



17

Teknik Closing

**Cara Efektif Menutup Penjualan
yang Terbukti Menghasilkan**

Dewa Eka Prayoga



**Billionaire
coach**

Welcome..

Halo, perkenalkan saya Dewa Eka Prayoga. Banyak orang memanggil saya sebagai Dewa Selling. Mengapa saya dipanggil dewa selling? Bukan karena saya seorang ahli, pakar atau mastah tapi lebih karena hobi saya adalah Jualan, hehehe.. ^^

Sudah 7 tahun saya menggeluti bidang penjualan. Saya memiliki prinsip “No Selling, Dying”, kalau tidak jualan, mati. Kita boleh punya SOP yang lengkap, team bisnis yang banyak, dan laporan keuangan yang rapi, namun kalau tidak bisa jualan, siap-siap saja bisnis Anda bangkrut. Makanya, saya selalu ingin Anda jago jualan, supaya bisnis Anda terus tumbuh, penghasilan makin bertambah. Setuju?

Nah, kali ini saya akan membagikan salah satu ilmu penting dalam jualan yang sudah saya lakukan dan terbukti menghasilkan. Ilmu apa itu? Ilmu ini adalah Teknik Closing. Saya berharap ilmu ini bakal menjadi solusi dari kegalan-kegalan penjualan Anda selama ini. Coba cek, Ketika Anda menjual sesuatu, Apakah Anda pernah merasakan hal ini?

- Promosi dimana-mana, tapi nggak ada yang menghubungi Anda?
- Cerita detil produknya, tapi mereka nggak tertarik dan nggak butuh!
- Jawab semua pertanyaan, akhirnya tetap saja mereka banyak alasan dan nggak beli.

- Bicara panjang lebar, ujung-ujungnya tetap saja nggak closing?
- Bagaimana, PERNAH....?

Atau...

Ketika Anda Menawarkan sesuatu, Calon CUSTOMER Anda mengatakan hal-hal ini...

- Maaf, nggak butuh!
- Nggak tertarik!
- Saya sibuk!
- Harganya mahal!
- Produknya jelek!
- Produk kompetitor Lebih Bagus
- Saya sudah punya Langganan
- Saya tanya istri/suami dulu
- Saya pikir-pikir dulu ya
- Apa untungnya buat Saya?

Kalau hal-hal diatas sering Anda alami sehingga penjualan Anda seringkali gagal, maka E-Book ini bakal membantu Anda untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut.

Closing itu Penting

Guru saya pernah bilang kalau Closing itu Penting, kalau tidak Closing, kepala bakal Pusing, Kantong Kering, Istri Muring-muring (marah), Jalan Miring-miring, lama-lama jadi Sinting. Muehehe..

No Selling, Dying. No Closing, Nothing. Kalau tidak Closing, tidak ada uang masuk rekening. Pening!

Mengapa Teknik Closing itu Penting?

- Menguasai Teknik CLOSING, akan memperbesar Tingkat Konversi Anda (% Closing)
- Jika Tingkat Konversi Anda BESAR, Customer Anda akan Semakin Banyak. Jika Tingkat Konversi Anda KECIL, Customer Anda akan Sedikit

Misalnya...

- Dulu, ketika Anda Jualan ke 100 orang, yang CLOSING hanya 10. Setelah tahu Teknik CLOSING, harapannya jualan ke 100 orang, minimal 80% CLOSING, yaitu 80 orang. MANTAP?
- Atau, ketika Anda presentasi ke 100 orang, yang dulunya hanya 20 orang yang tertarik, setelah tahu Teknik Closing, harapannya 80% orang akan tertarik dengan presentasi Anda. KEREN?

Maka, dengan menguasai Teknik Closing akan berefek pada peningkatan jumlah customer Anda yang bakal berdampak juga pada peningkatan omzet bisnis Anda.

Kabar baiknya, Pada E-Book ini, Saya tidak hanya menjelaskan satu atau dua teknik closing, namun Saya akan memberikan 17 Teknik Closing yang sudah terbukti menghasilkan. Bagaimana, asyikbukan?

