

KAUPAN PÄÄTTÄMINEN

**69 TAPAA PÄÄTTÄÄ
KAUPPA JA SAADA TI-
LAUS**

HEIKKI MATIAS LUOMA

Sisällys

Lukijalle	6
Kaupan päättämisen merkitys	7
Tutkimustuloksia	7
Erilaiset päättämistekniikat	8
Kaupan päättäminen käytännössä	8
1-2-3 -päätos	9
Anna ja ota -päätos	10
Arvokas asiakas -päätos	11
Asiakaslausuntopäätos	12
Asiakaspalvelupäätos	13
Bonuspäätos	14
Demonstraatiopäätos	14
Ehdollinen päätos	15
Ei hässäkkää -päätos	16
Epäilypäätos	16
Henkilön vaihto -päätos	17
Hintalupauspäätos	18
Huumoripäätos	19
Häiriöpäätos	20
Häpeäpäätos	20
Järkipäätos	21
Kalenteripäätos	22
Kannattavuuspäätos	22
Kiirepäätos	24
Kiltti päätos	24
Kiusaantuneisuuspäätos	25
Kohteliaisuuspäätos	26

Koiranpentupäätös	27
Kokeilupäätös	28
Koskaan ei ole hyvä aika -päätös	29
Kultainen silta -päätös	30
Kumppanipäätös	31
Kyllä-kyllä -päätös	32
Kysyn pomolta -päätös	33
Kädenpuristus päätös	34
Käsityö päätös	34
Laatupäätös	35
Laskin päätös	36
Lisätietopäätös	37
Lykkäys päätös	37
Mahdollisuuksien kustannus -päätös	39
Miettimispäätös	40
Myönnytys päätös	41
Myötätuntopäätös	41
Nyt tai ei koskaan -päätös	42
Odotushuone päätös	43
Oletus päätös	44
Omistajuuden hinta -päätös	45
Omistajuus päätös	45
Ostoslistapäätös	46
Palkitsemispäätös	47
Paras aika -päätös	48
Pelasta maailma -päätös	49
Pikkupäätökset	49
Päivittäiset kustannukset -päätös	50
Samankaltaisuus päätös	51
Seurustelupäätös	52
Sulkupäätös	53
Taloudellinen päätös	54
Toistopäätös	55
Tuleva päätös	56

Tulipalopäätös	56
Tuloslaskelmapäätös	57
Tunnepäätös	58
Tyhjän tarjouksen päätös	59
Uhkavaatimuspäätös	59
Uudelleen kokeilu -päätös	60
Vaihtoehtopäätös	61
Valikoitu kuurous -päätös	62
Vastakkaispäätös	62
Yhteenvetopäätös	63
Yksinoikeuspäätös	64
Älypäätös	65
Jälkilause	66
Lähteet	67



Kaupan päättäminen



Heikki Luoma
Actional Oy
Hepokalliontie 2
00850 Helsinki
www.actional.fi
heikki.luoma@actional.fi
puh. 040 5509200

©Actional Oy 2012

Lukijalle

Kaupan päättäminen on ehkä suosituin myyntikirjallisuuden aihe. Neil Rackham mainitsee kirjassaan Spin Selling kustantajan, joka ei julkaise myyntiä käsittelevää kirjaa, jos kirjan nimessä ei ole sanaa closing.

Kaupan päättäminen - englanniksi closing - on selvästi asia, jota pidetään tärkeänä kaupan saamiselle.

Toisaalta kaupan päättämisen tekniikat ovat temppuja ja kikkoja, jotka luovat negatiivista ilmapiiriä myynnin ja myyjien ympärille.

Monen vuoden ajan toimiessani väliaikaisena ja osa-aikaisena resurssina yritysten ylärivin eli liikevaihdon kehittämisen alueella, olin ajatellut aika ajoin kirjoittavani kaupan päättämisen tekniikoista.

Sitten löysin David Strakerin Changing Minds -sivustolta (<http://changingminds.org/>) Davidin laatiman hyvän luettelon erilaisista päättämistekniikoista. David antoi ystävällisesti luvan kääntää ne suomeksi.

