

TEKNIK MENINGKATKAN PENJUALAN

**Cara Mempengaruhi Emosi & Perilaku Prospek
agar Lebih Mudah Percaya & Membeli**



Oleh:

RICKY EKAPUTRA FOEH., SPd.,MM



SEMINAR

Teknik Meningkatkan Penjualan



- Motivator
- Self Improvement Trainner
- Personal Coach
- Konsultan Manajemen & Bisnis
- Peneliti Bidang Marketing
- Dosen Administrasi Niaga Undana

Jumat, 3 Agustus 2010

10.00 – 13.00 WITA

Global Victory Office Kupang

Siapa Saja yang Perlu hadir?

Marketing/Sales, Agen Asuransi, MLM, Broker, Setiap orang yang Bergerak dalam bidang Penjualan

Anda Akan Mempelajari?


- Strategi Marketing/Sales
- Merancang Target Penjualan Pribadi
- Mengatasi Kegagalan / Penolakan dalam Penjualan
- Membangun Image Corporate & Individu

Investasi : **Rp. 500.000.-**

Informasi & Pendaftaran:

081236694888





Nama: Ricky Ekaputra Foeh., SPd.,MM

Pendidikan:

1. Sarjana Bahasa Inggris Universitas Nusa Cendana, Kupang, 2002
2. Master Manajemen, Universitas Widya Mandira, Kupang, 2005

Pekerjaan:

1. Dosen Administrasi Niaga Undana Kupang
2. Direktur & Senior Consultant Global Victory, Kupang.
3. Motivator, Self Improvement Trainner, Personal Coach, Peneliti Bidang Manajemen & Praktisi MLM

HP : 0812 36 694 888

Email : rickyfoeh@gmail.com





TUJUAN SEMINAR INI...

- ◆ Memahami Profesionalisme Tenaga Penjual.
- ◆ Memahami Langkah-langkah Utama dalam Penjualan yang Efektif.
- ◆ Memahami berbagai teknik untuk meningkatkan penjualan.
- ◆ Merencanakan dan melaksanakan penjualan secara lebih efektif dan efisien
- ◆ Memahami aspek kebutuhan pembeli
- ◆ Menciptakan suasana penjualan yang baik
- ◆ Meningkatkan kemampuan dan keterampilan menjual dengan membina hubungan yang baik dengan pembeli



PESERTA

Mereka yang memiliki Peran, Fungsi serta Tanggungjawab sebagai Penjual dalam Unit Bisnis dan Department menjadi Kunci dalam Pergerakan Perusahaan. Seperti

- Direktur Penjualan Para Manager penjualan, Penjual senior & yunior atau bahkan bagi para penjual pemula yang baru berniat menjual.
- Para wiraniaga,
- supervisor penjualan,
- Kepala Cabang,
- Broker
- Praktisi MLM
- Staf manajemen lain yang terlibat dalam aspek penjualan.



Materi

1. **Tiga Modal Utama**
 - a. **Talent**
 - b. **Product Knowledge**
 - c. **Selling Skill**
2. **Selling Skill**
 - a. **Teknik Probling**
 - b. **Teknik Supporting**
 - c. **Teknik Closing**
3. **Tipe Prospek (Pembeli)**
4. **Persiapan Anda Menjual**
5. **Tips Menghadapi Pembeli**
6. **Menghasilkan Penjualan yang Sukses**
7. **Mengatur TIM Penjualan**
8. **Cara Anda berkomunikasi**
9. **Role Play Cara Presentasi dan Demo Produk**
10. **Mengatasi Keberatan**



PROFESIONALISME TENAGA PENJUAL

- ◆ Persistence (ketekunan)
- ◆ Sikap Mental Positif
- ◆ Antusiasme
- ◆ Credibility
(By Ian Saymor)



PROFESIONALISME TENAGA PENJUAL

- ◆ A Habitual “Wooer”
- ◆ A High Level of Energy
- ◆ Abounding Self-Confidence (PeDe Tinggi)
- ◆ A Chronic Hunger for Money
- ◆ A Positive Thinker
(By. Mc Murry)



CAPAI TARGET PENJUALAN DENGAN MUDAH

- ♦ **Canvassing** sebuah proses menawarkan produk atau jasa anda serta Melakukan kunjungan ke pelanggan baik yang sudah di kenal maupun tidak di kenal berdasarkan atas route yang telah ditetapkan. Bisa juga dengan menyebarkan Flyer, semakin banyak kita menyebarkan dan juga target yang tepat , semakin banyak pula kita mendapat kesempatan untuk jualan
- ♦ **Menerima Tamu (Walk In)** di kantor, dengan cara datang lebih pagi karena beberapa kantor menerapkan giliran mendapatkan calon konsumen berdasarkan kehadiran kita. Dan biasanya jika ada tamu yang datang ke kantor kita biasanya sudah 75 % minat untuk membeli. semakin banyak kita menerima tamu, semakin banyak pula kita mendapat kesempatan untuk jualan
- ♦ **Menerima panggilan telepon (Call In)**, hampir sama dengan call in Cuma bedanya ini hanya bentuk panggilan telepon, yang berasal dari informasi di iklan,Flyer,Televisi dll. semakin banyak kita menerima telpon, semakin banyak pula kita mendapat kesempatan untuk jualan
- ♦ **Referensi marketing lain**, kadang kita dapat melakukan penjualan dari teman-teman marketing dari bidang lain, misalnya Asuransi,Bank, Restorant,Travel Agent,Golf, Hotel dll. Semakin banyak kita menjalin hubungan dengan marketing-marketing lain membuat jaringan kita semakin luas dan mendapatkan banyak peluang.
- ♦ **Database lama**. Kadang ada juga klien-klien lama kita yang beberapa bulan lalu ditawarkan belum berminat, mungkin sekarang ditawarkan lagi menjadi berminat dan kembali membeli product dari anda. semakin banyak kita menelpon/menfollow up orang yang tepat, semakin banyak pula kita mendapat kesempatan untuk jualan
- ♦ **Program Buyer Get Buyer**. Biasakan bila kita telah menjual product kita, lalu kita menawarkan mungkin teman, keluarganya mau membeli product/jasa kita
- ♦ **Keluarga kita sendiri**, siapa tau ada keluarga kita juga tertarik menggunakan product dan jasa kita, atau mungkin bisa dari teman keluarga kita
- ♦ **Internet**, Manfaatkan teknologi sebagai bagian dari penawaran product-product kita contohnya seperti Milis yahoo, Friendster, Facebook dan lain-lain.