- Sebelum kita masuk dalam pembahasan ilmu **17 TEKNIK CLOSING**, coba resapi kata-kata ini...
- Supaya produk yang Anda jual LARIS, Anda tak hanya cukup punya sikap OPTIMIS. Anda juga harus paham tentang itu BISNIS. Salah satunya adalah tentang CLOSING...
- Ilmu CLOSING ini tidak dipelajari di dunia sekolah / kuliah. Ini hanya akan Anda dapatkan di lapangan, pas Anda Jualan, pas Anda Praktik!
- Sukses ada polanya. Sukses Jualan juga ada polanya. Anda tidak perlu bingung mencari pola tersebut, karena Saya akan membagikannya pada Anda sebentar lagi

INGAT! Lebih baik mati-matian di awal daripada mati beneran pas Jualan. Jualan yang LARIS butuh persiapan yang matang. Apa yang harus disiapkan? Silakan lanjutkan membaca...

Closing itu Penting

Banyak orang bertanya pada Saya, mengapa sebagian besar produk yang saya jual laris manis tanjung kimpul. Mereka mengira hal ini semata-mata karena hebatnya teknik closing yang saya gunakan, padahal hal ini juga dipengaruhi oleh persiapan yang matang. Saya selalu melakukan analisa terlebih dahulu sebelum launching sebuah produk.

Persiapan yang matang, mencegah kegagalan datang

Saatnya menganalisa

menganalisa, Saya buat pertanyaan-pertanyaan khusus sehingga makin yakin dengan produk dan penawaran yang Saya buat. Begitu pula dengan Anda. Sebelum cberbicara tentang closing dalam penjualan, Anda perlu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini...

1. Mengapa Orang lain HARUS BELI produk Anda?

- Lebih Mudah... ?
- Lebih Murah... ?
- Lebih Eksklusif... ?
- Lebih Variatif... ?
- Lebih Cepat... ?
- Lebih Enak... ?
- Lebih Tahan Lama... ?
- Lebih? (Silakan Pikirkan!)

2. Kenapa Mereka HARUS PERCAYA kepada Anda?

- Sudah terbukti... ?
- Testimoni... ?
- Endorsement... ?
- Bukti... ?
- Tersertifikasi... ?
- Kedekatan... ?
- Direkomendasikan... ?
-? (Silakan Pikirkan!)

3. Apa Alasan Mereka HARUS BELI sekarang?

- Eksklusif... ?
- Besok harga naik... ?
- Promo hanya berlaku hari ini... ?
- Stok terbatas... ?
- Besok produk tidak dijamin ada... ?
- Diskon khusus hari ini saja... ?
- Bonus untuk yang beli hari ini... ?
-? (Silakan Pikirkan!)

4. Kenapa Orang lain TIDAK BELI produk Anda?

- Sulit didapat... ?
- Harganya mahal... ?
- Kualitasnya jelek... ?
- Servicenya buruk... ?
- Rasanya nggak enak... ?
- Lama... ?
- Tidak tahu... ?
- ...? (Silakan pikirkan!)

5. Bagaimana Caranya agar Mereka Bisa Langsung Merespon Penawaran Anda?

- DISKON... ?
- GRATIS... ?
- BONUS... ?
- HADIAH... ?
-? (Silakan Pikirkan!)

Silakan PIKIRKAN, ambil kertas kosong, TULIS jawabannya. Jangan dulu lanjut sebelum Anda memikirkan jawaban dari pertanyaan di atas!

Sadarkah Anda? Hampir 80% keberatan yang diajukan oleh calon customer Anda adalah SAMA. inilah keberatan mereka....

- Nggak butuh!
- Nggak tertarik!
- Nggak ada waktu!
- Nggak ada uang!
- Harganya mahal!
- Produknya jelek!
- Produk kompetitor Lebih Bagus
- Saya sudah punya Langganan
- Saya tanya istri/suami dulu
- Saya pikir-pikir dulu
- dll

Jawaban Anda atas pertanyaan-pertanyaan sebelumnya akan menjadi “Amunisi” Anda ketika Jualan agar keberatan customer tersebut tidak muncul ATAU setidaknya bisa Anda atasi. Ujung-ujungnya agar Closing penjualan Anda meningkat.

Persiapan Closing

Setelah Anda mendapat jawaban dari pertanyaan-pertanyaan sebelumnya, apa yang HARUS Anda lakukan selanjutnya?