Käännös ei mielestäni kuitenkaan ole täysin riittävää. Kaupan päättäminen on tietoa.

Kokemukseni mukaan suurin pulma myyntitoiminnassa on muuttaa tieto osaamiseksi ja vielä sellaiseksi osaamiseksi, joka tuottaa tulosta.

Siksi haluan täydentää päättämistekniikoiden luetteloa tutkimustiedolla, muiden kirjoittajien lausumilla ja oman kokemukseni pohjalta.

Toivon että onnistun.

Tämä opas on minusta toteuttanut tehtävänsä kun saat idean, jota sovellat omassa työssäsi ja se tuottaa tuloksia sinulle.

Kaupan päättämisen merkitys

Kaupan päättämisessä on kyse siitä, että myyjä pyrkii saamaan asiakkaan sitoutumaan ostamiseen. Kyse on siis mahdollisen asiakkaan sitoutumisesta ostamaan.

Havaitset että esimerkit päättämistekniikoista koskevat ostamisesta päättämistä, mutta älä anna sen rajoittaa sinua.

Voit aivan hyvin käyttää päättämistekniikoita kaupan edistämiseen. Edistäminen merkitsee sitä, että asiakas sitoutuu tekemään jotakin, joka vie kaupan lopullista toteutumista kohti.

Kaupan toteutumista edistäviä asioita voivat olla mm tapaamisaikojen, demojen, testausten, koekäyttöjaksojen, sopimusehtojen, maksuaikojen sopiminen.

Päättämistekniikoiden tarve riippuu käyttämästäsi myyntiprosessista. Kun kyseessä on yhden henkilön päätös, tuote on helppo ja nopea esitellä kattavasti ja kyse on kertakaupasta, painottuvat myynnissä kaupan päättämisen tekniikat. Se on luonnollista, koska voit saada kaupan yhdellä istumalla.

Kun myytävä tuotteen tai palvelun ostaminen edellyttää monen ihmisen päätöstä tai vaikuttamista päätökseen, myytävä tuote on vaikeaselkoinen ja kaupan syntyminen johtaa pitkäaikaiseen asiakassuhteeseen, kaupan päättämisen tekniikat ovat toissijaisia varsinaisen kaupan solmimisen kannalta. Voit kuitenkin käyttää kaupan päättämisen tekniikoita kaupan toteutumisen edistämiseen.

Yksinkertaistettuna edellä mainittua voi kuvata näin:

Kun kyseessä on kertakauppa, myytävä tuote tai palvelu on yksinkertainen ja yksi henkilö päättää, painopiste on kaupan lopullisessa päättämisessä.

Kun kyse on asiakassuhteesta, myytävä tuote tai palvelu on monimutkainen ja päätökseen vaikuttavia henkilöitä on useita, painopiste on kaupan saamisen edistämässä.

Tutkimustuloksia

Mitä suurempi asiakkaan tekemä päätös on, sitä heikommin päättämistekniikat toimivat. Päättämistekniikoiden käyttö jopa haittaa kaupan saamista. Asiakas voi tunnistaa tempun.

Hän saattaa ajatella haluaako hän todella ryhtyä suhteeseen painostavasti päälleikävän myyjän kanssa.

B2b myynnissä yhä enemmän asiakkaan puolella on ostotiimejä. Ne ovat usein epävirallisia. Kuitenkin monen henkilön osallistuminen ostamiseen tekee myynnistä monimutkaisempaa ja päättämistekniikoitten käytöstä paljon hankalampaa kuin myydessä yhdelle henkilölle.

Päättämistekniikoiden täydellinen puuttuminen johtaa toisaalta myös huonoihin myyntituloksiin tutkimusten mukaan. Käytä jotain sopivaa tekniikkaa kerran keskustelun aikana haluamasi päätöksen aikaansaamiseen.