LANGKAH-LANGKAH UTAMA PENJUALAN

- ◆ Mencari prospek & mengkualifikasi
- ◆ Pendekatan awal (telp/sms/dll)
- ◆ Pendekatan (visiting)
- ◆ Presentasi & demonstrasi
- ◆ Mengatasi keberatan
- ◆ Menutup
- ◆ Tindak lanjut & pemeliharaan



PENCARIAN PROSPEK

- ◆ Jadikan prospecting sebagai aktivitas teratur
- ◆ Metode :
 - Pelanggan saat ini
 - Eks Calon Pembeli / Pelanggan
 - Rantai Bisnis
 - Organisasi / Asosiasi
 - Sumber-sumber Data Umum



PENGELOMPOKAN PROSPEK

- ◆ Ukuran Bisnis
- ◆ Kemampuan Keuangan
- ◆ Persyaratan Khusus
- ◆ Lokasi
- ◆ Kesiambungan Bisnis



PENDEKATAN AWAL

- ◆ Mempelajari Prospek : Kebutuhan, Key Persons, Karakteristik Pribadi & Gaya Pembelian.
- ◆ Menentukan Tujuan Kunjungan
- ◆ Menentukan Pendekatan Terbaik
- ◆ Menentukan Waktu Kunjungan
- ◆ Merencanakan Strategi Penjualan



PENDEKATAN : MENUJU SASARAN

- ◆ Menciptakan kesan awal yang baik:
 - Penampilan
 - Kesopanan : Perilaku & Tutur Kata.
- ◆ Menemui orang yang tepat
- ◆ Peran dari Penjaga Gerbang (Gatekeepers)



TIPS MENJUAL DI TEMPAT KONSUMEN

- ◆ Bebaskan beban pikiran.
- ◆ Jangan terlambat.
- ◆ Parkirlah kendaraan dengan baik
- ◆ Tinggalkan peralatan penjualan dalam kendaraan.
- ◆ Jabatlah tangan mereka.



TIPS MENJUAL DI TEMPAT KONSUMEN

- ◆ Bersihkan sepatu
- ◆ Minta atau tunggu sampai dipersilahkan duduk
- ◆ Berikan pujian atas kerapian tempat.
- ◆ Jangan tergesa-gesa
- ◆ Terima tawaran untuk minum teh atau kopi.



TIPS MENJUAL DI TEMPAT KONSUMEN

- ◆ Tumbuhkan percakapan mengenai kesukaan.
- ◆ Jangan mengabaikan “penonton”
- ◆ Minta izin sebelum meletakkan barang-barang.
- ◆ Tunggulah sampai reda setiap interupsi
- ◆ Tinggalkan suatu barang .



BERBAGAI TIPE PEMBELI

Pembeli Apatitis

Tipe ini adalah jenis orang yang tidak akan pernah membeli apapun, tidak peduli sebagus apapun produk kita, seberapa murah, cenderung sinis, negatif, aneh dan tidak tertarik. Mereka ini biasanya orang punya banyak masalah pribadi sehingga tidak tertarik dengan penawaran kita. Jadi tidak perlu buang waktu terlalu lama dengan tipe ini namun tetap berlaku sopan.

Pembeli Aktualisasi diri

Ini adalah kebalikan dari tipe apatis, pembeli aktualisasi diri mengetahui dengan jelas apa yang ia inginkan, fitur dan manfaat yang ia cari serta jumlah uang yang bersedia ia keluarkan untuk membeli. Jika anda mempunyai apa yang mereka inginkan maka mereka dapat langsung membelinya, saat itu juga tanpa banyak pertanyaan. Tipe ini sangat positif, menyenangkan, dan mudah diajak berurusan. Yang anda harus lakukan membawa produk atau jasa yang dibutuhkannya dan penjualan akan terjadi. Namun tipe pembeli seperti agak jarang ditemui.

Pembeli Analitis

Tipe ini sangat detail dan penuh pertimbangan serta cenderung agak cerewet. Dalam menghadapi tipe pembeli seperti ini butuh kesabaran karena mereka akan banyak bertanya untuk mengumpulkan data dan informasi yang lengkap sebagai sarana pengambilan keputusan. Mereka akan bersikap teliti dan membandingkan dengan produk atau jasa yang lain. Hadapi tipe ini dengan persiapan informasi berupa fakta, grafik, brosur, dsb. Jangan coba melebih-lebihkan karena mereka akan tahu dan akan minta bukti.



