

גישת ה"רומן" – מול גישת ה"סטוץ"

"איזה לקוח נודניק!" סינן איתן שעה שהלקוח הלך להכין קפה. הייתה זו הפגישה השלישית ביניהם. הראשונה הייתה פגישת היכרות; השנייה – פגישת הבהרת עמדות; אחר כך, כשכבר היה נדמה לאיתן שהעסקה "סגורה" באופן הרמטי, ביקש הלקוח להיפגש בשלישית, כדי לקבל תשובות על כמה שאלות ש"צצו בזמן האחרון". הרשו לי להציג בפניכם את הסוגיה החשובה: מדובר פה בעסקת נדל"ן לא קטנה, שבה מבקש איש המכירות למכור נכס ללקוח במרינה החדשה של מכמורת. שווי העסקה: למעלה מ-\$500,000.

הלקוח חזר ובידיו מגש ועליו קפה, מעט כעכים מלוחים ועוגיות מתוקות; אבל איש המכירות היה כבר להוט לסיים את העסקה, ולכן פנה אל הלקוח וקבע נחרצות: "אני חושב כי הכול סגור. שאלת שאלות, קיבלת תשובות, הגעתי כמה פעמים; למה שלא נסגור את העסקה?" כעת זו הלקוח בכסאו בחוסר מנוחה. הרי הוא הזמין את איש המכירות על-מנת לענות על שאלות רציניות – ואילו איש המכירות מתייחס אליו כאילו הם עוסקים בעסקה חד-פעמית של ציוד למשרד. הוא התאפק וענה לאיש המכירות: "תראה, קראתי בעיתון – יכול להיות שאני טועה – כי מתגבשת תביעה ייצוגית מול יזמי הפרויקט הזה במרינה". איש המכירות הביט בעיניו של הלקוח וענה לו באגרסיביות-מה: "תראה, חשבתי שאנחנו לאחר שלב ההתלבטויות. הכול בסדר, סמוך עלי".

יותר מכך הוא לא היה צריך לומר, כי פתאום הבין הלקוח מיהו אותו מר "סמוך עלי". הוא פנה לאיתן ואמר לו בלי להתבלבל: "אם אין לך תשובות ברורות יותר, תן לי עוד כמה ימים על-מנת לבדוק תשובות לסוגיה זו. אחרי הכול, מדובר כאן בלמעלה מ-2 מיליון שקלים!"

איש המכירות עוד ניסה להיאבק כמה שניות, אבל לפתע הבין: היחסים ביניהם נגמרו. אם לכל מערכת יחסים יש התחלה, אמצע וסוף – זהו הסוף. איש מכירות אמיתי מרגיש כשזה קורה. המום מעט אסף איתן את חפציו ומיהר לעזוב את הלקוח. הדלת נסגרה-נטרקה אחריו, והוא מיהר אל משרדו.

הלקוח החכם מיהר לפנות אל משרדי המרינה וביקש לשוחח עם איש מכירות נוסף. וכך היה. איש המכירות השני הגיע כשהעסקה כמעט סגורה, ושמח לגלות לקוח מגובש, המבקש תשובות לכמה שאלות. העסקה נסגרה במחיר נמוך ב-4% מהעסקה המקורית (כ-20,000 \$ פחות!). איש המכירות השני סיים את החודש עם בונוס יפה – ואילו איש המכירות הראשון... בעצם, למי אכפת?

ויש גם מסקנות

יחסים מול לקוחות יכולים לשאת אופי של "רומן", "סטוץ" או כל סגנון אחר – הכול לפי העניין עצמו.

הפכו את היחסים שלכם מול הלקוחות ליחסים של "רומן" – ולא של "סטוץ". כך תגלו כי הלקוח מכבד אתכם יותר – גם אם המדובר במכירה חד-פעמית.

זכרו: לשאלות של הלקוח חשיבות רבה. התייחסו ברצינות גמורה לדבריו – גם אם אינם נראים לכם רציניים, מכובדים והגיוניים.

זכרו מה אמר פעם איש חכם: "זה לא סגור עד שזה לא סגור".