1. Temukan “Hot Button” calon customer Anda

Biasanya “Hot Button” customer mencakup 3 hal, yaitu DREAM, NEED, dan PAIN. Silakan Anda jawab pertanyaan-pertanyaan berikut untuk mengetahui “Hot Button” Customer...

- Apa yang paling DIINGINKAN Customer?
- Apa yang paling DITAKUTKAN Customer?
- Apa MIMPI Customer yang Ingin Anda bantu?
- Apa KEBUTUHAN Customer yang ingin Anda penuhi
- Apa MASALAH Customer yang ingin Anda selesaikan?

2. Bangun Kedekatan

Prinsip yang selalu Saya pegang yaitu No Raport, No Sale. Kalau Nggak Dekat, Nggak Akan Terjadi Penjualan. Orang bakal beli pada orang yang dia kenal, yang dia percaya serta yang nyaman ketika berkomunikasi. Maka dari itu bangunlah kedekatan dengan konsumen Anda sebelum melakukan penjualan.

3. Ketahui Ciri-ciri Closing

Mengetahui ciri-ciri orang yang siap closing akan meningkatkan konversi closing penjualan Anda. Inilah waktu yang tepat untuk

Anda menutup penjualan dengan teknik closing pamungkas. Nah, apa ciri-ciri kondisi orang yang siap closing?

ANTUSIAS (gerakan tubuh mulai mengikuti, pemilihan kata mulai sama, tatapan mata fokus, manggut-manggut).

BANYAK NANYA (tanya warna, rasa, varian, jenis, harga, cara pembayaran, nomor rekening).

MENGHUBUNGI ANDA BERKALI-KALI (sms, BBM, telepon, ngajak ketemuan).

Setelah Anda melakukan 3 langkah diatas, barulah Anda lakukan **CLOSING...** Caranya? Inilah 17 Teknik Closing yang Harus Anda Ketahui...



Teknik Closing

**Cara Efektif Menutup Penjualan
yang Terbukti Menghasilkan**

TEKNIK 1

YA.. YA.. YA..

***“Buat calon customer berkata
‘YA’ sebanyak-banyaknya”***

Contohnya...

- “Bu, sebelumnya ibu memang sering kesini ya?” | “Iya....”
“Mudah kan bu menemukan alamat kami?” | “Iya...”
“Produk ini cantik sekali bu ya?” | “Iya...”
“Ibu mau ambil produk yang ini?” | “Iya...”
- “Bapak sebelumnya mohon maaf, bapak rencana mau beli mobilnya untuk keperluan pribadi atau keluarga?”
| “Keluarga...”
“Oh begitu ya pak... Bapak lebih suka yang warna hitam atau putih?” | “Hitam...”
“Bapak pilih yang manual atau matic?” | “Manual...”
“Oh ya, ngomong-ngomong, rencana bapak mau bayar cash atau kredit?” | “Kredit...”

KUNCINYA...

- Jangan biarkan Calon Customer berkata: “NGGAK!”, “TIDAK!”, dan hal-hal yang serupa.
Contoh pertanyaan SALAH: “Ibu jadi beli apa nggak?” | “NGGAK!!!” Pertanyaan tersebut secara tidak langsung mengarahkan pikiran si ibu untuk berkata: “NGGAK!”
- Arahkan pikiran mereka untuk menyetujui pernyataan Anda.

Gunakan pertanyaan terbuka. Contohnya: “Ibu pilih yang ini atau yang ini?”, “Suka yang ini atau yang ini?”, dll.

- Atau gunakan pertanyaan yang jawabannya “YA... YA... YA...” (seperti contoh sebelumnya)
- “YA” yang terulang akan membentuk sebuah Pola. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa diperlukan 3-8 jawaban “YA” agar pola ini benar-benar terbentuk. Yang harus Anda ingat, jangan terlalu banyak juga. Kenapa? Orang jadi BT!
- Nah, jika sekiranya Anda sudah tahu kapan harus benar-benar CLOSING, pada akhir pertanyaan, arahkan pikiran calon customer untuk berkata “YA, Saya Mau Beli...”