BERBAGAI TIPE PEMBELI

Pembeli Penghubung

Tipe pembeli ini sangat peduli dengan apa yang akan dipikirkan atau dirasakan orang lain mengenai keputusan pembelian mereka. Mereka akan peduli bagaimana orang akan berespon terhadap pilihan mereka. Ia akan selalu berusaha membicarakan dulu dengan keluarga, teman dan relasinya sebelum mengambil keputusan pembelian. Biasanya mereka suka bertanya mengenai siapa saja yang pernah gunakan produk atau jasa yang kita tawarkan. Mereka suka berpikir panjang dan bisa tiba-tiba berubah pikiran saat ada orang yang memberi masukan negatif.

Pembeli Penyetir

Tipe ini kepribadiannya seperti direktur. Sangat terbuka, tergesa-gesa, tidak sabar, dan ingin langsung pada inti pembicaraan. Mereka selalu merasa sibuk dan tidak suka banyak basa basi, jadi mereka ingin langsung tahu mengenai produk atau jasa kita dan berapa harganya lalu mengambil keputusan apakah akan membeli atau tidak. Menghadapi tipe ini kita harus gesit dan *to the point*, penuhi apa yang menjadi kemauan mereka dan jangan buat mereka menunggu.

Pembeli Sosialisasi

Tipe pembeli ini sangat ramah, menyenangkan, suka bicara dan berhubungan baik dengan sales. Kadang mereka terlalu cepat setuju dan membeli asal mereka sudah rasa senang sehingga tidak perhatikan hal-hal detail. Walaupun mereka tidak ingin membeli mereka akan menolak secara halus bahkan membantu kita mencari pembeli lain.



Beberapa Tipe Pembeli

- *The Decided Customer* : mengetahui dan memutuskan apa yang akan dibeli
- *The know it all customers* : pembeli yang mengetahui segalanya (wawasan luas tentang barang yang akan dibeli)
- *The Deliberate costumers* : pembeli yang menghendaki fakta-fakta tentang keadaan barang yang akan dibeli
- *The Undecided customers* : pembeli yang awam terhadap barang yang akan dibeli



Beberapa Tipe Pembeli

The Talk active Customers : banyak mengajak bicara, kurang fokus pada barang tujuan

The Decided but Mistaken customers :
menginginkan barang tertentu, tetapi kurang sesuai menurut penjual

The I get discount customers : pembeli yang selalu menghendaki potongan harga



5 STRATEGI MEMPENGARUHI

- ◆ LEGITIMASI
- ◆ KEAHLIAN
- ◆ KEKUATAN REFERENSI
- ◆ TERIMA KASIH
- ◆ MANAJEMEN KESAN



TRIK PERDAGANGAN

- ◆ Menghentikan bualan
- ◆ Menciptakan Urgensi
- ◆ Menggunakan “tipu daya” dengan harga yang salah
- ◆ Memikat “Influencer”



MENCIPTAKAN URGENSI

- ◆ Tawaran Khusus (Special Offer)
- ◆ Keterbatasan Persediaan (Limited Availability)
- ◆ Keterbatasan Waktu (Limited Period)
- ◆ Potongan Harga Tambahan (Additional Discount)
- ◆ Peningkatan Harga dalam Waktu Dekat
- ◆ Daftar Tunggu
- ◆ “Terjual”



MENJALIN HUBUNGAN (MEMBUAT TERTARIK)

- ◆ Buatlah konsumen tertawa & senang
- ◆ Keep Smile !
- ◆ Jagalah kontak mata.
- ◆ Sebutlah nama konsumen
- ◆ Cerminkan citra positif konsumen
- ◆ Bersikaplah selalu sopan dan santun.



SUMBER PENGGERAK EMOSI

- ◆ Kebanggaan Memiliki
- ◆ Tekanan Kawan
- ◆ Ambisi
- ◆ Gengsi dan Status
- ◆ Ketamakan
- ◆ Takut Kehilangan
- ◆ Kesombongan
- ◆ Keamanan



KEBERATAN-KEBERATAN PSIKOLOGIS

- ◆ Preferensi
- ◆ Kelesuan
- ◆ Asosiasi Buruk
- ◆ Enggan mengambil keputusan
- ◆ Ketakutan yang berlebihan akan uang



KEBERATAN-KEBERATAN LOGIS

- ◆ Harga
- ◆ Cara atau Waktu Pembayaran
- ◆ Waktu Pengiriman
- ◆ Karakteristik tertentu dari produk



ENAM LANGKAH MENGATASI KEBERATAN

- ◆ Jangan menginterupsi
- ◆ Lemparkan kembali
- ◆ Tunjukkan rasa empati atau pujian
- ◆ Mengisolasi
- ◆ Mengatasi
- ◆ Melanjutkan / Menutup dengan Transaksi Penjualan.



MERUBAH KELUHAN PELANGGAN MENJADI ASSET ANDA

1. INI BUKAN MASALAH PERSONAL. IT'S STRICTLY BUSINESS
2. MENGETI APA YANG SEBENARNYA DIINGINKAN PELANGGAN
3. JANGAN BERSIKAP BIROKRATIS

Seperti kata Bill Gates :

“ Pelanggan anda yang paling tidak puas adalah sumber terbaik anda untuk belajar”



PEMILIHAN WAKTU (TIMING)

- ◆ Melihat / memandang pasangannya.
- ◆ Menggigit bibirnya
- ◆ Menggaruk kepala ketika melihat kebawah
- ◆ Mengangguk tanda setuju dengan apa yang Anda katakan.
- ◆ Biji mata membesar menunjukkan setuju.



