

Soittaako myyntisi aktiivisesti uusille asiakkaille?

Heikki Luoma
Actional Oy



Soittaako myyntisi aktiivisesti uusille asiakkaille?

Mitä tapahtuisi myynnille, jos potentiaalisille asiakkaille soitettaisiin systemaattisesti ja jatkuvasti? Myynti kasvaisi?

Edellisessä Actionali Katsauksessa kirjoitin miten Esa (nimi muutettu) käytti myyntisuppiloa apuna myyntinsä nelinkertaistamiseen puolessa vuodessa. Tärkeintä Esalle oli löytää uusia prospekteja, jota myyjät yleensä välttelevät tekemästä.

Miksi myyjät välttelevät soittoa potentiaalsiin asiakkaisiin? Osa pelkää epäonnistumista, osa ei tiedä mitä sanoisi puhelimesta ja osa pitää puhelinkeskustelua kiusallisena.

Soittamiseen liittyy vääjäämättä epäonnistumisia. Kukaan ei ole niin kyvykäs soittaja, ettei tulisi torjutuksi joidenkin asiakaskandidaattien toimesta. Osa myyjistä vaan on sellaisia sisäiseltä maailmaltaan, että he kestävät sen. Kyse onkin siitä, miten suhtautua epäonnistumiseensa.

Ensiksi, älä haudo ajatuksia, jotka estävät soittamasta. Ajattele että soittaminen on ensimmäinen askel luonnollisessa prosessissa päästä keskusteluyhteyteen tulevan asiakkaan kanssa.

Ajattele henkilöä, jolle soitat, samanarvoiseksi kuin itse olet. Älä tee itsestäsi mielessäsi alempiarvoista tai ylempiarvoista, vaan asiakkaan mahdollinen tuleva kumppani.

Rentoudu. Soittaminen ei ole iso juttu. Mitään vakavaa ja peruuttamatonta ei tule tapahtumaan soiton aikana.

Englantilaisilla on lyhenne, jonka opin viime syksynä Lontoossa seminaarissa. Lyhenne on SW – SW – SW- SW- N. Se tulee sanoista some will – some won't – should't worry – so what – next. Suomeksi tuo merkitsee suurin piirtein jotkut suostuvat myyjän ehdotukseen, jotkut eivät eikä siitä pidä huolestua eikä välittää vaan soittaa seuraavalle.

Monet myyjät eivät tiedä mitä sanoisivat puhelimesta. Ongelma on varsinaisesti se, että tähtäämisen sijaan aiotaan ampua lonkalta. Ratkaisu on aina, että puhelinkeskustelua varten myyjä kehittää yksin tai mielellään muiden myyjien ja esimiehen kanssa myyntisoiton käsikirjoituksen eli skriptin.

Mihin myyjä pyrkii soitollaan on yleensä tapaaminen. Mitä on sanottava tuntemattomalle,

jotta tämä kiinnostuisi tapaamisesta? Tapaamisessa voidaan myyjä voi keskustella potentiaalisen asiakkaan kanssa loput.

Soittomäärän lisääminen on avain asiakasmäärän kasvattamiseen. Jossain vaiheessa myynnin on keskusteltava asiakkaan kanssa, jotta asiakas voi ostaa tai tilata. Keskustelun avaamisen välttely laskee myyntiä. joten, miksi et muuttaisi uusasiakashankintaa aktiiviseksi nyt heti?

Olisiko artikkelista hyötyä jollekin, jonka tunnet?

Kerro minulle mielipiteesi. Ota yhteys puhelimella 040 5509200 tai s-postilla heikki.luoma@actional.fi

Heikki Luoma
Actional Oy