

Profil Domen Wartości 8D

Nie każdy zakup wymaga rozmowy o strategii, ryzyku i zwrocie naraz. Siedem pytań wybiera rodzaje wartości ważne w tej jednej decyzji i wskazuje, co pominąć bez straty. Dobór nakładu do całej sprawy robi Profil Wartości Procesu Sprzedaży.

PRACA ZESPOŁU · PIĘTNAŚCIE MINUT NA JEDEN ZAKUP

KIEDY SIĘGNAĆ

- + każda oferta zawiera te same sekcje, niezależnie od klienta;
- + rozmowa o wartości sprowadza się do wyliczenia oszczędności;
- + to, co ważne dla działu technicznego, jest obojętne dla finansów;
- + dokładacie kolejne wątki i decyzja się oddala;
- + coś, co miało pomóc, zwiększyło klientowi pracę.

WYPEŁNIJ 7 PÓL

01 JAKĄ DECYZJĘ PODEJMUJE KLIENT

Co konkretnie rozstrzyga?

02 KTO NAPRAWDĘ UCZESTNICZY

Które dwie albo trzy role ważą najwięcej?

03 CO DLA NICH JEST WARTOŚCIĄ

Co każda z nich uzna za istotne?

04 CO JEST TU RDZENIEM

Które dwa rodzaje wartości niosą tę decyzję?

05 CZEGO NIE RUSZAĆ

Co świadomie pomijacie, żeby nie rozwlekać?

06 GDZIE MOŻECIE ZASZKODZIĆ

W którym miejscu wasza praca zwiększa klientowi obciążenie?

07 DECYZJA

Prowadzicie tak, zawężacie, dokładacie rolę czy zmniejszacie zakres?

CO Z TEGO WYCHODZI

Rdzeniem jest wszystko

Wtedy nic nim nie jest. Wróć do pytania 4 i wybierzcie dwa.

Ten sam profil pasuje do każdego klienta

To nie jest profil, tylko szablon oferty — i tak zostanie odczytany.

To, co ważne dla jednej roli, jest obojętne dla drugiej

Zróbcie dwie wersje rozmowy zamiast jednej uśrednionej, która nie trafia do nikogo.

Wasza praca zwiększa klientowi obciążenie

Zmniejszcie zakres. Wartość ujemna liczy się tak samo jak dodatnia, tylko nikt jej nie mierzy.

Decyzja jest prosta, a profil rozbudowany

Utnijcie. Pytanie 5 zwykle skraca sprawę o dwa spotkania.