PEMILIHAN WAKTU (TIMING)

- ◆ Menggosok-gosok Daggu atau Tengkok kepalanya.
- ◆ Memulai mengetuk-ngetukkan jarinya.
- ◆ Memandang ke luar jendela dengan ekspresi wajah sedang berfikir.
- ◆ Mengusap jenggotnya atau menarik-narik kumisnya.
- ◆ Tersenyum senang



PEMILIHAN WAKTU (TIMING)

- ◆ Bersandar ke depan, tertarik
- ◆ Mengangkat atau memegang materi penjualan.
- ◆ Menjilat bibirnya.
- ◆ Terus menerus membelai rambutnya
- ◆ Terus menerus memandangi produk ke Sales dan kembali lagi.
- ◆ Menggerakkan bibirnya dengan pelan seolah-olah menghitung.



MENUTUP TRANSAKSI

- ◆ Jika anda tidak meminta, anda tidak mendapatkannya.
- ◆ Memanfaatkan keheningan
- ◆ Jangan percaya janji “ akan menelpon kembali “



Cara untuk memperoleh perhatian pembeli

- ◆ “**Kesan pertama**” sebagai pembuka jalan transaksi
- ◆ Mengusahakan supaya perhatian pembeli tidak bersifat sementara
- ◆ Penjual harus dapat membangkitkan rasa melihat dan mendengarkan.
- ◆ Lebih efektif apabila mendemonstrasikan barang yang akan dijual.



Mendorong keinginan membeli

Memberikan motivasi dengan memberikan keterangan atau penjelasan yang bersifat sugesti tentang:

- Manfaat atau daya guna yang ada pada barang tersebut.
- Meyakinkan bahwa kualitas barang baik dan harga bersaing



Prinsip the customer is KING

1. Pembeli adalah orang penting dalam dunia usaha
2. Pembeli tidak tergantung pada kita, justru kita tergantung padanya
3. Pembeli bukan pengganggu terhadap pekerjaan kita
4. Pembeli berbuat kepada kita sebagai suatu hal yang menyenangkan, janganlah kita berbuat sesuatu yang tidak menyenangkan
5. Pembeli adalah sebagian dari usaha dan kegiatan kita
6. Pembeli bukanlah sebuah benda beku
7. Pembeli bukanlah lawan berdebat, tetapi kawan-kawan yang bersahabat
8. Pembeli seorang yang membawa kebutuhan kepada kita dan merupakan pekerjaan kita untuk memenuhinya
9. Pembeli adalah orang yang harus dilayani dan dimengerti dengan penuh perhatian
10. Pembeli adalah orang yang memungkinkan membuat keuntungan bagi pendapatan kita
11. Pembeli adalah jiwa penghidupan bagi dunia usaha.



Mengapa ada penjual yang gagal

1. Kurang inisiatif
2. Tidak membuat rencana dan organisasi yang kurang baik
3. Tidak memiliki pengetahuan tentang barang produksi
4. Kurang sungguh-sungguh
5. Penjual tidak berorientasi pada langganan
6. Kurangnya latihan yang memadai
7. Kurang luwes dalam mengikuti keinginan pembeli
8. Tidak mempunyai pengetahuan pasar
9. Kurang memiliki pengetahuan perusahaan
10. Karir penjual kurang menguntungkan
11. Tidak memiliki pengalaman penjual
12. Kurang disiplin
13. Kurang menaruh perhatian pada perkembangan/masa depan dengan pribadinya
14. Bekerja tidak dengan penuh perhatian
15. Kegagalan dalam mengikuti instruksi



Mengapa ada penjual yang gagal

- 16.** Kurang percaya pada diri sendiri
- 17.** Tak cakap dalam mengarahkan dan membimbing pembeli ke arah pembelian
- 18.** Tak pandai berbicara
- 19.** Kurang daya imajinasi
- 20.** Banyak terpengaruh tentang persoalan pribadi
- 21.** Kesukaran dalam mengadakan komunikasi
- 22.** Kurang bijaksana
- 23.** Sikap tidak menyakinkan
- 24.** Kegagalan mengatasi keberatan yang diajukan pembeli
- 25.** Kurang sopan dan kurang ramah
- 26.** Suka berjudi dan minuman keras
- 27.** Banyak melamun
- 28.** Sering terganggu kesehatan dan selalu mengeluh.



Sifat-sifat yang perlu dimiliki penjual

- ◆ Selalu gembira
- ◆ Lurus hati dan disiplin
- ◆ Bijaksana
- ◆ Sopan santun
- ◆ Periang
- ◆ Mudah bergaul
- ◆ Penuh inisiatif
- ◆ Tidak putus asa
- ◆ Katajaman daya ingatan
- ◆ Penuh perhatian.

Syarat fisik penjual

- ◆ Kesehatan
- ◆ Badan tegap
- ◆ Mudah tersenyum
- ◆ Lancar berbicara
- ◆ Mudah ruang dan peramah
- ◆ Mata jernih
- ◆ Nafas bersih
- ◆ Pakaian rapi, bersih dan pantas





Syarat mental & karakter penjual

- ◆ Seksama
- ◆ Waspada
- ◆ Simpati
- ◆ Berinisiatif
- ◆ Berkeahlian
- ◆ Oportimis
- ◆ Percaya diri
- ◆ Jujur
- ◆ Berani
- ◆ Mempunyai daya imajinasi
- ◆ Tanggung jawab
- ◆ Kontrol



Syarat-syarat karakter:

- ◆ Kesetiaan
- ◆ Rajin
- ◆ Teliti
- ◆ Tulus hati
- ◆ Hati-hati
- ◆ Sungguh-sungguh
- ◆ Tepat waktu
- ◆ Patuh



Syarat sosial penjual

- ◆ Pandai bergaul
- ◆ Lancar berbicara
- ◆ Sopan santun
- ◆ Bijaksana
- ◆ Halus budi pekerti
- ◆ Toleran
- ◆ Simpati
- ◆ Sikap mau bekerja
- ◆ Tenang dan tabah.



