

אנשי מכירות רבים משקיעים מאמצים, מאמצים רבים - יש לציין במכירה ללקוחות חדשים. המטרה כך הם יאמרו למכור כמה שיותר לאותם הלקוחות ובדרך זו לעמוד ביעדי המכירה. המטרה של אותם אנשי מכירות מובנת, אך האם היא נכונה? במאמר זה אנסה להסביר מדוע יש להשקיע מאמץ למכור ללקוחות חדשים דווקא מכירות קטנות-בינוניות, מכירות גדולות אינן נכונות כ'כלל-גורף' ועשויות בחלק מן המקרים להפוך את אותם לקוחות ללקוחות חד-פעמיים. עכשיו שאלו את אותם אנשי מכירות להוטים מה דעתם על לקוחות חד-פעמיים ותקבלו את התשובה: "לקוחות חד-פעמיים אינם מעניינים איש"

מאמצי המכירות של אנשי מכירות אמיתיים מתחלקים לשתי נקודות זמן: מכירות ראשונות ומכירות חוזרות. האנרגיה הנחוצה על-מנת להפוך "לקוח פוטנציאלי" ל"לקוח קונה" היא אנרגיה עצומה: למצוא את אותו הלקוח, לפנות אליו, לייצר פגישה, להיפגש עימו, לזהות את צרכיו האמיתיים ולענות עליהם, להגיש הצעת מחיר, למהל משא ומתן, לסגור את העסקה, לספק את הסחורה, לגבות את הכסף. מה הפלא איפה שאיש מכירות אשר מגיע אל המשוכה האחרונה כלומר אל שלב סגירת העסקה, מרגיש כי הדבר הנכון ביותר לעשותו הוא למכור ללקוח הזה כמה שיותר.

ננטוש לרגע את אותו איש מכירות ונתמקד בלקוח. עבור הלקוח איש המכירות הוא "נעלם גדול". מפגש עם איש מכירות מאפשר ללקוח להיחשף לחברה חדשה, לאיש מכירות חדש, למוצרים חשים. מכאן ואילך מתחיל תהליך ובו מעמיק הקשר בין השניים עד אשר הלקוח מחליט האם הוא מעוניין בעסקה.

העסקה אשר נרקמת בין הלקוח ובין אותו איש המכירות הופכת את אותו לקוח מסטאטוס של "לקוח פוטנציאלי" ל"לקוח בפועל" אך האם זהו סוף התהליך? לא ממש. מכאן ואילך יהפוך הלקוח מסטאטוס של "לקוח בפועל חד פעמי" ל"לקוח בפועל חוזר". אך תהליך זה אינו אוטומטי. אם נדרש היה מאמץ מסוים להביא את הלקוח עד הנה הרי שמכאן ואילך יש להשקיע מאמץ מסוג שונה.

ניקח לדוגמה לקוח חברה לייצור אופנה המתלבטת בין מספר חברות לשם רכישת מחשבים וצידוד היקפי: הלקוח עובר יחד עם איש המכירות את כל השלבים עד למכירה הסופית וחותם בסופו של דבר על הסכם רכישה, הסחורה מסופקת ועד כאן הלקוח הינו כאמור "לקוח קבוע חד פעמי". כעת אנו מצפים שהלקוח יהיה "לקוח קבוע חוזר" אך בשביל זה יש להשקיע מאמצים חדשים מסוג שונה: על הסחורה שסופקה בפועל להימצא תקינה ומתאימה להגדרות שהתבקשו על ידו מלכתחילה, על הצידוד ההיקפי להיות איכותי; מדפסות שתעבודנה בהיקף בגובה מחצית ממה שהובטח או שירות איטי משהובטח, כל אלו יהפכו את הלקוח ל"לקוח חד פעמי לא מרוצה" האם הדבר עולה בקנה אחד עם שאיפותיו של איש המכירות או שאיפותיה של החברה המספקת? אני בספק. לקוח שאינו מרוצה לא די שלא יספק קשרים לקוחות נוספים עבור אותו איש מכירות (לידים) אלא שיטרח וילכלך את שמה של החברה בכל פורום שבו ישתתף. איני נוהג לצטט אמרות נדושות אך בדיוק במקום הזה הנכון הוא לצטט את המשפט: "לקוח מרוצה מספר ל - 10 לקוחות פוטנציאליים, בעוד שלקוח שאינו מרוצה מספר ל - 100 לקוחות פוטנציאליים" - האם תיקחו את הסיכון הזה?....

לקוח שאינו מרוצה יגרום לאובדן זמן רב מצידה של החברה המספקת, בדקו בעצמכם כמה זמן אתם משקיעים מול חברה כאשר מוצר מתגלה כלקוי וזכרו כי גם עבור החברה המדובר בזמן רב של מחלקת לקוחות, של הדרג המנהל וכו'. לקוח שאינו מרוצה רשאי - בתנאים מסוימים ועל-פי חוק - להחזיר המוצר או להחליפו, דבר זה הינו בלתי נסבל עבור החברה המספקת ועבור אותו איש מכירות הדבר מהווה פגיעה משמעותית בפרנסתו.

מדוע אם-כן אני טוען כי מכירות קטנות-בינוניות הן המכירות הנכונות? כי במכירות מהסוג הזה ניתן לשלוט בצורה מבוקרת על שביעות הרצון הלקוח ולהפכו ל"לקוח קבוע מרוצה לאורך זמן" האם לא זו הייתה המטרה שלכם?

איני טוען שצריך לוותר על מכירות גדולות ללקוחות מהרגע הראשון, אני טוען שהמטרה להפוך "לקוח פוטנציאלי" ל"לקוח קבוע מרוצה לאורך זמן" היא המטרה החשובה האמיתית גם אם המכירה הראשונה הייתה מכירה קטנה יחסית מהיעד המבוקש. אגב במדינה כמו ישראל שבה לממד האישי חשיבות רבה מאוד מי שידע להפוך לקוחות פוטנציאליים ללקוחות אמיתיים שלו ויידע לטפח אותם ולאורך זמן יזכה בכל הקופה: אנשים מרוצים שהיחסים עמם אישיים וברמה גבוהה מסכימים לעשות מאמצים רבים בחיבור בינכם ובין לקוחות נוספים אשר יגיעו דרכם.

דבר נוסף... אנו בחברת Maker-Money העוסקת בגיוס, מיון, ליווי והדרכת אנשי מכירות ונותני שירות ובעלי ניסיון מעשי רב, מלווים כבר שנים רבות לקוחות רבים. אחת המסקנות אשר חוזרת על עצמה היא כי אנשי המכירות המתמידים לאורך השנים מגיעים לרמת יחסים גבוהה עד כדי כך שהלקוח סומך עליהם כמעט בעיניים עצומות. לקוח מהסוג הזה כך עולה מבדיקה שעשינו דואג לייצר לפחות 6 קשרים איכותיים לאורך השנים עבור איש המכירות שלו. עבור אותם אנשי מכירות מתמידים המשמעות היא לקוח מניב לאורך זמן. מה עוד צריך איש מכירות?.

מילות חיפוש נוספות שלקוחות שלנו מתעניינים בהן:

[גיוס כוח-אדם, גיוס כוח אדם, גיוס כח אדם, מיון כוח-אדם, מיון כוח אדם, מיון כח-אדם, מיון כח אדם](#),  
[כח אדם](#),  
[כח-אדם, ליווי כח אדם](#),  
[כוח-אדם, הדרכת כוח אדם, הדרכת כח-אדם, הדרכת כח אדם](#),  
[, אימון כוח-אדם, אימון כוח אדם, אימון כח-אדם, אימון כח אדם](#)