

A close-up photograph of a hand holding a smartphone. The phone's screen displays a webpage with the title 'Super Internet eCommerce Market' in a serif font. The background of the webpage is dark with some abstract light patterns. The phone is held at an angle, and the hand is visible on the left side. The overall lighting is soft and slightly blurred, giving it a professional, artistic feel.

CLOSING

HIJRAH ACADEMY 2020

TEKNIK CLOSING

Penjualan itu penting, ya semua orang sepakat tentang hal ini. Ketika suatu bisnis berjalan tanpa adanya penjualan, maka tinggal menunggu waktunya gulung tikar. Penjualan itu adalah sumber pemasukan dalam suatu bisnis, maka jika tidak ada penjualan artinya tidak ada pemasukan. Sebelum terjadi penjualan ini ada sebuah teknik yang bisa kita pelajari yaitu teknik closing. Closing adalah saat konsumen berkata “ya” untuk membeli produk kita. Closing adalah saat-saat menegangkan yang selalu dinantikan oleh pelaku bisnis.

A. Persiapan sebelum closing

Setiap closing pasti sebelumnya ada persiapan-persiapan yang dilakukan oleh seorang pelaku bisnis/marketing. Persiapan ini dilakukan untuk memperbesar kemungkinan closing nantinya. Apa aja yang harus dipersiapkan?

1. Pemahaman tentang produk

Pemahaman tentang produk bukan hanya sekedar tahu fungsi produk dan kelebihan dan kekurangan produknya saja. Tapi lebih dari itu, Seorang marketing harus paham tentang :

- Kenapa mereka harus beli produk Anda?
- Kenapa mereka harus memilih produk Anda dibandingkan yang lainnya?
- Kenapa mereka harus membelinya sekarang juga?
- Kenapa mereka harus percaya dengan Anda?
- Kenapa orang lain tidak membeli produk Anda?

Seorang marketing harus benar-benar paham tentang jawaban tersebut karena akan sangat membantu Anda saat closing nantinya. Jadikan jawaban-jawaban pertanyaan tadi sebagai amunisi closing.

2. Pemahaman tentang konsumen

Paham tentang produk saja tidak cukup, produk tercipta pasti karena ada masalah sebelumnya makanya dia hadir sebagai solusi. Jika seorang marketing

tidak memahami kemauan konsumen, kebutuhan konsumen, saat yang tepat untuk penawaran maka juga akan susah closingnya.

3. Hubungan dengan konsumen

Hubungan dengan konsumen sangat penting dibangun terutama untuk bisnis jangka panjang, dan pasti semua orang ingin bisnisnya awet kan? Makanya jaga hubungan baik ini dan sekaligus untuk membangun rasa kepercayaan untuk kita. Ketika konsumen percaya akan produk Anda tentunya mereka akan beli dan loya terhadap produk kita.

B. Teknik Closing yang Tepat

Teknik closing ini bisa digunakan untuk marketing online maupun offline. Karena pada dasarnya kedua teknik ini sama hanya saja yang satu tatap muka dan yang satunya lagi tidak. Untuk closing online atau tanpa tatap muka maka bisa diwujudkan dalam bentuk *copy writing*.

Nah teknik yang bisa Anda gunakan yaitu :

1. Mengarahkan Konsumen untuk berkata "ya saya beli"

Kalimat tanya dan jawaban yang Anda berikan haruslah terencana dengan baik dan tersusun rapi, sehingga mampu mengarahkan calon pembeli untuk berkata "ya, saya beli". Buatlah alternatif-alternatif dialog yang mungkin terjadi antara diri Anda dan calon konsumen. Sehingga saat penawaran Anda terlihat meyakinkan dan bisa closing. Misal :

Konsumen : Ini harganya berapa pak?

Anda : 15 rb mbak. Sebelumnya mbak sudah pernah pakai produk ini?

Konsumen : Sudah pak

Anda : Enak kan mbak dipakai?

Konsumen : iya pak

Anda : Dan harganya tergolong murah kan mbak. Jadi mau beli berapa mbak?

