

Сегодня, я хочу поговорить о продажах. Мы, творческие люди. Нам неловко от слова продажа, но так или иначе, когда мы получаем гонорар за свои услуги – это и есть продажа. Как получить доверие клиента? Как не чувствовать унижения от продаж? Как легко называть любую цену? Как устранить хаос, чтобы не терять заявки на проекты? Девять простых правил. Чтобы стать лучшим в продажах, сверхспособности не нужны. Я собрала для вас 9 простых правил. И, если их соблюдать, результаты будут принципиально другими.

Правило №1

Вы бы сами хотели покупать у того, кто разбирается в продукте. Такой продавец сразу становится на вашей стороне. А те, кто не понимают, что вам нужно — отталкивают. Так же и вам нужно показать клиенту, что вы разбираетесь в своем деле и можете от чего-то его спасти. Объясните ему какую-то ловушку, в которую попадают те, кто не разбирается в возможных проблемах и покупает у неквалифицированных конкурентов. И человек перестанет воспринимать вас как «впаривателя» своих услуг. Так вы станете для него единственным ориентиром в сфере интерьерного дизайна. Никого другого просто не будет. Если вы станете для человека экспертом, то возражения типа «дорого» или «есть дешевле» отпадут сами. Как создать себе статус эксперта, мы детально разберем на моем авторском курсе «Бизнес в Дизайне интерьеров»

Правило №2

Сделайте качественный сопровождающий материал: маркетинг-кит, видео. Это огромная помощь в переговорах с клиентами, и особенно — для начинающих дизайнеров. Например, маркетинг-кит — это книга с фотографиями, визуализациями ваших работ, отзывами и кейсами. Это мозг дизайнера, владельца своего бизнеса, который упакован в виде удобного для ознакомления материала. Ведь владелец знает о своем деле лучше всех. Такие материалы — это «козыри», которые могут ответить на любой вопрос или уладить сомнения клиента.

Правило №3

Если вы скажете совершить конкретное следующее действие — 15–20% клиентов сделают, как вы сказали. Звучит странно, но так устроен человек. Особенно, если он вам доверяет. Поэтому каждое взаимодействие с клиентом нужно заканчивать конкретным предложением — что делать дальше. Когда вы не предлагаете — вы теряете. Например. По окончании первого разговора с клиентом, по телефону, спросите его электронную почту, и вышлите на нее ваш маркетинг кит. А в письме напишите, что вы ждете от него обратной связи.

Правило №4

В переговорах обычно лидирует тот, кто задал их повестку. Именно этот человек управляет сутью взаимодействия. Поэтому начните переговоры, звонок клиенту или встречу так: сами предложите, как бы вы хотели построить разговор. Вы можете сказать: «Сначала я расскажу о этапах работы над проектом, потом покажу примеры, потом вы зададите вопросы. Хорошо?» Человек будет следовать за вами. Он будет вам доверять. Ему так удобно. И это настраивает на покупку.

Правило №5

Есть планка, выше которой дизайнеру в момент продажи сложно назвать цену. У него ступор, потому что цена кажется лично ему нереальной. Он никогда не имел дело с такими деньгами. Но мы никогда точно не знаем, что такое «дорого» для клиента и сколько он готов заплатить. Поэтому вообще не бывает «дорого» и «дешево». Рост для профессионала — в предложении всё более высоких цен. Но нужно не заламывать цену на тот же самый продукт, а учиться создавать ценность и предлагать больше за большие деньги.

Правило №6

Вы теряете заявки или забываете повторно позвонить? Наведите порядок в том, как вы учитываете клиентов.

Покажите вашу таблицу потенциальных клиентов стороннему человеку. Он все в ней понимает? Он легко ориентируется? Он может про каждого клиента сказать, что с ним сейчас и что точно нужно с ним делать?

Если нет, жестко установите, что каждый контакт с клиентом сводится к трем возможным исходам:

1. Результат (встреча назначена, счет выставлен и т.п.);
2. Отказ (с указанием причины);
3. Перенос (и следующий шаг с точной датой).

Правило №7

Посмотрите на предложения, которые вы делаете клиенту. Вы вообще хотите, чтобы он получил максимум, а потратил минимум? Вы ищете идеал?

В любой ситуации можно повысить выгоду для клиента. Для этого не надо делать скидки и урезать свою прибыль. Просто нужно включить голову. Что можно поменять? Что можно исключить? В чем можно расширить поиск?

Будьте на стороне клиента. Сэкономьте человеку деньги или помогите за те же деньги получить больше. Задача бизнеса — предлагать идеальное решение для каждого конкретного клиента. Только тогда это бизнес. А процесс дизайна интерьеров — это также, хорошо отлаженный, структурированный бизнес процесс.

Правило №8

Ключ к любому человеку — это искренность. Все манипуляции, уловки и ухищрения работают только на людей, которые ниже вас по уровню опыта, денег и понимания жизни. Вы видели неестественных людей, которые что-то хотели от вас? Вы ловите это мгновенно. А люди уровнем выше замечают еще лучше. Не скрывайте незнание ложью — будьте искренны, это всегда воспринимается лучше и располагает к вам людей.

Правило №9 Напоследок

Может быть, вы смотрели снизу вверх на людей, которые свободно и хорошо продают, имеют массу клиентов. Может быть, вы думали, что это редкий дар. Но продавать — просто и естественно. Это такой же навык, как читать и писать, рисовать и создавать прекрасные интерьеры. Теперь у вас есть правила, с которыми вы можете достичь всего. Используйте их. И удачи!