorzystania pytań w kontaktach z klientami.

Posiądziesz oczywiście szeroką wiedzę, zrozumiesz praktyczny kontekst i uzyskasz mnóstwo gotowych rozwiązań. Jednak nic Ci one nie dadzą, jeśli Ty nie podejmiesz działania.

Twoje zaangażowanie w pracę z tą książką, wykonywanie ćwiczeń oraz – przede wszystkim – testowanie i wykorzystywanie tego wszystkiego w kontaktach z klientami … to dopiero przyniesie oczekiwany przez Ciebie efekt.

Zatem pamiętaj, wiedza nie używana nie ma znaczenia, to działanie prowadzi do rezultatów. Ostatnią rzeczą, o której chciałbym wspomnieć, zanim przejdziemy do konkretnych pytań, jest to, że czasami możesz mieć wrażenie, że sposób podejścia do wykorzystania pytań, nad którym będziemy pracować może robić wrażenie manipulacyjnego.

Moim zdaniem, różnica pomiędzy wywieraniem wpływu (czymś pozytywnym) a manipulację (czymś negatywnym) sprowadza się tylko i wyłącznie do intencji, które kierują Twoimi działaniami. Sam proces i narzędzia są dokładnie takie same.

Zatem, chciałbym podkreślić, że moje intencje stojące za napisaniem tej książki oraz samym wykorzystywaniem pytań jako narzędzia sprzedażowego są jak najbardziej pozytywne.

Chodzi o to, by odkryć, czego naprawdę klient chce – nawet czasami nie zdając sobie z tego sprawy na poziomie świadomym – a następnie, przekonać go, że Twoje rozwiązanie naprawdę jest dla niego dobre.

Pamiętaj proszę o tym, gdy będziesz wykorzystywać to, czego już za chwilę zaczniesz się uczyć a za dwie chwile będziesz w stanie wykorzystać.

Tyle słowem wstępu. Zapraszam Cię teraz do rozdziału numer jeden.

Kup książkę