9 POIN PENTING DARI MARKETING YANG EFEKTIF

1. RAIH PERHATIAN MEREKA

Raihlah perhatian mereka dengan membuat headline yang powerful, yang akan melibatkan emosi target market anda. Tergantung dari produk atau jasa anda, dan juga target market anda, maka headline anda harus menjanjikan satu dari dua hal : Janjikan untuk menyelesaikan problem mereka, atau janjikan untuk membawa mereka pada kesenangan/pleasure.

- Dokter gigi mengingatkan bahwa gigi yang berlubang dapat mengakibatkan gigi anda tanggal.
- Dokter gigi kosmetik akan memfokuskan iklan mereka pada bagaimana bagus nya senyum kita jika gigi kita rapi dan putih seperti permata. Bagaimana hal itu akan meningkatkan percaya diri kita...

Berpikirlah tentang target market anda, apa yang ada di benak mereka ? Apakah mereka akan lebih condong untuk bertindak agar mereka mendapatkan kesenangan ? Atau agar masalah yang mereka sedang hadapi dapat hilang ?

2. GUNCANG KEYAKINAN MEREKA TENTANG APA YANG MEREKA LAKUKAN SEKARANG !

Ok, anda telah meraih perhatian mereka. Untuk menjaga agar mereka tetap memberikan perhatian penuh pada message anda, mereka perlu untuk bertanya-tanya :

- Apakah mereka telah mendapatkan jasa dan produk terbaik untuk uang yang telah mereka keluarkan selama ini ?
- Apakah mereka telah bertindak cukup ?
- Apakah mereka telah melakukan yang terbaik yang mereka bisa ?



9 POIN PENTING DARI MARKETING YANG EFEKTIF

3. BANGUNLAH KEYAKINAN MEREKA TERHADAP ANDA

Setelah anda mengguncangkan keyakinan mereka terhadap apa yang mereka lakukan sekarang, anda perlu menumbuhkan keyakinan mereka terhadap anda.

- Anda harus membuktikan bahwa anda punya solusi terhadap masalah mereka.
- Anda harus meyakinkan bahwa anda memang cakap di bidang anda, dan mempunyai kualifikasi untuk memecahkan masalah mereka.
- Perlihatkan bahwa produk anda dapat mereka andalkan untuk memberikan apa yang anda janjikan.
- Buktikan bahwa produk anda dapat memenuhi janji anda. Mulailah dengan menjelaskan :
 - Bagaimana produk anda berbeda dengan kompetitor.
 - Apa saja kredensial anda.
 - Apakah anda punya dokumentasi tentang hasil test
 - Apakah anda punya persentasi pelanggan puas yang tinggi ?
 - Apakah anda punya pengakuan professional dari rekan-rekan anda di bidang yang anda tekuni ?



9 POIN PENTING DARI MARKETING YANG EFEKTIF

4. BUAT MEREKA KAGUM KARENA PELAYANAN ANDA

Anda mungkin yang terbaik di bidang anda, atau mempunyai produk unggulan. Tetapi bila pelanggan anda tidak dapat menghubungi anda bila mereka memerlukan, apakah anda masih mempunyai value yang tinggi ?

Berikut adalah beberapa contoh yang baik untuk anda tawarkan :

- Hotline 24 jam ---- untuk menjawab pertanyaan yang umum.
 - Apakah anda melayani panggilan ? (terutama bila hal itu tidak umum di industri anda)
 - Apakah anda melayani pelayanan individual (one to one service) ?
- Jam pelayanan anda apakah nyaman bagi pelanggan ? Apakah anda memberikan jasa jemput & antar ?

Intinya, memberikan pelayanan yang lebih daripada yang umum dilakukan, akan memberikan keuntungan yang besar bagi anda pada akhirnya.



9 POIN PENTING DARI MARKETING YANG EFEKTIF

5. HADAPI DAN ATASI PENOLAKKAN MEREKA

Di dalam bisnis apapun anda, selalu akan ada penolakkan untuk membeli yang anda jual. Penolakkan yang paling umum biasanya mengenai harga. Anda harus menghadapinya dengan menjelaskan mengapa wajar bagi mereka untuk membayar harga yang anda minta. Anda harus membuat mereka nyaman, termasuk dalam masalah harga, sebelum mereka siap membeli dari anda.

6. KURANGI RESIKO PEMBELIAN DENGAN GARANSI

Kebanyakan orang mengasosiasikan jenis dan lama garansi dengan kualitas produk. Hal ini dapat menghasilkan atau menggagalkan penjualan. Semakin lama garansi anda, semakin besar kemungkinan terjadinya penjualan. Garansi juga menunjukkan bahwa anda adalah pebisnis yang jujur.

7. GUNAKAN TESTIMONIAL

Apa yang orang lain katakan tentang anda, mempunyai nilai yang jauh lebih tinggi daripada apa yang anda katakan tentang anda sendiri. Pastikan testimonial tersebut berkaitan dengan masalah yang pelanggan anda hadapi dan bagaimana mereka meraih benefit dari produk atau jasa anda. Semakin banyak testimonial yang anda dapat, semakin baik.



