



Articolul nr.48 (Articol 4/2006)

Câteva erori de lucru ale distribuitorilor MLM

de Dan Marius Dumitraș

În practica MLM, se întâlnesc adeseori distribuitori care greeșesc în maniera lor de lucru, perpetuând la nesfârșit unele erori de tehnica vânzării. Din acest motiv, rezultatele lor sunt foarte slabe și fenomenul de atriție se instalează rapid în rețelele de colaboratori.

Vânzarea produselor prin prezentarea avantajelor și caracteristicilor tehnice

Una dintre cele mai eronate interpretări a noțiunii de vânzare directă este prezentarea primordială a avantajelor și caracteristicilor produselor.

Această tehnică de vânzare este depășită în zilele noastre, deoarece este adus prematur în discuție *prețul de vânzare*. S-a constatat că, indiferent de natura produsului, de valoarea sau dimensiunea sa, prima întrebare a clientului, după prezentarea avantajelor și caracteristicilor produsului, va conține cel puțin o obiecție.

Soluția: explorarea necesităților clientului și armonizarea acestor necesități cu avantajele produsului și a planului de afaceri a companiei pe care o reprezentați. Practic, acest lucru se face în faza de demonstrare a caracteristicilor produsului, în fața clientului.

Entuziasmul premeditat

Afișând din prima clipă un entuziasm debordant în fața clienților, vă îndreptați cu pași siguri către un refuz prematur.

Expresiile exagerate, de genul, “*afacere extraordinară*”, “*ocazie fantastică*”, “*salvarea vieții tale*”, alături de o expresie facială hilară, reprezintă cele mai sigure motive de respingere din prima clipă. În general, începătorii neinițiați se comportă artificial

în fața oamenilor, greșind radical, astfel că par ridicoli și neprofesioniști.

Soluția: pentru evitarea acestor situații, încercați să prezentați oferta dvs. în termeni normali, fără accente teatrale și cât mai apropiat de auditoriu. Entuziasmul va veni odată cu primele rezultate.

Lipsa de concentrare asupra necesităților prospectanților

Vânzare în MLM înseamnă în esență rezolvarea problemelor prospectanților, nu prezentarea produselor și a afacerii. Dacă vă îndoiiți de acest lucru, gândiți-vă la ce se poate întâmpla când prezentați din prima clipă produsele și afacerea, fără să faceți o introducere referindu-vă la necesitățile celor care vă ascultă. Oricât de calificat ar fi un om pentru afacere, el nu se va entuziasma ascultându-vă prezentarea, în timp ce este preocupat de problemele sale personale.

Soluția: puneți câteva întrebări la obiect și explorați necesitățile oamenilor. Armonizați prezentarea cu dorințele și visele lor.

Prezentarea neorganizată

Majoritatea distribuitorilor nu agreează vânzarea. Nu le place, pentru nu știu ce să spună. Le este frică de clienți și de refuzul lor. Mai mult, ei nu știu ce să răspundă la eventualele obiecții.

Nu este suficient să cunoști perfect produsele, afacerea și să fii entuziasmat de ceea ce faci în MLM. Distribuitorii de succes cunosc tainele unei prezentări organizate, practicând un sistem profesional de vânzare directă. Ei știu să îmbine demonstrațiile cu discuțiile la obiect, știu să întrebe și mai ales să asculte răspunsurile. Ei știu să citească gândurile din spatele obiecțiilor, astfel ca să ajungă la o decizie finală.



Soluția: Construirea unei prezentări structurate și organizate, ca prim pas pentru formarea unei rețele de marketing de succes.

Convorbirile telefonice “reci”

Una din cauzele eșecului în MLM este convorbirea telefonică lipsită de personalitate, oficială sau cu un ton “rece” în glas. De ce? Din două motive:

1. Convorbirea telefonică este o sursă de stres în MLM, datorită anticipării respingerii ofertei.
2. Intervine rutina în practicarea convorbirilor la telefon, ceea ce duce uneori la apăsarea entuziasmului necesar.

Soluția: atragerea clienților prin înlăturarea ideilor de respingere și obligație de a chema pe cineva la telefon. Pentru a proceda astfel, trebuie să vă formați un stil propriu de a discuta la telefon, să dați o notă de “căldură” convorbirii, să apelați numai la persoane optimiste, să urmăriți și să continuați o discuție telefonică atât cât este necesar, să folosiți materiale auxiliare (scrisori, buletine de informații, rapoarte, e-mail, video/audio-mesaje, etc.) pentru a completa convorbirile inițiate. Într-un cuvânt, trebuie să folosiți **puterea atracției** în timpul unei convorbiri.

Recrutarea fără selectarea celor calificați

Calificarea prospectanților pentru a fi recrutați se învață pe parcursul seminariilor de instruire și din practica distribuitorilor avansați. Punctul principal al acestei instruirii se axează pe modalitățile de descalificare a persoanelor nemotivate și dezinteresate de ofertă.

Majoritatea distribuitorilor greșesc atunci când își pierd timpul cu orice persoană care le apare în cale. Ei nu știu să selecteze persoanele serioase, motivate și

dornice de o afacere independentă. Rata eșecurilor crește pe măsură ce procedează la fel, ajungând să se demotiveze ei înșiși până la urmă.

Soluția: însușirea metodelor de calificare a prospectanților, odată cu învățarea etapelor unei prezentări. Apelând la aceste tehnici de lucru, care conțin câteva întrebări preliminare, vă protejați în fața apariției unor distribuitori neserioși și economisiți timp. Întrebările se referă la seriozitatea cu care privesc oferta, la motivele pentru care doresc să facă o afacere și la necesitățile lor financiare.

Concluzii pripite și prea dese

Obiceiul de a trage concluzii prea devreme sau de prea multe ori, în urma unei discuții, “taie” elanul interlocutorilor.

Soluția: Învățați să ascultați.

Activitatea dezorganizată

Dacă întrebați distribuitorii dvs. câte convorbiri telefonice au avut în ultimele 3 luni sau câte prezentări au făcut, puțini știu cu exactitate.

Activitatea dezorganizată, fără înregistrarea tuturor acțiunilor, duce la o rentabilitate scăzută în final, deoarece câștigurile obținute nu acoperă întotdeauna efortul depus. Evidența propriei activități este cea mai bună formă de supraveghere a rentabilității afacerii.

Soluția: însușirea tehnicilor de management a timpului și a activităților în MLM, participarea la seminarii de instruire și aplicarea principiilor în practică.

Pe curând,

D.M.D