TEKNIK 2

YANG NANYA, YANG MENANG

*“Jangan Menghentikan
Percakapan Berakhir di Anda”*

Contoh ke-1

- Calon Pembeli : “Wah Harganya MAHAL!”
Penjual : “Iya bu, dari sananya memang mahal” (GAGAL CLOSING!), Pasrah.....:’)

Harusnya

- Calon Pembeli : “Wah Harganya MAHAL!”
Jawaban 1: “Oh iya bu memang Mahal... Tapi sebelumnya mohon maaf, ibu membandingkannya dengan apa ya?”
Jawaban 2: “Memang mahal bu.. Tapi sebentar, bukankah ibu menginginkan produk yang sangat berkualitas?”
Jawaban 3: “Oh gitu... Menurut ibu nih, berapa harga yang pantas untuk produk ini?”

Contoh ke-2

- Calon Pembeli : “Saya Nggak Butuh!”
Penjual : “Oh gitu. Yaudah deh pak...” (GAGAL CLOSING!), Pasrah.....:’)

Harusnya

- Calon Pembeli : “Wah Harganya MAHAL!”
Jawaban 1: “Oh begitu... Sekarang mungkin bapak tidak butuh. Tapi apakah bapak nanti tidak

membutuhkannya?”

Jawaban 2: “Sebentar pak, apakah bapak sudah tahu khasiat dari produk ini?”

Jawaban 3: “Oh gitu.. Kira-kira nih menurut bapak, siapa teman/ saudara bapak yang membutuhkan produk ini?”

KUNCINYA

- Coba Anda perhatikan contoh tadi, setiap kali calon customer mengungkapkan keberatannya, ketika Anda jawab, selalu Anda akhiri dengan pertanyaan... Di sinilah maksudnya...
- Jangan pernah menghentikan percakapan berakhir di Anda. Langsung tanya balik...

Contoh percakapan yang berakhir di Anda...

P: “Wah Harganya MAHAL!”

A: “Iya bu, dari sananya emang mahal” <— Pasrah... Selesai...
Nggak CLOSING.. Harusnya TANYA BALIK!

- Penjual yang hebat itu bukan yang banyak nyerocos, tapi yang banyak nanya. Tapi... Nanyanya dengan cara yang elegan. Jangan ngawur!
- Setiap kali calon customer Anda mengungkapkan keberatannya, apapun itu, Anda siapkan Sales Script berupa pertanyaan untuk ditanyakan balik menggunakan teknik “YANG NANYA YANG MENANG” ini...
- Pokoknya, yang paling banyak nanya dengan pertanyaan pertanyaan berkualitas, dialah yang akan memenangkan percakapan. CLOSING....

TEKNIK 3

1, 2, 3

“Berikan 3 Keuntungan secara Ringkas dalam Satu Penawaran”

Contohnya..

- “Kalau ibu pakai produk ini, ibu akan Lebih Sehat, Lebih Cantik, dan terlihat 10 tahun Lebih Muda. Coba saja bu...”
- “Ikut Seminar ini, akan membuat Anda Lebih Kaya, Lebih Sukses, dan memiliki Lebih Banyak Jaringan”
- “Produk ini Lebih Murah, Lebih Cepat, dan Lebih Dapat diandalkan untuk berinternet daripada produk lainnya”
- “Jika Anda membeli mobil hari ini, kami akan Memberikan Asuransi, Bebas Pajak, dan Tangki Penuh Bahan Bakar”
- “Kalau ibu beli hari ini, ibu bisa dapat BONUS ekstra bed, bantal, dan GRATIS diantar sampai rumah”

KUNCINYA...

Anda berikan 3 Keuntungan secara ringkas dalam satu penawaran . Orang biasanya suka dengan produk yang manfaatnya banyak, terlepas apakah produknya barang atau jasa.

TEKNIK 4

NOW OR NEVER

“Mereka Harus Memutuskan Saat Itu Juga, Kalau Tidak, Dia Akan Menyesal”

Contohnya..