9 POIN PENTING DARI MARKETING YANG EFEKTIF

8. BUAT MEREKA MUDAH MENGHUBUNGI ANDA

Usahakan prospek untuk menghubungi anda, dan buatlah hal itu mudah dan aman untuk dilakukan. Salah satu cara adalah dengan menawarkan konsultasi atau demonstrasi gratis. Tawaran ini akan memancing rasa keingintahuan prospek anda, sekaligus mengurangi resiko bagi mereka.

9. BONUS WIN-WIN

Tawarkan special bonus atau diskon bagi mereka yang membeli saat itu juga! Pelanggan anda akan memperoleh keuntungan dengan mendapat value yang biasanya tidak mereka dapat, sedangkan anda mendapat keuntungan dengan menghasilkan penjualan. Anda harus fokus mengenai value yang mereka dapat untuk uang yang mereka keluarkan. Jika mereka mendapatkan value yang lebih besar dari harga yang harus dibayar, maka anda telah memperbesar kemungkinan terjadinya penjualan.



WORKSHOP

Pembuatan Rencana Kegiatan Direct Selling

- ◆ Target Market : Siapa ? Dan Bagaimana karakteristik demography dan perilaku mereka ?
- ◆ Prospecting: Bagaimana anda akan melakukannya ? Dan bagaimana anda akan mengelompokkannya ?
- ◆ Sales presentation :Bagaimana strategi yang anda akan lakukan ? Apa saja yang anda butuhkan ?
- ◆ Apa saja keberatan-keberatan yang mungkin muncul ?
- ◆ Bagaimana rencana anda untuk mengatasi keberatan-keberatan tersebut ?



SELF CONCEPT IN SELLING

Kalau anda memiliki konsep diri yang baik maka anda tidak akan kesulitan dalam menjual terutama saat menghadapi tantangan. Konsep diri anda yang baik akan mempengaruhi penjualan karena customer bisa melihat dan merasakan bahwa anda seorang yang kompeten, percaya diri, dan positif. Sebaliknya konsep diri yang buruk akan membuat anda sering takut menjual, gugup dan negatif. Konsep diri anda sangat subjektif. Hal ini tidaklah berdasarkan pada kenyataan, melainkan berdasarkan hanya pada ide atau pikiran yang anda miliki mengenai diri anda sendiri.

Semakin anda mengembangkan skill, menguasai product knowledge dan menjadi lebih baik dalam menjual maka ini dapat membuat konsep diri anda semakin baik dan meningkat.

Mulai pandang diri anda dengan benar bayangkan diri anda sebagai seorang sales yang hebat, profesional, percaya diri.

Tingkat anda menyukai diri anda akan mempengaruhi tingkat kinerja dan produktifitas anda dalam bidang itu. Hal ini dapat menentukan berapa banyak uang yang anda hasilkan, cara anda berpakaian, cara anda bergaul, berapa yang anda jual dan kualitas hidup anda.

Semakin anda menyukai diri anda maka semakin anda menyukai orang lain, dan akhirnya mereka pun semakin menyukai anda sehingga mau membeli dari anda.



TIPS TENTANG CARA MENJUAL PADA ORANG SKEPTIS

1. KENALI PRODUK / JASA ANDA

Kenali produk dan jasa anda luar dalam, sedetil-detilnya. Anda harus mengetahui kelemahan, kekuatan dan juga fitur-fiturnya. Penting juga untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi supply dan demand-nya. Semua ini penting untuk memperjelas presentasi anda, dan memberi informasi lengkap bagi orang skeptis untuk membuat keputusan pembelian. Pastilah anda akan diberi pertanyaan. Oleh karena itu, anda harus bersiap untuk mendemonstrasikan produk/jasa anda sebagai respons.

2. KENALI PROSPEK ANDA

Selain mengenal produk, anda harus juga mengenal prospek anda. Berusahalah untuk mengetahui semaksimal mungkin mengenai target demografik dan prospek potensial anda. Pastikan anda berhubungan dengan pembuat keputusan. Anda harus tahu kebiasaan pembelian mereka, motivasi-motivasi mereka dalam menentukan pilihan, dan berapa lama keputusan pembelian akan memakan waktu. Anda harus paham betul bagaimana produk anda cocok dengan strategi pembelian mereka. Jika anda tahu kebiasaan mereka dalam melakukan pembelian, anda dapat menyusun strategi penjualan jangka panjang,-- yang berarti pembelian berkelanjutan. Tempatkan diri anda pada posisi yang paling memungkinkan untuk mendapatkan jawaban “YA”, yaitu dengan fokus pada hal-hal yang dianggap penting oleh prospek anda.

3. PERCAYAI KATA-KATA ANDA SENDIRI

Anda tidak akan pernah efektif menjual produk yang anda sendiri tidak percayai, apalagi kepada orang yang sudah skeptis dari awal. Kurangnya antusias anda akan tampak saat anda mencoba meyakinkan pembeli potensial anda. Saat anda memancarkan semangat dan antusiasme, anda dapat menerobos tembok keraguan yang telah dibuat oleh orang skeptis. Dengan tidak menunjukkan keyakinan saat anda mempresentasikan produk anda, sudah hampir dipastikan jawaban yang diperoleh adalah “TIDAK”. Jika anda beruntung dapat menjual produk yang tidak anda yakini, anda masih mendapat kerugian karena adanya resiko tidak maunya si prospek merefer produk anda ke orang lain dan hilangnya kepercayaan sang pelanggan.



