

## Rahasia Sukses Presentasi Penjualan Sampai *Closing*

Presentasi penjualan adalah momen penting yang menentukan keberhasilan penjualan. Kualitas presentasi penjualan sangat menentukan keputusan calon pembeli atau prospek. Untuk itu hindari melakukan kesalahan-kesalahan saat presentasi penjualan berlangsung.

Kesalahan yang sering dilakukan *salesperson* dalam presentasi penjualan, yaitu:

1. Beberapa kali salah menyebutkan nama klien atau prospek.
2. Tidak memiliki data yang cukup tentang klien atau prospek, sehingga hanya mempresentasikan hal dasar saja, tanpa memberikan solusi atas permasalahan dan kebutuhan utama klien.
3. Selama presentasi hanya membaca seluruh materi yang ada pada *slide show*.
4. Banyak mengulang dan berbelit-belit.

### Persiapan presentasi

#### 1. Penguasaan Materi

##### *a. Product knowledge*

*Product knowledge* adalah informasi mengenai produk yang akan anda tawarkan, meliputi informasi dasar produk, desain produk, material dasar dan komposisi komponen, proses pembuatan produk, fungsi dasar atau penggunaannya, pemeliharaan dan masa pakai, harga dasar dan syarat pembayaran.

##### *b. Company profile*

*Company profile* adalah produk tulisan praktisi *Public Relation (PR)* yang berisi gambaran umum perusahaan.

##### *c. Pengetahuan tentang audiens*

Pengetahuan tentang audiens misalnya tentang jabatan atau posisi audiens di perusahaan tersebut.

#### 2. Persiapan diri dan tim

Penampilan anda dan tim harus bersih, rapi, dan menarik.

### 3. Persiapan Alat

- a. Alat presentasi
- b. Alat peraga

### 4. Persiapan Dokumen

- a. Brosur
- b. *Leaflet*
- c. Kartu nama

## Jenis teknik persiapan presentasi penjualan

### 1. Persiapan standar (*canned sales presentation*)

Perusahaan menyiapkan teks standar presentasi penjualan yang umumnya berkaitan dengan produk mereka, produk perusahaan saingan, konsumen sasaran, syarat pembelian, dan teknik presentasi penjualan.

### 2. Persiapan terencana (*planned sales presentation*)

Dalam teknik ini, *salesperson* menyusun sendiri rencana presentasi. Presentasi penjualan yang disusun sendiri, dapat disesuaikan dengan latar belakang, sikap, dan kebiasaan calon pembeli.

### 3. Persiapan terprogram (*programed sales presentation*)

Teknik yang banyak digunakan oleh sales engineers yang menawarkan peralatan produksi dengan desain khusus. Teknik ini juga digunakan untuk presentasi komponen mesin-mesin pabrik, seperti pompa pabrik dan pengeringan kayu.

## Struktur *slide show* presentasi penjualan

1. *Welcome slide* yang menarik
2. *Company Profile*
3. Foto atau video yang menggambarkan tentang masalah yang dihadapi klien
4. Kelebihan produk yang ditawarkan
5. Harga produk

6. *Slide* mengejutkan

7. *Slide thank you*

### **Lima hal teknis membuat *slide show* presentasi penjualan**

#### **1. Penggunaan huruf**

- Gunakan jenis huruf yang mudah dibaca seperti Arial, Calibri, atau Times New Roman.
- Ukuran huruf judul 32 poin dan *body* 24 poin untuk *font* Arial bold.

#### **2. Penulisan materi presentasi**

- Hindari memasukkan banyak teks dalam *slide show*.

#### **3. Penggunaan grafik**

- Gunakan teknik *call out* untuk mengajak audiens fokus ke bagian tertentu yang menjadi intisari sebuah data.

#### **4. Penggunaan gambar**

- Gunakan foto yang menarik, jelas dan relevan dengan isi materi presentasi. Misalnya foto produk yang anda tawarkan.

#### **5. Penggunaan video**

- Gunakan video yang mendukung isi materi seperti testimoni, *company profile*, spesifikasi produk, atau proses produksi.