- “Diskon ini hanya berlaku untuk hari ini...” “Sekaranglah saat yang paling tepat untuk bertransaksi. Besok mungkin harganya akan naik”
- “Stok kami untuk barang ini sangat terbatas. Jika tidak diambil sekarang, Anda akan kehabisan”
- “Sudah ada calon pembeli yang menawarnya. Saya khawatir barangnya habis. Lebih baik ambil sekarang”
- “Ini adalah hari terakhir promo...” “Sekali seumur hidup. Tidak akan diadakan lagi...”
- “Jika Anda mendaftar hari ini, aku akan berikan tambahan diskon 2%. Tetapi khusus hari ini saja”
- “Silakan ambil atau tinggalkan. Ini adalah satu-satunya kesempatan”
- “Hari ini harga hanya Rp 150.000. Besok harga naik 10x lipat”
- “Voucher DISKON ini hanya berlaku sampai malam ini. Besok vouchernya hangus!”

KUNCINYA...

Anda HARUS ingat, calon customer itu SUKA MENUNDA!

Misalnya...

- “Nanti saja ya...”
- “Besok aja deh...”
- “Pikir-pikir dulu ya...”
- “Aku harus tanya suami dulu nih....”, dll

Teknik “NOW OR NEVER” ini akan memaksa calon customer untuk tidak menunda. Kenapa? Karena jika dia menunda, akan ada kerugian besar . Entah masa promo nya (DISKON, HADIAH, BONUS, dll) yang habis, atau produknya yang tidak ada lagi, atau bahkan harganya yang akan naik.

Teknik ini cocok untuk Anda yang sedang mengadakan promo-promo kreatif. Atau memang momen khusus yang memiliki keterbatasan jumlah produk, jumlah waktu, atau jumlah pembeli.

TEKNIK 5

SURPRISE

***“Beri Kejutan yang
Menyenangkan Customer Anda”***

Contohnya..

- “Khusus untuk Anda, Saya akan memberikan Powerbank secara GRATIS! Tolong jangan cerita ke pelanggan lain ya...”
- “Saya akan menambahkan ekstra baterai untuk setiap pembelian Blackberry tipe xxxx”
- “Karena mba sudah jadi customer kami, untuk pembelian berikutnya FREE Ongkos kirim...”
- “Karena ibu sering belanja disini, kami akan berikan Sesuatu Khusus untuk ibu...”
- “Akang ini orang spesial bagi perusahaan kami. Saya akan berikan BONUS Spesial khusus untuk akang...”

KUNCINYA...

- Orang itu suka dengan Kejutan. Lebih baik Anda tidak menjanjikan lebih tapi pada akhirnya akan memberikan sesuatu yang lebih, daripada menjanjikan lebih tapi pada kenyataannya Anda tidak menepatinya
- Teknik ini akan sangat berguna terutama untuk memancing pembelian berikutnya. Orang kalau sudah puas dan bahagia, biasanya akan terus-terusan beli ke kita. Bahkan, dia akan menyebarkan virus WOMM ke teman-temannya.

TEKNIK 6

PERBANDINGAN

“Beri 3 Penawaran dan Simpan yang Ingin Dijual Di Urutan ke-2”

Contohnya..

- Anda ingin menjual produk “X”, harganya Rp 185.000. Produk ini awalnya nggak laku. Kalau Anda menggunakan teknik Perbandingan, Anda akan buat produk A dan B yang notabene produk A lebih mahal dan produk B lebih murah. Sedangkan produk X harganya di tengah-tengah, kualitasnya pun demikian

Misalnya...

- “Ibu produk A harganya Lebih Mahal. Kualitasnya pun memang sangat bagus. Kalau produk X ini harganya lumayan terjangkau. Kualitasnya juga bagus. Cocok untuk Ibu. Kalau produk B harganya murah banget. Tapi ya itu, kualitasnya pun biasa-biasa saja.”

Jika Anda HARUS memilih, Anda mau beli produk yang mana? Berdasarkan survei Saya ke beberapa orang di beberapa tempat, ternyata orang cenderung memilih produk yang pertengahan, yaitu produk X. Apalagi kalau yang A dan B sudah kita setting lebih mahal dan lebih murah.

Akan terasa berbeda jika Anda hanya menjual produk X saja.

tidak ada yang dibandingkan. Orang justru cenderung tidak beli. Alhasil, teknik Perbandingan sangat efektif jika dibandingkan dengan penawaran tanpa adanya perbandingan.

