

**JEŚLI POTRZĘBUJESZ SZYBKIEGO PODNIESIENIA WYNIKÓW SPRZEDAŻOWYCH, UNIKAJĄC DŁUGICH PROCESÓW DECYZYJNYCH, KOLEJNYCH NIEZAKOŃCZONYCH NEGOCJACJI I POZYSKIWANIA WIELU NOWYCH KLIENTÓW, ZASTANÓW SIĘ, JAK W TWOIM PRZYPADKU ZASTOSOWAĆ CROSS I UP-SELLING.**

Cross-selling, czyli sprzedaż krzyżowa – to proponowanie produktów, które uzupełniają ofertę główną.

**NAJLEPSZYM MOMENTEM NA ZASTOSOWANIE CROSS- SELLINGU, JEST CHWILA, GDY KLIENT PODJĄŁ DECYZJĘ O GŁÓWNYM ZAKUPIE, ALE JESZCZE NIE SFINALIZOWAŁ TRANSAKCJI.**

No dobrze. Ale dlaczego klient miałby być zainteresowany droższym rozwiązaniem? Odpowiedź jest prosta: dla uzyskania dodatkowych korzyści i podniesienia wartości kupionego rozwiązania.

Aby Cross Selling miał szansę zaistnieć – po pierwsze trzeba mieć uzupełnienie dla głównego produktu, które podniesie jego wartość i użyteczność – po drugie trzeba umieć to klientowi odpowiednio przedstawić.

## **JAK TO ZROBIĆ, CZYLI SPOSOBY NA ZASTOSOWANIE CROSS-SELLINGU:**

### **1. RADA I ROZWIĄZANIE**

Daj klientowi dobrą radę. Zaprezentuj mu praktyczną wiedzę o dodatkowym rozwiązaniu, które zwiększy jego zadowolenie z dokonywanego zakupu.

Przykład:

Klient podjął decyzję o zakupie aparatu fotograficznego.

**Handlowiec:**

***Do tego modelu aparatu pasuje niewiele uniwersalnych pokrowców. Mam jednak taki, który idealnie pomieści aparat i wszystkie potrzebne akcesoria. Podać Pani od razu?***

### 2. PYTANIE, ODPOWIEŹ I ROZWIĄZANIE

Zadaj klientowi dodatkowe pytanie o jego potrzeby. W zależności od odpowiedzi możesz zaproponować usługę lub produkt, które świetnie uzupełnią podstawową transakcję.

Przykład:

Klient zdecydował się na kredyt hipoteczny.

**Handlowiec: Zależy Panu na tym, żeby w razie utraty pracy, ubezpieczyciel przejął na jakiś czas spłatę rat Pana kredytu?**

Klient: To ciekawe. Na czym to polega?

**Handlowiec: Jest to dodatkowe ubezpieczenie, które chroni Pana w razie utraty źródła dochodu. Co Pan na to?**

### 3. HISTORIA + OSTRZEŻENIE + ROZWIĄZANIE (PROPOZYCJA)

Opowiedz Klientowi historię, w której coś nie poszło tak. Dobrze, żeby w tej historii był bohater (Ty lub Twój Klient), sytuacja podobna do sytuacji Twojego obecnego Klienta i konsekwencje, które poniósł bohater. Następnie pokaż w jaki sposób można uniknąć takiego scenariusza.

Przykład:

Klient właśnie zdecydował się na usługę windykacji.

**Handlowiec: Niedawno miałem Klienta, który miał do odzyskania ponad 500 tysięcy złotych. Okazało się, że już nie bardzo jesteśmy w stanie mu pomóc, bo firma ogłosiła upadłość i sprawa bardziej nadawała się na drogę sądową. Najgorsze było to, że Klient mógł się ustrzec przed taką sytuacją, bo już w momencie rozpoczęcia współpracy jego dłużnik miał kłopoty finansowe. Mamy możliwość zrobić taki wywiad o potencjalnym kliencie, z którym Pan zamierza nawiązać współpracę. Dzięki temu nie dojdzie więcej do podobnych sytuacji jak ta mojego Klienta. Co Pan myśli o tym, żebyśmy sprawdzili dla Pana potencjalnych klientów?**



# SZKOLENIE

## CROSS I UP SELLING – gdy potrzebujesz szybkiego zwiększenia sprzedaży

### 4. ZAŁOŻENIE I POZORNY WYBÓR

Ten sposób polega na założeniu, że skoro Klient kupuje jakiś produkt/usługę, to będzie musiał kupić do tego dodatek. Daj Klientowi wybór dodatku, który zakupi.

Przykład:

Klient kupił właśnie ekspres do kawy.

**Handlowiec: Z pewnością będzie Pan też kupował środki do czyszczenia ekspresu. Podam od razu odkamieniacz, tylko czy woli Pan w płynie czy w tabletkach?**

### 5. PORÓWNANIE I ROZWIĄZANIE

Przedstaw Klientowi różne rozwiązania odpowiadające na jego potrzeby. Porównaj dwie, trzy opcje i wskaż, że droższa spełnia oczekiwania Klienta bardziej niż tańsza.

Przykład:

Klient zamierza kupić telefon.

Handlowiec: Wspomniał Pan, że będzie to telefon dla Pana pracownika – handlowca.

Klient: No tak.

**Handlowiec: W takim razie polecam zainwestować w lepszy model tej firmy. Wszystkie parametry, na których Panu zależało są w nim zawarte, a dodatkowo model ma bardziej pojemną baterię, która pozwoli rozmawiać pracownikowi około 2 godziny dłużej każdego dnia.**

## 6. PYTANIE O POTRZEBĘ, ODPOWIEDŹ I ROZWIĄZANIE

W trakcie prowadzonej rozmowy zadaj pytania dodatkowe, na które później możesz przedstawić rozwiązania.

Przykład:

Handlowiec: Zależy Państwu na tym, żebyśmy załatwili za Państwa wszystkie formalności?

Klientka: Prawdę mówiąc tak, nie chce mi się biegać po urzędach i wypełniać tony dokumentów.

**Handlowiec: Mam więc propozycję, żebyśmy za dodatkowe 99 zł zrobili wszystko za Państwa. Jediną Państwa rolą będzie złożenie podpisu na pełnomocnictwie.**

## 7. PYTANIE Z KORZYŚCIĄ

Zadaj klientowi pytanie, w którym od razu zawarta będzie korzyść.

Przykład:

Klientka kupuje samochód.

**Handlowiec: Zależy Pani na tym, żeby w momencie, kiedy wyciąga Pani zakupy z bagażnika, zamykał on się automatycznie? To duże ułatwienie. Co Pani na to?**

**KLUCZEM DO STOSOWANIA METOD UP I CROSS-SELLINGU JEST TO, ŻEBY DAWAŁY ONE KLIENTOWI REALNIE WIĘKSZĄ WARTOŚĆ. NIE PRÓBUJ TEGO, JEŚLI TWOIM ZADANIEM MA BYĆ TYLKO „WCIŚNIĘCIE” KLIENTOWI DODATKOWYCH NIEPOTRZEBNYCH OPCJI.**