

Audyt modelu rozmowy i prowadzenia decyzji

Nadmiar konsultacji przy prostym zakupie jest tarcie, nie wartością — a sama prezentacja przy zakupie złożonym nie odpowiada na nic. Siedem pytań zestawia dwie rzeczy: ile pracy decyzyjnej ma klient i ile jej faktycznie ułatwiacie.

PRACA ZESPOŁU · PIĘTNAŚCIE MINUT NA JEDEN SPOSÓB SPRZEDAŻY

KIEDY SIĘGNAĆ

- + każdą sprawę prowadzicie tak samo, niezależnie od stawki;
- + przy prostym zakupie klient dostaje warsztat i trzy spotkania;
- + przy złożonym — prezentację i ofertę;
- + zespół uważa, że im więcej pytań, tym lepsza rozmowa;
- + klienci mówią, że to trwa za długo, i nie wiadomo, co uciąć.

WYPEŁNIJ 7 PÓL

01 CO KLIENT KUPIJE

Jaki to typ zakupu — rutynowy, częściowo złożony czy przekrojowy?

02 ILE W TYM NIEPEWNOŚCI

Czego on sam jeszcze nie rozstrzygnął?

03 ILE PRACY JEST PO JEGO STRONIE

Co musi ustalić, uzgodnić albo policzyć, zanim zdecyduje?

04 JAK DZIŚ PROWADZICIE ROZMOWY

Co robicie w praktyce — nie co jest w procesie?

05 GDZIE JEST NADMIAR

Co robicie, choć niczego nie rozstrzyga?

06 GDZIE JEST NIEDOMIAR

Czego nie robicie, choć klient tego potrzebuje?

Skracacie, pogłębiacie, rozdzielacie na dwa sposoby pracy czy zostawiacie?

CO Z TEGO WYCHODZI

Prosty zakup prowadzicie jak transformację

Utnijcie. Wróć do pytania 5 — przy rutynowym zakupie każdy dodatkowy krok jest kosztem po stronie klienta.

Złożony zakup kończy się prezentacją i ofertą

Wróć do pytania 3. Klient nie potrzebuje opisu rozwiązania, tylko pomocy w ułożeniu własnej decyzji.

Ten sam sposób obsługuje oba

Rozdzielcie je. Jeden proces dla dwóch różnych zakupów jest za ciężki dla jednego i za lekki dla drugiego.

Liczba pytań jest miarą jakości rozmowy

Zmieńcie miarę. Liczy się, ile z odpowiedzi zmieniło to, co doradzacie — reszta to wywiad.

Klienci mówią, że to trwa za długo

Uwierzcie im i zacznijcie od pytania 5, a nie od tłumaczenia, dlaczego proces jest potrzebny.
