

A black and white photograph of a man in a business suit and tie, looking down. The image is used as a background for the text.

BUSINESS

MILYON DOLLARLIQ MƏSLƏHƏT

CONTENT

GİRİŞ

1-Cİ HİSSƏ

1. ÖZÜNƏ GÜVƏN
2. BİZNESLƏRƏ MÜALİCƏ LAZIMDIR
3. UZATMA
4. KONTRAKT?
5. IDEAL SATIŞ SONLUĞU

2-Cİ HİSSƏ

1. İLK ÖNCƏ RAZILAŞ
2. SATIŞDAN ÖNCƏ MÜNASİBƏT ÖNƏMİ
3. ƏLİNDƏ OLANLARI İŞLƏT
4. SUS VƏ QULAQ AS
5. SATIŞI BAŞQA ŞİRKƏTLƏ BAĞLA

GİRİŞ

Satış bacarığının sizə verə biləcəyi limitsiz imkanları kəşf etməyə hazır olun. Ən varlı və ən uğurlu insanların hər birinin bildiyi 1 ortaqlıq var.

Satış.

Satış bacarığı yalnız biznesə aid deyil. Bu bir sənətdir. Real həyatda da, hər addımımız bir satışdır. Fərqi yoxdur bu sadə bir tanışlıq və yaxud iş birliyidir.

Satış - qarşıdakı insanın tələblərini başa düşüb, ona uyğun məhsula dəyər yaradıb pul qazanmaqdır.

Bu bacarığı bildikdən sonra, milyona gedən yolunuz başlayacaq.

1-CI HISSƏ

ÖZÜNƏ GÜVƏN

Hər bir görüşün necə gedəcəyi, ilkin əl sıxışmasından başa düşülür. Bu o deməkdir ki, ilk təsürat çox önəmlidir. Özünə güvən. Əgər sən insanlardan pul götürəcəksənsə, bunu öz güvənli şəkildə etməlisən ki, onlarda özünə qarşı güvən yaradasan.

Təsəvvür et ki, sən bir sahibkarsan. Sənə necə yaxınlaşmaqlarını istəyərdin?

Sən irəlilədikcə stressin daha çox artacaq və sən buna qalib gəlməlisən. Böyük adamlar böyük stressə qalib gələrək böyüyürlər. (Mario Theory)

Bunu öz beynində proqramlaşdır.

BİZNESLƏRƏ MÜALİCƏ LAZIMDIR

İnsanlar həkim yanına konsultasiyaya getdikdə, onlar həkim üçün getmir. Mualicə üçün gedir. Əgər o mualicə hansısa bir mağazada və ya restoranda olarsa, onlara ən əlverişli olan yerə gedəcəklər. Həkim onların problemini həll edir.

Bir sahibkar kimi, sənin işin problemlərə həll yolu gətirərək bu həllərdən pul qazanmaqdır. Yəni bir iş görüşündə məhsul haqqında məlumat verib müştərinin beynini doldurmaqdansa, onun problemlərini başa düş və onları necə həll edəcəyini izah et.

Uğurlu satış, problemin uğurlu həllidir.

UZATMA

Bir məsələyə uzun-uzadı qulaq asan insanların ya bol vaxtı var və ya onlar çayxanada real olmayan məsələni müzakirə edir.

Satış prosesində, heç vaxt sən bildiyin məlumatları müştəriyə öyrətməyə çalışma. Yenə deyirəm, sən problem həll etməlisən. Dərs keçməli deyilsən.

Ən qısa bir zamanda əsas məsələyə keç. Əlbəttə ki, zəng və ya görüşdə, öncəliklə onların maraqları üzərindən söhbət açıb söhbəti qızıqdırmalısan.

Amma satış hissəsinə keçdikdə,
UZATMA.

KONTRAKT?

Kontrakt sadəcə verilən sözlərin yazılı şəkilidir. Yəni satışın bağlandığını qələmə almaq üçündür. Kontrakta arxalanıb özünüzü rahat hiss edirsinizsə, siz çox tez bir zamanda bankrot olacaqsız. Əgər hər iki tərəf eyni fikirdə deyilsə və ortada ortaq bir maraq yoxdursa, mən əminliklə sizə deyə bilərəm ki, həmin o kağız parçası, heç bir önəm daşımır.

Bundan əlavə, əgər hər şey danışdığınız kimi getməsə belə, nə edəcəksən? Məhkəmə prosesi illər çəkir və bu çox böyük bir vaxt itkisidir. Satış dinamik və sürətlə dəyişən bir sahədir. Sən də sürətli olmalısan. Məhkəmələrdə günü günə satmamalısan.

IDEAL SATIŞ SONLUĞU

Satışın ilk 2 etapi uğurlu keçərsə sevinməyin. Bu qarşınızdaki insana çox mənfi bir təsürat verə bilər.

