

## გაყიდვების Meeting-ების კრებული



### როგორ გამოვიყენოთ მოცემული რესურსი

მოცემული ნიშნუიდან გაიგებთ გაყიდვების შეხვედრის დასაგეგმად საჭირო ყველა დეტალს. ასევე იმ საფეხურებს, რომლების სწორად გადალახვის შემთხვევაში, თქვენი პროდუქტის უკეთ დემონსტრირებასა და მეთი გაყიდვების გენერირებას შეძლებთ.

## გაყიდვების meeting-ების კრებული

- კარგად გაეცანით პროსპექტების ქეისებს. რისი შეცვლა სურთ მათ?
- მოახდინეთ თქვენი პროდუქტის ღირებულებების დემონტაჟი, პროსპექტების სურვილებზე დაყრდნობით
- შეჭარღილთ სამოქმედო გეგმაზე

## შეხვედრამდე ჩაატარეთ კვლევა

მყიდველთა 67% ფიქრობს, რომ თქვენი პროდუქტი არაა მორგებული მათ საჭიროებაზე.

ამიტომ შეხვედრამდე პროსპექტების შესწავლა თქვენი ბიზნესის წარმატებისთვის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია.

• ყველა იმ ადამიანის სამუშაოს დაასხელეება/თანამდებობა, ვინც ეხწრება შეხვედრას. (რა არის მიზნები, მყიდველის რომელ კატეგორიას მიეკუთვნებიან ისინი, რა იქნება ჩვენი შეთავაზებიდან მათთვის ყველაზე ღირებული)

• დაათვალიერეთ კომპანიის საიტი(რას აკეთებს, ვინაა მათი სამიზნე აუდიტორია, რა არის მათი ბიზნეს მოდელი, როგორ გამოიმუშავებენ ფულს, როგორ შეგვიძლია მათი დახმარება, რომ გამოიმუშავონ მეტი?)

• გადაამოწმეთ მათი თქვენს კომპანიასთან ურთიერთობის ისტორია. (არიან თუ არა CRM-ში, ვინ ესაუბრა მათ შეხვედრამდე, როგორ მოახდინეს თქვენს საიტთან და მარკეტინგთან ინტერაქცია)

• შეხედეთ მათ სოციალურ მოღვაწეობას( რაზე ლაპარაკობენ სოციალურ ქსელებში, გაქვთ თუ არა საერთო ინტერესები/ჭგუფები)

## დაადგინეთ განრიგი

მყიდველთა 59% უკმაყოფილოა როცა გაყიდვების meeting-ი დროში იწვლება. განრიგის შედგენა კი დაგეხმარებათ მოცემულ დროში ძირითადი საკითხები დროულად მოაგვაროთ.

გზები, თუ როგორ დავგეგმოთ შეხვედრები:

1. დაუთმეთ 10-15 წუთი კლიენტის სპეციფიკური კონტენტის შესასწავლად. ეს დაგეხმარებათ უკეთ გაიგოთ თქვენი მომხმარებლის სურვილები და მოძებნოთ საუკეთესო გზა მათ დასახმარებლად.
2. ამის შემდეგ კლიენტს შეგიძლიათ აჩვენოთ, რომ თქვენი პროდუქტი მაქსიმალურ ღირებულებას აძლევს მათ.

## ალმოჩენების ფაზა

კიდევ ერთი პრობლემა, რომელიც მყიდველთა 45%-ს აქვს, ისაა რომ გაყიდვების წარმომადგენელს ზოგ შემთხვევაში კარგად არ ესმის ინდუსტრიისა და კომპანიის არსი.

კვალიფიციური მატრიცა + შეკითხვები მაგალითისთვის. [აუცილებელი არაა ყველა შეკითხვა დაისვას და არ აქვს მნიშვნელობა თანმიმდევრობას.]

- მოგვიყვით თქვენს კომპანიაზე
- როგორ მუშაობს თქვენი ბიზნეს მოდელი?
- რატომ დაინტერესდით ჩვენი პროდუქტით ახლა?
- რა არის თქვენი გაყიდვების ორგანიზაციის მიზანი 6დან 12 თვეში? რა სახის დახმარებას ელოდებით ჩვენგან?
- რა არის ამ ეტაპზე თქვენი საუკეთესო ინიციატივები?
- რა არის ის ძირითადი გამოწვევა, რასთან გამკლავებას თქვენს გუნდს უნევს??