TIPS TENTANG CARA MENJUAL PADA ORANG SKEPTIS

4. JELASKAN SECARA TRANSPARAN

Seringkali kita menjual dengan menggunakan kata-kata yang kuat, tetapi memberikan sedikit informasi. Contohnya, kita sering berkata “Bila anda ingin benefit-benefit ini, belilah produk saya!” Ini dilakukan dengan harapan bahwa keingin-tahuan sang prospek tentang klaim anda yang berani, sudahlah cukup untuk memutuskan mereka membeli produk anda. Pendapat bahwa bila anda memberikan terlalu banyak informasi maka justru akan membuat prospek ragu membeli, adalah pendapat yang umum tetapi salah. Bersiaplah untuk memberikan informasi sebanyak mungkin pada prospek anda untuk meyakinkan mereka membeli produk anda. Transparansi akan menghasilkan kepercayaan. Sesuatu yang tidak dimengerti oleh seseorang, selalu disambut dengan “TIDAK”. Semakin banyak informasi saat menentukan keputusan pembelian, semakin besar kemungkinan mereka akan berkata “YA”. Keuntungan lain dengan bersifat transparan, semakin banyak informasi yang anda berikan secara gratis semakin besar juga ketertarikan pada produk anda.

5. RAIH KEPERCAYAAN DENGAN BERASOSIASI

Dengan mendapatkan endorsement atau testimonial, terutama dari pihak yang direspek oleh prospek anda, akan menghasilkan kepercayaan. Banyak skeptis yang membeli karena rekomendasi dari orang yang mereka respek. Berusahalah berasosiasi dengan pihak tersebut melalui kerjasama strategis, karena rekomendasi dari mereka berarti berkurangnya penolakan dan meningkatnya penjualan.

6. TAWARKAN FREE TRIAL, DISKON, INSENTIF ATAU GARANSI

Struktur dari penawaran anda memberikan peran penting dalam membangun kepercayaan dan mendorong prospek untuk membeli. Banyak variasi yang dapat digunakan, tetapi garansi dan insentif adalah cara yang hebat untuk mendapatkan kepercayaan dari calon pembeli. Garansi dan free-trial memberi kesempatan pada skeptis untuk mencoba produk anda sebelum menentukan apakah tawaran anda cocok untuk kebutuhan mereka. Insentif dan diskon juga taktik yang baik untuk membuat prospek merasa mendapatkan keuntungan. Seseorang selalu senang mendapatkan sesuatu secara gratis atau membeli bila tidak ada resikonya. Dengan menggaransi produk anda, anda akan mengurangi keraguan dan mendorong prospek untuk membeli. Anda juga menunjukkan bahwa anda yakin pada produk yang anda jual.



TIPS TENTANG CARA MENJUAL PADA ORANG SKEPTIS

7. BANDINGKAN & LAKUKAN DIFFERENSIASI DENGAN KOMPETITOR

Pahami sifat dari bisnis anda. Apakah bisnis anda adalah bisnis komoditi dimana yang dapat memberikan harga terendah akan menang ? Apakah kekuatan dari brand anda menjadi factor yang menentukan ? Apakah ada sesuatu yang unik dari penawaran anda ? Anda harus mengetahui kekuatan dan kelemahan kompetitor anda. Setelah anda memahami kompetitor, dan juga kebutuhan dari prospek anda, maka anda dapat menentukan “marketing angle” yang efektif. Anda dapat menggunakan phrase.

“.....dgn harga terendah”, jika anda ingin menekankan pada value

“..... yang resmi”, jika anda ingin menekankan pada keotentikan

“.....terbaik “, jika anda memfokuskan pada superioritas produk

“..... satu-satunya”, jika anda mementingkan eksklusifitas.

8. JUAL RELATIONSHIP BUKAN PRODUK

Salesman terbaik bukan hanya menghasilkan penjualan tetapi juga menumbuhkan relationship dengan pelanggan. Relationship lebih bermanfaat, baik bagi anda maupun prospek anda, daripada satu kali transaksi saja (one-time transaction). Bagi anda, relationship memberi ruang bagi anda untuk mendapatkan transaksi berulang, dan juga kesempatan untuk menjual produk/jasa anda yang lain; referral yang bertambah karena anda akan mendapat akses pada jaringan dari prospek anda. Bagi skeptis/prospek, relationship akan membangun kepercayaan. Mereka akan yakin bahwa mereka tidak akan anda abaikan setelah transaksi selesai. Pada akhirnya, mereka akan membeli relationship dengan anda dan perusahaan anda, bukan dengan produk/jasa anda. Lakukan penjualan dengan paradigma seperti itu.



TIPS TENTANG CARA MENJUAL PADA ORANG SKEPTIS

9. FOKUS PADA BENEFIT DAN NILAI

Yang paling penting bagi skeptis adalah keuntungan yang akan mereka dapat. Oleh karena itu, fokuslah pada bagaimana produk/jasa anda akan menyelesaikan masalah mereka, memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Bila prospek anda sangat mementingkan keuntungan financial, maka presentasi anda harus berfokus pada bagaimana produk atau jasa anda dapat menghasilkan revenue atau menghemat pengeluaran mereka. Jika produk anda memuaskan suatu keinginan/desire, maka fokuslah bagaimana produk/jasa anda dapat mengisi kebutuhan emosional itu. “Emotional Selling” berbeda dengan “Bottom-Line Selling”, karena berfokus pada perasaan bukan pada ukuran financial. Ingatlah untuk selalu berfokus pada benefit yang dibutuhkan oleh calon pembeli anda. Bila tidak, skeptis akan kehilangan minat, dan anda akan kehilangan penjualan.