Hər zaman professional qalın və bunu milyon dəfə etdiyiniz kimi, təmkinli şəkildə tələblərinizi irəli sürün.

Hisslərinizi idarə etmə bacarığı, bu oyunda sizin ən güclü silahınızdır. Bu həm iş və qeyri-iş həyatınızda sizə çox böyük mənfəət qazandıracaq.

Əgər müştəri razılaşarsa, təşəkkürünüzü bildirin, lazımlı proseslərdən keçin və əmin olun ki, sizin konsultasiyanız onun yaddaşında xoş təsüratlarla yadda qalsın.

2-CI HISSƏ

İLK ÖNCƏ RAZILAŞ

Satış zamanı bir çox çətinliklərlə qarşılaşacaqsız. Onlardan biri də müştəri ilə fikir ayrılığıdır. Sizdən bir xaişim var. HEÇ BİR ZAMAN müştəri ilə arqumentə girməyin. Hər zaman onun fikirini təsdiqləyib, sonra öz təklifinizi irəli sürün.

Bu bir manipulasiya deyil. Fərqi yoxdur əgər sosial və ya iş görüşündəsiz, əgər məqsədiniz razılaşmaqdırsa, ilkin etapi heç bir zaman konfliktlə başlatmırlar.

Məs. Müştəri sizin təklifi bəyəndi, lakin qiymət onun “büdcəsinə uyğun deyil”. Siz yenə də razılaşırırsız. Daha sonra başa salırsız ki, niyə qiymət bu qədərdir. Qiyməti heç bir zaman aşağı salmayın.

SATIŞDAN ÖNCƏ MÜNASİBƏT ÖNƏMİ

Sahibkarlar hər zaman davamlı satdığı müştəridən daha çox qazanc əldə edir, nəinki ilk dəfə satdığı müştəridən.

Müştərilərlə münasibət qurmaq və öz brendiniz haqda xoş bir fikir yaratmaq sizə daha çox pul qazandıracaq, üstəlik sizin rəqibləriniz olan bazarda sizə sadıq alıcı bazası verəcək.

Böyük bizneslər öz sadıq alıcılarının hesabına ayaqda durur. İşlərin pis olduğu halda, onlarla əlaqə saxlayıb məhsul/servislərinin onlara endirimlə təklif etdiklərini bildirib, gəlir əldə edə bilirlər.

ƏLİNDƏ OLANLARI İŞLƏT

Bir çox sahibkarlar yeni biznes başladan zaman küllü miqdarda vəsaiti artıq mövcud olan avadanlıqlara yatırım edərək böyük səhfə yol verirlər. Əlində olan imkanlarını səmərəli və uğurlu şəkildə istifadə etmək hər birimizin ən onəmli vərdişinə çevrilməlidir.

Əlbəttəki, xarici qaynaqlarında böyük rolu var, amma əgər mən bir işi köhnə kompüterimdə yetərli səviyyədə edirəmsə niyədə yeni bir cihaza ehtiyac duyum.

Bu özəllik həm mənə böyük miqdarda pul qənaət edib və gələcəkdə biznesimi böyütməyə daha çox imkanlar yaradacaq.

SUS VƏ QULAQ AS

Artıq hər bir görüşümüz sadəcə bir ünsiyyət qurmaqdan ibarət olmamalıdır. Bizə fərqi yoxdur dostumuz və yaxud tanışımız olsun, onun çalışıb yaxshi bir özəlliyini mənimsəməliyik.

Həyatda nə qədər uğurlu olursan ol qulaq asmaq bacarığın olmalıdır ki qarşıdakının tələb və marağını öyrənə biləsən.

Təsəvvür edin ki, bir konfransdasınız və orada bir iş adamları birliyi var, açıq-aydın məsələdir ki burda sizə kimin az və ya çox qazanmasının fərqi yoxdur. Sizin üçün yeganə vacib olan başqalarının da necə pul qazandığını bilməkdir. Belə ki, SUS VƏ QULAQ AS

SATIŞI BAŞQA ŞİRKƏTLƏ BAĞLA

Elə ola bilər ki, satış etmək istədiyiniz adam sizinlə qiymətə və ya hər hansısa bir şərtə görə əməkdaşlıq etmək istəməz. Bu halda müştərini itirməmək və pul qazanmaq üçün, başqa bir şirkət istifadə edib satış bağlayın. Sadə bir misal. Mən və mənim əməkdaşlarım Digital Marketing servisləri satırdıq. Bir müştəriyə 2000\$-lıq təklif irəli sürdük, qiymətlə razılaşmadı. Daha sonra 2-ci (fərqli adla) şirkətdən zəng edib, eyni servisi 1700\$-a təklif etdik. Avtomatik olaraq həmən müştəri düşündü ki, az öncə 2000-ə edilən servisi daha ucuz təklif edirlər. Bunu şans kimi dəyərləndirib qəbul etdi. Amma reallıqda, bu sadəcə bir oyun idi.