TEKNIK 7

HARGA CORET

“Tunjukkan Harga Asli dan Harga Penawaran Terbaru. Biarkan Dia Menghitung Sendiri”

INTINYA...

- Teknik ini mirip-mirip dengan teknik Perbandingan. Perbedaananya terletak pada kesederhanaannya, karena lebih simpel. Anda tinggal cantumkan harga terdahulu (harga aslinya) terus dicoret dan tampilkan harga Penawaran Anda saat ini.
- Perhatikan 2 contoh berikut ini:

Rp. 95.000

(A)

~~**Rp. 300.000**~~
Rp. 95.000

(B)

Lebih Emosional Mana?

Orang cenderung ingin MENGHEMAT. Sadar nggak sadar, kalau pakai Teknik Harga Coret, orang akan menghitung sendiri berapa uang yang akan mereka hemat ketika dia memutuskan untuk membeli.

TEKNIK 8

MENJILAT

***“Katakan pada Customer bahwa DIA HEBAT.
Anda KAGUM dan TERKESAN dengannya”***

Contohnya...

- “Wiih mantep! Cantik sekali mba... Baju ini memang cocok banget dipake sama mba”
- “Wow kereeen....!! Mas terlihat lebih muda pake kemeja itu. Pas banget...”
- “Wah sepertinya bapak ini ahli komputer. Pasti bapak dapat melihat betapa bagusny komputer ini untuk bapak gunakan.”
- “Gaun ini terlihat sangat bagus ibu kenakan. Teman-teman ibu pasti juga akan terkesan jika ibu memakai gaun merah ini.”
- “Bapak ini LUAR BIASA! Istri bapak pasti akan senang jika bapak membelikan kalung ini untuknya.”

POKOKNYA...

- Anda puji calon customer Anda. Karena orang suka dengan pujian..
- Semakin Anda jago dalam memujinya dan membuat ‘hidungnya melayang’, semakin besar potensi Anda CLOSING... Hehehe



Billionaire Class

by Billionaire Coach

Bergabunglah dengan ribuan pebisnis lainnya untuk mendapatkan informasi tentang dunia bisnis dan webinar dengan topik pembahasan digital marketing secara GRATIS!!

t.me/BCLzoom

***JANGAN DITUNDA-TUNDA,
BERGABUNGLAH SEKARANG JUGA!***

TEKNIK 9

BANDING PESAING

*“Berlaku untuk Produk Mahal.
Edukasi dengan Cost Total”*

Contohnya...

- “Memang benar bu. Kalau ibu ambil produk di tempat lain, harganya memang lebih murah. Tapi ya itu bu, coba ibu hitung sendiri, kalau di kita ambil mahal tapi bisa dipakai untuk 2 tahun. Di tempat lain memang murah, tapi setiap 3 bulan ibu harus mengganti karena mungkin rusak. Ibu bisa hitung sendiri berapa uang yang harus ibu keluarkan dalam dua tahun...”
- “Suplemen ini harganya memang mahal. Tapi kalau bapak coba minum suplemen ini selama 1 bulan, rasa sakit yang bapak rasakan selama ini InsyaAllah bisa sembuh. Kalau suplemen merek lain memang harganya murah, tapi bapak akan ketergantungan dan setiap bulan harus menganggarkan uang untuk beli suplemen tersebut. Silakan bapak pilih sendiri...”

INTINYA...

- Dengan teknik ini, calon customer akan memikirkan sendiri kelemahan produk pesaing Anda. Ini berlaku terutama jika Anda memiliki produk yang menyasar menengah ke atas. Harganya mahal, kualitasnya bagus.

TEKNIK 10

TAMPAK MURAH

***“Pecah Biaya Yang Dikeluarkan
Customer Agar TERLIHAT LEBIH KECIL”***

Contohnya...

- “Hanya dengan Rp 5.000/hari, kini Anda bisa menikmati siaran langsung Serie-A di TV kesayangan Anda”
- “Sekarang cukup Rp 35.000/minggu, Anda bisa menikmati makanan spesial kami SEPUASNYA”
- “Cukup Rp 3.000.000/bulan, Anda bisa memiliki rumah impian Anda selama ini...”
- “Hanya dengan Rp 150.000/bln, kini Anda bisa menikmati siaran langsung Serie-A di TV kesayangan Anda”
- “Sekarang cukup Rp 140.000/bln, Anda bisa menikmati makanan spesial kami SEPUASNYA”
- “Cukup sediakan Rp 300.000.000, Anda bisa memiliki rumah impian Anda selama ini...”