10. ISOLASIKAN PENOLAKKAN PROSPEK

Dalam kehidupan dan juga bisnis, dua dari tantangan-tantangan terbesar adalah bagaimana membuat keputusan yang cerdas, serta kemudian merealisasikannya. Satu dari tujuan dasar anda sebagai salesman adalah membantu prospek membuat keputusan tersebut. Untuk itu, tanyakan dua macam pertanyaan : yang satu untuk lebih mengetahui lebih dalam mengenai prospek anda beserta kebutuhan-kebutuhannya, sedang yang lain untuk mendorong prospek anda untuk membeli. Sederetan pertanyaan yang dilakukan secara tepat akan mengisolasi penolakkan dari calon pembeli anda. Anda juga harus melakukan brainstorming mengenai berbagai kemungkinan alasan untuk tidak membeli dari anda, dan kemudian memikirkan respons yang tepat. Pertanyaan yang lain harus didesain sedemikian rupa sehingga hanya mengarah pada satu jawaban, dan jawaban tersebut harus mendorong prospek untuk setuju dengan anda.

11. JANGAN KELIHATAN TERLALU BUTUH

Keadaan emosional anda akan terlihat oleh skeptis /prospek anda. Jangan pernah terlihat bahwa anda butuh menjual. Semua orang akan menghindari salesman yang menjual terlalu menggebu-gebu. Sering kita terkondisikan untuk memberi atau membeli dari orang yang tidak butuh uang kita. Prinsip inilah yang lebih mendorong kita untuk memberikan uang Rp 500,- kepada orang kaya untuk menelpon saat dia tidak punya uang kecil, daripada kepada gelandangan yang meminta hal serupa. Oleh karena itu, penting bagi anda untuk beroperasi dengan paradigma “berkecukupan”. Pahami bahwa selalu ada kesempatan penjualan yang lebih besar, sehingga anda tidak harus terlalu menuntut/menggebu-gebu pada penjualan kali ini. Keyakinan anda akan tampak oleh prospek anda, dan itu akan lebih mendorong mereka untuk membeli dari anda.



NEXT LEVEL IN SELLING

♦ 1. Menjual Benefit & Solution

Dalam menjual selalu tawarkan apa manfaat dari produk atau jasa yang anda jual dan jadilah seorang yang siap memberikan solusi bagi customer.

2. Fokus pada Trust & Respect

Jaga selalu kepercayaan customer terhadap anda dan tunjukkan rasa hormat. Sekali kredibilitas anda rusak maka sangat sulit memulihkannya.

3. Orientasi Long Term

Anda harus mempunyai orientasi jangka panjang dalam penjualan, artinya penjualan tidak berhenti sampai disini (customer bukan end user) harapkan reorder dan referensi baru. Untuk ini kita perlu memiliki service yang baik dan after sales yang memuaskan.

4. Customer adalah Friend

Sekarang customer tidak cukup hanya diperlakukan sebagai raja, mereka juga harus diperlakukan sebagai seorang teman. Karena customer hanya akan membeli dari orang mereka sukai, ini yang dinamakan faktor persahabatan, yang artinya seseorang tidak akan membeli sampai iya yakin anda temannya. Jadi bersiaplah berperan sebagai seorang teman yang akan memberi pertolongan dan nasihat mengenai produk dan jasa yang akan dibeli serta bagaimana itu dapat menjawab kebutuhan mereka.

5. Menjual secara Creative

Terus temukan cara-cara atau inovasi yang baru dalam menjual sehingga dapat menarik banyak orang untuk membeli apa yang kita tawarkan.

Kreativitas anda juga dibutuhkan untuk terus ide-ide pada customer akan kegunaan produk dan jasa yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh mereka. Untuk ini anda perlu punya pemaaman yang mendalam akan produk dan jasa yang anda tawarkan.

6. Expand & Maintain

Dalam penjualan anda harus terus perluas jaringan pemasaran anda dengan mencari customer baru sambil tetap mempertahankan customer setia anda. Lebih murah biaya mempertahankan customer lama daripada biaya untuk mencari customer baru. Kedua hal ini sangat penting untuk kelangsungan penjualan.



JASA-JASA LAINNYA :

1. In House Training

2. Management Consulting


Terdiri dari :

- a. Business Plan (Perencanaan Usaha)
- b. Strategic Planning (Perencanaan strategis/RJP)
- c. Feasibility Study (Studi Kelayakan)
- d. Marketing Plan (Perencanaan Pemasaran)
- e. Management Audit (Audit Manajemen)
- f. HR Audit (Audit SDM)
- g. Job Description (Uraian Pekerjaan)
- h. Productivity Improvement (Peningkatan Produktivitas)
- i. Capital Budgeting (Penganggaran Modal)
- j. Investment (Investasi)
- k. Total Quality Management (TQM) (Manajemen Mutu Terpadu)

3. Research (Riset Pasar)

4. Recruitment (Rekrutmen)

5. Outdoor Activities(Out Bound Training)



RENCANA PENJUALAN yang baik adalah yang diartikulasikan secara baik dengan memenuhi kaidah berikut ini:

Specific = Jelas

Measurable = Dapat Diukur

Achievable = Dapat Dicapai

Realistic = Masuk akal, realistis

Timeline-Timeliness = Rentang waktu yang jelas

Smart

RICKY FOEH:

HOPE FOR THE BEST, PLAN FOR THE WORST



Tugas Saudara

KEMBANGKAN RENCANA PENJUALAN SAUDARA SEPERTI YANG DIPELAJARI DALAM SEMINAR INI PADA USAHA / PEKERJAAN SAUDARA....

Ricky Ekaputra Foeh, SPd.,MM

Konsultan Bisnis & Manajemen