Usein kauppaa ei voi sopia yhdessä keskustelussa. Myyjän kannattaa pyrkiä päätökseen, jossa asiakas sitoutuu tekemään jotain, joka vie kauppaa eteenpäin.

Tutkimusten mukaan pientä kauppaa kannattaa yrittää päättää usein. Kannattaa viljellä useita päättämistekniikoita myyntikeskustelun aikana.

Tarkemmin tutkimustuloksista on Neil Rackhamin kirjoissa Spin Selling ja Spin Selling Fieldbook.

Erilaiset päättämistekniikat

Kaupan päättämistekniikoilla on usein nimet. Ehkä kaikkein tunnetuimmat nimet ovat vaihtoehtopäätös [Alternative Close], oletuspäätös [Assumptive Close], myönnytyspäätös [Half Nelson], ja tuloslaskelmapäätös [Duke of Wellington Close, Abraham Lincoln Close, Ben Franklin Close]

Päättämistekniikoita on oikeastaan satoja erilaisia ja suurin osa on toistensa variaatioita. Päättämistekniikoita markkinoidaan antamalla isoja lupauksia tekniikoitten tehosta. Niihin on suhtauduttava varauksin.

Mistään muusta myymisen osa-alueesta ei ole kirjoitettu enempää kuin päättämistekniikoista. Itse asiassa kaupan päättäminen on ollut suosituin myyntikirjojen aihe. Haulla closing sales Amazonin kirjakaupasta löytyy 6511 nimikettä.

Kaupan päättäminen.. käytännössä

Myyntikeskustelussa on oltava tietoinen siitä mitä tekee. Et voi menestyksellä apinoida päät-

tämistekniikkaa ulkoa vaan sinun on tehtävä tekniikka ”omaksesi”. Sellaiseksi joka sopii sinun työhösi, sinulle, asiakkaillesi ja tuotteeseen ja palveluun jota myyt.

Tekniikka ei saa olla pakkomielle eikä hallita keskustelua.

Tutustu tämän oppaan päättämistekniikoihin.

Mieti mitä voit oppia niistä. Osa tekniikoista on tuiki tavallisia ja täyttävät normaalit moraaliset koodistot. Osa on sellaisia, joilla pyritään manipuloimaan asiakasta. Ne voivat väärin käytettyinä olla haitallisia pyrkimyksellesi luoda luotetun myyjän kuvaa.

Kokeile ja käytä jotain, joka parantaa myyntikeskusteluasi, mutta ole varovainen, ettet liiallisella tai väärällä käytöllä tuhoa kaupan mahdollisuuksi.

Esimerkki kovasta myyntikokouksesta on elokuvassa Glengarry Glen Ross. Pääkonttorin pomo, jota esittää Alec Baldwin saapuu preppaamaan myyntitiimiä. ABC = always be closing. Päättää kauppaa koko ajan on pomon neuvo.

Elokuva on tässä linkissä: <http://www.youtube.com/watch?v=OWCcKIkMp8Y>

Tässä oppaassa on yksi päätös, joka sopii jokaiselle myyjälle. Se päätös on nimeltään kiltti päätös. Se on niin kiltti, ettei sen käyttämisestä ole haittaa asiakassuhteelle. On luonnollisesti käytettävä tervettä järkeä päätöksen ajoituksen suhteen.

Kaupan päättämisen sijasta, joka on vähänkin monimutkaisessa kaupassa vaikea saada yhdessä myyntikeskustelussa, on hyvä pohtia mikä on sellainen asia, johon asiakas voi sitoutua ja joka edistää kaupan saamista. Vie kauppaa lähemmäs toteutumista.

Oman näkemykseni on, että ellei asiakas sitoudu tekemään mitään kaupan edistämiseksi, on myyntikeskustelu epäonnistunut. Ei riitä, että oli mukava keskustella asiakkaan kanssa. Konkreettinen sitoutuminen ja sitoumuksen täyttäminen ovat varmimmat merkit siitä, että kaupan toteutuminen etenee.