Rasakan Bedanya

INTINYA...

- Ada sesuatu yang ‘Gelap’ dari harga yang ditawarkan. Sebenarnya, harganya tetap saja sama. Tapi Anda memecahnya menjadi lebih kecil, sehingga terlihat tampak lebih murah.
- Anda bisa pecah menjadi bulanan, mingguan, harian atau sesuai paket yang Anda tawarkan.

TEKNIK 11

TODONGAN

*“Hadirkan RASA MALU
Jika Tidak Membeli”*

Contohnya...

- Anda akan menodong si calon customer secara tidak langsung agar rasa malu atau ‘nggak enakan’ nya muncul.

CARANYA?

- Anda bisa berikan makanan spesial untuknya jika Anda bertemu dengannya atau Anda ajak makan calon customer Anda, traktir dia..
- Pokoknya, semakin banyak yang Anda berikan untuknya, bahkan itu spesial, semakin tinggi rasa ‘nggak enakan’ itu muncul <— ini namanya NODONG!
- Teknik ini cocok jika Anda punya produk yang nilai harganya besar.
- Kalau harganya murah, pakai teknik lain saja. Karena teknik ini mengeluarkan biaya, Anda harus ingat itu.
- Teknik ini tidak akan mempan untuk orang-orang yang nggak tahu diri! Udah dikasih banyak, eeh nggak CLOSING...

TEKNIK 12

EMPATI

***“Tunjukkan Anda Bisa MERASAKAN
Apa Yang Mereka Rasakan”***

Contohnya...

- “Sebelumnya Saya juga memiliki masalah yang sama, tetapi setelah memakai produk ini, semua masalah yang mengganggu hilang dalam sekejap!”
- “Produk ini cocok untuk Saya. Mungkin Anda bisa mencobanya...”
- “Dulu Saya pun berpikir sama seperti Anda. Semua MLM itu sama. Dan Saya benar-benar bisa merasakan apa yang Anda rasakan sekarang. Tapi setelah Saya menemukan MLM ini, perasaan tersebut berubah. Jika tidak percaya, Anda bisa luangkan waktu 15 menit untuk Saya jelaskan lebih dalam?”

INTINYA...

- Sekali lagi, NO RAPPORT, NO SALE! Teknik ini adalah teknik Paling Ampuh dalam membangun kedekatan. Semakin Anda dekat, semakin besar potensi CLOSING.
- Ketika Anda bisa merasa bagaimana rasanya menjadi mereka, CLOSING akan terjadi dengan sendirinya.

TEKNIK 13

EKSKLUSIF

“Tidak Semua Orang Bisa Mendapatkan Produk Ini, TERBATAS !”

Contohnya...

- “Maaf, tidak semua orang bisa ikut Training ini. Khusus member saja...”
- “Produk ini jumlahnya terbatas. Hanya ada 3...”
- “Produknya ini sangat eksklusif...”
- dll...

CATATAN

- Yang perlu Anda catat, Anda tidak boleh berbohong. Kalau memang tidak terbatas, ya jangan katakan terbatas. Gunakan sesuai porsinya.
- Yang termasuk terbatas itu TIDAK sampai puluhan jumlahnya. Kalau sudah sampai puluhan, ratusan, bahkan ribuan, itu sudah tidak terbatas lagi. Hati-hati, jangan sampai blunder...

TEKNIK 14

BRIDGING

***“Arahkan Customer Secara Tidak Langsung.
Biarkan Mereka MEMILIH SENDIRI”***

Maksudnya...

- Teknik ini mirip-mirip dengan Teknik Perbandingan. Letak perbedaannya adalah kalau teknik Perbandingan ada sedikit kecenderungan untuk beli ke produk yang ke-2, kalau yang ini tidak ada
- Tunjukkan ke calon customer produknya apa saja. Pastikan mereka memilih apa yang ingin mereka pilih. Anda hanya memastikannya itu cocok untuknya
- Anda hanya berfungsi sebagai jembatan diantara pilihan-pilihan yang mungkin mereka pilih

COCOK UNTUK...

