

Za kupca naredite tudi tisto, česar od vas ne pričakuje

Imeti zgolj zadovoljne stranke je v današnjih časih premalo; za dolgoročen uspeh potrebujete navdušene kupce

MATEJ PETERNELJ
matej.peternelj@finance-on.net

Ne "zgolj" zadovoljni, temveč navdušeni kupci vas bodo priporočali svojim prijateljem in znancem, pri vas bodo kupovali pogosteje in se ne bodo pogajali o ceni. Če vam bodo poslali zahvalno pismo, ga boste lahko koristno uporabili pri pridobivanju novih strank. Poleg tega pa vas bodo vedno znova motivirali za nove dosežke.

Oblikujte ponudbo v skladu s potrebami kupcev

O tem, kako uspeti pri prodaji storitev, smo v Financah (št. 29) že pisali, kako do navdušenih kupcev, pa bomo ob izkušnjah z delavnice podjetja Uspeh.com razložili danes. Kot razlaga Robert Rolih, direktor Uspeh.com, je prvi korak na poti do navdušenih kupcev, da je vaša ponudba oblikovana skladno s potrebami in željami kupcev. Te je možno ugotoviti z anketiranjem (telefonskim, osebnim, pisnim, prek e-pošte) ali drugimi trženjsko-raziskovalnimi prijemi, koristne namige pa je mogoče dobiti tudi pri običajnem klepetu z osebami, ki bi lahko bili naši kupci.

Nujne so nenehne izboljšave in novosti

Pri ponudbi svojih storitev upoštevajte, da vaše stranke od vas zahtevajo nenehno izboljševanje in dodajanje no-

vih storitev in izdelkov, s katerimi jih vedno znova presenetite oziroma zbudite njihovo zanimanje. "Ni treba uvajati popolnoma nove storitve, lahko samo izboljšate obstoječe," poudarja Rolih. Neko podjetje, ki se ukvarja z vodoinstalaterskimi deli, je denimo svoje zaposlene obulo v posebne oblažinjene čevlje, ki ne poškodujejo tal v stanovanju. Za podjetje je to zelo majhen strošek, stranke pa so vedno znova navdušene.

stranke pa so navdušene.

Primerjajte se z najboljšimi

Proučite, kako izdelke in storitve ponuja vaša neposredna konkurenca, ne spreglejte pa tudi drugih odličnih podjetij. Kupci si namreč standarde kakovosti ustvarjajo vsak dan.



PIRAMIDA TIPOV KUPCEV

Ker so nekeje hitro in kakovostno postreženi, to pričakujejo tudi od vas, čeprav je vaša ponudba popolnoma drugačna. Preverite vse situacije, ko je kupec v stiku z vašim podjetjem, in jih skušajte izboljšati, zamisli za izboljšave pa poiščite zunaj svoje panoge, saj se boste tako najučinkoviteje ločili od neposredne konkurence.

Kupci se morajo počutiti pomembne

Ne pozabite, da ljudje tako v zasebnem kot v poslovnem življenju iščejo pristne človeške odnose. Kupci mora-

rušijo neizpolnjene obljube in počasnost zaposlenih, zato premislite, kako dolgo mora stranka čakati, da ji opravite storitev, odgovorite na klic ali e-pošto ter pošljete ponudbo. Pri vseh postopkih se zato skušajte na kupčeve potrebe odzivati kar se da hitro.

Svetujte kupcu, tudi če ne bo ničesar kupil

Možna stranka, ki ji danes nesebično ponudite informacijo, bo jutri lahko postala vaša zvesta stranka. Ne obravnavajte kupca, ki trenutno samo išče informacije, kot nujno zlo. Danes kupci poizvedujejo pri več ponudnikih, preden se odločijo za na-

PO KORAKIH DO NAVDUŠENIH KUPCEV

1. Oblikujte ponudbo, skladno s potrebami kupcev.
2. Nenehno uvajajte izboljšave in novosti.
3. Primerjajte se z najboljšimi.
4. Vaši kupci naj se čutijo pomembne.
5. Bodite hitri in odzivni.
6. Svetujte kupcu, tudi če ne bo ničesar kupil.
7. Priskočite na pomoč, čeprav tega od vas ne pričakujejo.

jo čutiti, da so pomembni in da ste si zanje vzeli čas. Danes ima zato že skoraj vsako resno podjetje vzpostavljen sistem CRM (customer relationship management), ki omogoča natančno evidenco poslovanja z določenim kupcem. Spoznajte tudi njegovo zasebno življenje in si te podatke (denimo datum rojstva) skrbno shranite v bazo podatkov. Ob njegovem rojstnem dnevu ga boste tako lahko navdušili z drobno pozornostjo.

Hitrost in odzivnost

"Vaše poslovanje mora postati za kupca popolnoma predvidljivo, saj vam tako kupci bolj zaupajo," poudarja Rolih. Zavedajte se, da je zaupanje krhko, saj je dolgoletni trud lahko uničen v zelo kratkem času. Zaupanje zlasti

kup. Če ste bili z njimi zelo prijazni, je velika verjetnost, da se bodo vrnili.

Vedno pomagajte svojim kupcem

Da bi si pridobili popolnoma zveste stranke, bodite vedno pripravljeni priskočiti na pomoč. "Strankam naredite tudi tiste usluge, ki jih običajno ne pričakujejo od vas," pravi Robert Rolih, ki pri tem navaja primer očeta, ki je za zelo bolnega sina iskal poseben letalski prevoz v oddaljeno bolnišnico. Samo ena turistična agencija se je potrudila in v nekaj urah poiskala prevoznika oziroma organizirala letalski prevoz do bolnišnice in tudi nazaj. Verjetno ni treba posebej poudarjati, s katero turistično agencijo od tedaj potuje oče.



Vabimo vas na sedmi Borzni fokus, ki bo v Ljubljani, v dvorani SKB pod Ljubljansko borzo, 12. marca 2003, med 15.00 in 20.00

Nadzor kapitalskega trga, razvoj trga obveznic in dokapitalizacija

Naš gost bo minister dr. Dušan Mramor.



Finance

* Informacije in prijave po telefonu 01/30 91 470 in faksu 01/30 91 505. Prijavnica je na voljo tudi na spletni strani www.finance-on.net/bf.