### **Urutan penyampaian materi presentasi penjualan**

#### **1. Memperkenalkan diri**

2. Ceritakan tentang sebuah masalah atau *problem* yang *relate* dengan masalah klien atau prospek

3. Sampaikan tentang produk yang anda tawarkan

4. Tutup presentasi

## **Hal yang harus dilakukan ketika presentasi**

1. Berbicara dengan artikulasi yang jelas
2. Kontak mata dengan audiens

## **Hal yang tidak boleh dilakukan ketika presentasi**

1. Berbicara dengan *monotone*
2. Melakukan gerakan yang tidak perlu dan mengganggu perhatian audiens
3. Berbicara menghadap layar sehingga membelakangi audiens

## **Komunikasi nonverbal dari audiens yang harus diperhatikan**

1. Gerakan wajah seperti mengangkat alis atau menatap dengan mata berbinar
2. Gerakan tangan seperti meletakkan jari-jari di pipi atau menyilangkan tangan di dada
3. Gerakan kaki seperti duduk dengan posisi kaki terbuka atau menyilangkan kaki
4. Gerakan tubuh seperti bersandar pada kursi

## **Teknik *closing***

### **1. *Trial close***

Teknik ini dipakai dengan cara coba-coba melakukan penutupan pada saat kita melakukan presentasi penjualan. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kesungguhan prospek untuk melakukan pembelian.

### **2. *Limited-choice close***

Pada setiap penjualan, kita menyediakan beberapa pilihan kemudian prospek diminta untuk memilih. Lalu, pilihan yang sudah tidak dilirik perlu “disingkirkan” sejenak untuk menghindari keraguan. Cara ini sangat cocok untuk menguji tingkat ketertarikan prospek pada produk.

### **3. *Special-concession close***

Teknik ini diterapkan untuk mendorong prospek agar segera melakukan pembelian dengan cara memberikan penawaran khusus.

#### *4. Direct-appeal close*

Teknik ini unggul dari sisi kejelasan dan kesederhanaan. Ini dilakukan dengan cara bertanya secara langsung, apakah prospek berminat membeli atau tidak. Teknik ini cocok untuk prospek yang tegas dan cepat mengambil keputusan.

#### *5. Win-win close*

Teknik ini digunakan dengan memberikan pelanggan dua pilihan yang mana keduanya akan menghasilkan jawab “ya”.

### **Strategi menjawab pertanyaan dari audiens**

1. Dengarkan dan pahami pertanyaan dari audiens
2. Lakukan parafrase
3. Jawablah dengan jujur
4. Lakukan konfirmasi

### **Jenis pertanyaan yang biasa digunakan *salesperson***

#### *1. Pertanyaan tertutup (closed questions)*

Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang hanya membutuhkan jawaban yang sederhana seperti “ya” dan “tidak”. Fungsi dari pertanyaan tertutup adalah untuk memulai sebuah percakapan, membatasi dan mengarahkan topik pembicaraan serta mulai mengumpulkan informasi sebagai persiapan untuk mengajukan pertanyaan berikutnya.

#### *2. Pertanyaan pengarah (directive questions)*

Pertanyaan pengarah adalah pertanyaan yang meminta jawaban dan informasi yang sangat spesifik dari prospek seperti kapan, berapa, dimana, siapa dan sebagainya.

#### *3. Pertanyaan terbuka (open questions)*

Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang meminta pendapat dan membutuhkan penjelasan yang panjang lebar serta detail sebagai jawabannya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan lebih banyak lagi informasi untuk mengidentifikasi potensi masalah, memperbesar rasa sakit dan memaksa prospek untuk mengambil tindakan untuk mencari solusinya.

#### 4. Pertanyaan eksplorasi (*probing questions*)

Pertanyaan eksplorasi adalah pertanyaan yang diajukan untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik lagi supaya seorang *salesperson* benar benar memahami kebutuhan prospek.

#### 5. Pertanyaan meringkas (*summary questions*)

Pertanyaan meringkas adalah pertanyaan yang diajukan untuk memastikan bahwa *salesperson* sudah memahami apa yang diucapkan prospek, atau untuk memastikan bahwa *salesperson* tersebut sudah berhasil mengidentifikasi kebutuhan dari prospek dan manfaat yang ditekankan dalam presentasi sudah cocok dengan dan mampu memenuhi kebutuhan prospek.

### **Bentuk keberatan calon pembeli**

1. Keberatan yang tersembunyi
2. Alasan-alasan
3. Keberatan dengan niat buruk
4. Meminta informasi
5. Keberatan untuk pamer
6. Keberatan subyektif
7. Keberatan obyektif
8. Penolakan umum penjualan
9. Jalan terakhir