- Teknik ini cocok untuk Bisnis yang basic Jualannya menggunakan Toko, seperti Butik, Fashion, Retail, dll

TEKNIK 15

JOKE

***“Buat Orang TERTAWA Atau TERSENYUM
dengan Penawaran / Kata-Kata Anda”***

Maksudnya...

- Ketika Anda berhasil membuat orang lain tertawa, maka mereka akan lebih menyukai Anda
- Orang lebih suka membeli dari orang-orang yang disukainya
- Orang kalau sudah berpikir senang, ketawa-ketiwi, jarang berpikir negatif. Termasuk berpikir bahwa Anda tuh sedang Jualan.
- Ceritakan cerita-cerita lucu atau lelucon yang sekiranya bisa buat calon customer Anda tersenyum bahkan tertawa lepas

TEKNIK 16

JIKA... MAKA...

***“Apa KERUGIAN MEREKA
Jika Tidak Memilih Produk Ini”***

Teknik ini mirip-mirip dengan teknik NOW OR NEVER. Bedanya teknik ini seperti bukan teknik. Padahal sengaja kita ungkapkan agar si calon customer bisa berpikir tentang kerugiannya kalau tidak membeli.

CONTOH...

- “Jika Anda tidak mencegahnya, maka keluarga Anda ada dalam ancaman demam berdarah. Sebaiknya kita mencegah dengan membeli obat oles anti nyamuk seperti ini”
- “Jika kita tidak ikut asuransi perlindungan, maka akan banyak sekali biaya yang akan kita keluarkan saat terjadi kecelakaan”
- Jika Anda tidak membelinya sekarang, maka besok Anda harus mengeluarkan biaya lebih tinggi untuk membelinya”

TEKNIK 17

CERITA ORANG

“Kasih TESTIMONI Atau PENGALAMAN ORANG LAIN”

Kenapa cerita orang?

- Orang cenderung LEBIH YAKIN jika Anda menceritakan pengalaman orang lain kepadanya. Terlebih, jika pengalaman tersebut ada kemiripan dengan si calon customer

CONTOH...

- Misalnya bisnis Anda adalah Bimbingan Belajar. Tiba-tiba ada seorang ibu yang ragu dengan kualitas bimbel Anda. Anda bisa mengatasinya dengan teknik ini:

“Tahun lalu ada seorang ibu yang juga mengajukan pertanyaan yang sama. Tampaknya ia juga merasa ragu dengan kualitas bimbingan belajar ini. Setelah putranya mengikuti kelas percobaan, ia akhirnya merasa yakin dengan kualitas kami. Putranya sekarang sudah lulus dan masuk ITB. Dan saya pikir ibu itu sangat puas dengan bimbingan belajar kami, karena baru 2 hari yang lalu sang ibu memasukkan putra keduanya ke bimbingan belajar ini juga”

2 DAYS WORKSHOP

EXTREME FUNNELING



OMSET **MAKSIMAL**, **PROFIT** **OPTIMAL**

- ☑ Mindset-Mindset penting seorang Business Owner di era digital
- ☑ Mendesain business model yang *fit to market*
- ☑ Strategi bersaing dengan kompetitor di era digital
- ☑ Dapur-dapur Dewa Selling yang dibongkar secara eksklusif
- ☑ Merancang Sales Funnel yang Optimal

Benefit Tambahan

- ☑ 13 Worksheet Workshop Extreme Funneling
- ☑ Lifetime Free Konsultasi
- ☑ Lifetime Pre-Class Video Extreme Funneling
- ☑ Boardgame Session

extremefunneling.com

Cara Efektif Menutup Penjualan yang Terbukti Menghasilkan

17

**Teknik
Closing**



Dewa Eka Prayoga

**Dewa Selling, Best Selling Author,
Founder Billionaire Coach**

 DewaEkaPrayoga

 @Dewa Eka Prayoga

 @dewaekaprayoga

 @dewaekaprayoga

 facebook.com/akh.dewa

 t.me/dewaekaprayoga

www.dewaekaprayoga.com