Konsumen : 5 aja pak

Intinya teknik ini adalah membuat konsumen berkata "ya" dan setuju sebanyak-banyaknya, jangan beri kesempatan mereka untuk bilang tidak atau nggak sepakat. Mengarahkan konsumen berkata ya secara psikologis akan mendorong orang untuk terus berkata "ya saya beli". Kalimat Tanya yang harus dihindari " Jadi mbak mau beli atau nggak?"

2. Jangan biarkan konsumen bertanya-tanya dalam hati, berikan info yang cukup
Saat hendak melakukan closing jangan membuat suasana sungkan, ajak konsumen untuk ngobrol terkait produk Anda. Jika mereka bertanya jawablah dan kembali tanyakan sesuatu, obrolan jangan berakhir pada Anda.

Contoh salah :

Konsumen : Ini harganya berapa pak?

Anda : 15 rb mbak

Konsumen : Bagus ndak pak?

Anda : bagus kok

Konsumen : hasgf^%^\$^%^#%ksdg (bingung)

Jangan sampai hal itu terjadi ya.

3. Menawarkan keuntungan lain dalam 1 penawaran
Pastikan keuntungan ini ada ya dalam setiap produk. Keuntungan ini adalah efek yang dirasakan konsumen jika membeli produk Anda.
Misalnya "dengan membeli produk ini rasa kenyanganya awet, tidak bikin gemuk, dan tidak berbahaya karena dibuat dari bahan alami".

4. Berikan Batas pada Konsumen

Saat closing berikan batas waktu konsumen sehingga membuat mereka segera mengambil keputusan untuk membeli produk Anda. Teknik ini digunakan untuk Anda yang memang memberikan bonus atau promo tertentu pada produk Anda.

Contoh batas yang bisa digunakan :

"Promonya berakhir hari ini kak"

"Besok harganya sudah kembali normal lho kak"

"Stoknya tinggal sedikit kak, jadi kalau tidak segera pesan harus menunggu sebulan lagi"

“Tidak semua orang mendapat penawaran ini loh kak”

5. Promo spesial (hadiah dan diskon harga)

Besar kecilnya hadiah tidak menjadi masalah karena kecenderungan orang akan bahagia dan memilih untuk membeli ketika ada hadiahnya. Hadiah yang diberikan disesuaikan dengan produk Anda ya atau produk pelengkap produk Anda, ini jauh lebih menarik. Diskon harga juga bisa digunakan untuk closing dengan cara menyebutkan harga yang sebenarnya. Hal ini membuat konsumen tergerak untuk membeli karena ada perasaan “manfaat” yang lebih.

6. Mengambil hati konsumen

Meskipun terkesan kuno, teknik ini sangat bisa sekali diterapkan. Sebagaimana fitrahnya manusia itu suka apabila diberikan kata-kata yang baik dan positif. Maka untuk mengambil hati konsumen juga bisa menggunakan cara ini.

7. Membandingkan dengan harga pesaing

Jika produk Anda termasuk produk mahal bisa gunakan cara ini, dengan membandingkan harga produk Anda dengan harga pesaing dan jelaskan keunggulan produk Anda.

“ Jika disbanding merk x produk kami memang mahal kak, tapi coba deh kakak lihat buktinya produk kami sangat awet, bahkan sampai 3 tahun masih normal. Bandingkan bila kakak beli merk itu, nanti dalam waktu 1 tahun pun sudah terganggu fungsinya. COba deh ibu hitung sendiri”

Pernyataan ini membuat calon konsumen berpikir sesuai dengan jalan pikiran Anda dan akan mengiyakan pernyataan Anda, maka bersiaplah closing.

8. Beri tahu kerugian mereka jika tidak membeli produk Anda

Selain menyebutkan keuntungan membeli juga harus ditambah kerugian, tapi bukan kerugian produknya ya tapi kerugian bila calon konsumen tidak membeli produk Anda. Berikan pernyataan yang pas dan sesuai kenyataan jangan berbohong. Misal :

“jika Anda tidak membeli hand sanitizer ini maka Anda harus beli di Kota yang stock nya pun mulai menipis”

9. Testimoni

Dengan membaca atau melihat testimony dari konsumen sebelumnya, orang akan lebih yakin dengan produk Anda. Maka testimoni itu penting ditampilkan. Testimoni bisa berbentuk *screen capture*, video, atau gambar. Yang harus dipastikan adalah bahwa testimoni yang disampaikan itu jujur.