## შეაფასეთ კლიენტის მოთხოვნები

შეაფასეთ პროსპექტის კმაყოფილების საფეხური, რომ უკეთ გაიგოთ მათი უკმაყოფილების მიზეზები და განახორციელოთ პროცესების ახალი სისტემა

- როგორ მიღის საქმეები?
- კმაყოფილი ხართ შედეგით?
- რა შეიძლება გააკეთოთ უკეთ?
- რა გეგმა გაქვთ გასაუმჯობესებლად?
  - a. დარწმუნებული ხართ, რომ ეს გეგმა იმუშავებს?
  - b. ჩვენი დახმარება ხომ არ გჭირდებათ ?
- რატომ ახლა?
- გაქვთ რაიმე კითხვა?

## განსაზღვრეთ კლიენტის ყიდვის პროცესი (buying process)

განსაზღვრეთ ის საფეხურები, რომელთა გავლაც უნევს კლიენტს პროდუქტის შესაძენად, რაც მოგცემთ საშუალებას გქონდეთ რელევანტური კონტენტი და ესაუბროთ სწორ ადამიანებს.

თუ ფიქრობთ, რომ უკვე საკმარისი ინფორმაცია გაქვთ ამ საკითხთან დაკავშირებით, კირდაპირ demo stage-ზე გადადით

- რა რესურსები დაგეხმარებათ ამ პროცესისთვის?
- ვინ იქნება ჩართული გადაწყვეტილების მიღებაში?
- რა კითხვებს დაგისვამთ მენეჯერი, როცა თქვენი გადაწყვეტილების შესახებ ეტყვი? - როგორ პასუხს გაცემთ?
- როდის მთავრდება თქვენი წელი? რამდენად არის თქვენს

# 4.

ბიუჯეტში ამ გადაწყვეტილების მიღების საშუალება?

•როგორ გაამართლებს კომპანია შენაძენის საჭიროებას? რას ფიქრობს თქვენი კომპანია ROI-ზე(უკუგება ინვესტიციამ) სხვა ვანდორებისთვისაც მიგიმართავთ? რა არ მოგეწონათ?

## დემო

აირჩიეთ ის მახასიათებლები, რომლებსაც გამოიყენებთ დემოში. შეადარეთ კლიენტის მდგომარეობა თქვენი პროდუქციის შექმნამდე და შემდეგ.

აჩვენეთ როგორ ამართივებს ამ სირთულეს თქვენი პროდუქტი.

მიიღეთ ინფორმაცია კლიენტისგან. დასვით კითხვები:

ა.როგორ ფიქრობთ, იმუშავებს ეს თქვენთვის?

ბ.როგორ გამოიყენებდით ამ შემოთავაზებას ამჟამინდელი მდგომარეობით?

გ.როგორ გგონიათ, რა დაგეხმარებათ x-ის მიღწევაში?

## დახურვა(Close)

შეაჯამეთ ის ღირებულება, რომელიც აჩვენეთ კლიენტს შეხვედრის განმავლობაში გაკეთებული დასკვნების საფუძველზე და მოითხოვეთ კლიენტისგან საბოლოო გადაწყვეტილება

**მაგალითი:**

“რაც მე დემოში აჩვენეთ არის ის თუ როგორ შეგიძლიათ პროდუქტ x-თან. რას ფიქრობთ?

მზად ხართ რომ დავიწყოთ? მზად ვარ დაგეხმაროთ შექმნის პროცესის დასრულებაში.

# PROSPECT.

**პროსპექტი** არის მარკეტინგის და გაყიდვების საკონსულტაციო კომპანია.

**ჩვენი მიზანია:** დავხმარეთ ბიზნესებს და მათ საბოლოო მომხმარებლებს და ეფექტური გადაწყვეტილებების მიღებაში.

**ჩვენი ხედვა:** ნებისმიერი ბიზნის მისაღწევად და მათ შორის დაბრკოლებების გადასალახად აუცილებელია ფიქრი, სწორი კომუნიკაცია, რჩევების მიღება და ეფექტური ნაბიჯების გადადგმა

თუ თქვენ გადაწყვედით პროსპექტთან თანამშრომლობას თქვენ მიიღებთ:

- ექსპერტთა გუნდს
- ვრცელ ნეთვორქსს
- 15 წლიან გამოცდილებას
- შედეგებზე ორიენტირებულ სერვისს
- ბიზნეს კარტიორს რომელიც იზიარებს თქვენს რისკებს
- გაზრდილ შემოსავალს