Opasta lukiessasi huomaat, että jotkut kaupan päättämisen tekniikat ovat myös markkinoinnissa käytettyjä keinoja. Voit saada idean yrityksesi markkinoinnin kehittämiseen.

1-2-3.-päätös

> Tekniikka

- > Tee yhteenveto kolmen ryhminä. Annamme sinulle tämän, tuon ja vielä sen.

- > Ne voivat olla tuotteen ominaisuuksia, hyötyjä tai tuotelisiä.
- > On kaksi tapaa. Ne kolme voivat olla joko täysin tai heikosti toisiinsa kytkeytyneitä, joka vahvistaa yhtä asiaa, tai ne voivat olla täysin toisiinsa kytkeytymättömiä, jolloin ne kattavat laajemman alueen.
- > Useimmat asiakkaat haluavat tuotteita, jotka ovat ilmaisia, täydellisiä ja saatavissa saman tien. Sitä vastaa kolmikko kustannus, laatu ja aika.
- > **Esimerkkejä**
 - > Tämä tuote on edullinen, nopeampi ja luotettavampi kuin kilpaileva tuote.
 - > Talot ovat paremman näköisiä, paremmin rakennettuja ja paremmin varusteltuja kuin muualla.
 - > Jos ostat tänään, annamme vakuutuksen, huollon ja tankillisen bensaa.
- > **Miten toimii**
 - > 1-2-3 päätös toimii kolmen periaatteella, missä kolme asiaa yhdessä toimivat yhdenmukaisena vastustamattomana viestinä.

Anna ja ota -pätös

- > **Tekniikka**
 - > Tarjoa jotain houkuttelevaa, sitten peruuta ja vedä se pois.
 - > Laita sitten asiakas työskentelemään saadakseen sen takaisin. Asiakas saattaa olla tarpeeksi epätoivoinen maksaakseen täyden hinnan.
- > **Esimerkkejä**
 - > Tässä on se mitä etsit. Oho, hetkinen, se onkin varattu jollekin toiselle ... Ok, jos voit maksaa heti käteisellä, voin ehkä hankkia uuden ajoissa toiselle asiakkaalle.
 - > Hyvä naiset ja herrat, maksaisitteko 20 tästä perunan kuorimesta? Tietenkin maksaisitte ja moni on maksanut, mutta en anna sitä sillä hinnalla. En vielä. Pistän mukaan veitsen ja omenaporan,

*Markkinoilla ja tori-
myynnissä käytetään
usein tätä menetelmää.*

molemmat arvoltaan 15 ja pyydän vain 25 koko paketista. Minulla on vain muutama jäljellä, kuka ottaa ne? Kiitos rouva. Tässä yksi herralle...

> Miten toimii

- > Kun ihminen näkee jotain haluttavaa, hän alkaa psykologisesti tekemään päätöstä. Jo huomion kiinnittäminen luo heikon omistajuuden tunteen. Ottaessasi tuotteen pois, vaikutat henkilön hallinnan tarpeeseen siten, että hän todennäköisesti taistelee vastaan. Kuvaannollisesti yrittäen ottaa takaisin sen mikä on hänen.
- > Niukkuusperiaatteen mukaan ihmiset haluavat sellaista, jota on vähän saatavissa ja mitä niukempaa saatavuus on, sitä enemmän he haluavat sitä.

Arvokas asiakas.-päättös

> Tekniikka

- > Keksi joku syy miksi asiakas on erityisen arvokas sinulle ja sitten tarjoa erikoistarjous. Voit tietenkin aloittaa korkealla hinnalla, joka luonnollisesti viestii tuotteesi korkeaa laatua.
- > Sano että asennus on esimerkkiasennus, jonka haluat kuvata referenssiksi esitteeseen ja tarjoa alennus vastineeksi.
- > Sano että tarvitse yhden kaupan päästäksesi kuukauden tavoitteeseen ja tarjoat siksi ylimääräisen alennuksen kaupan saamiseksi.
- > Soita myöhemmin asiakkaalle ja kerro olevasi myyntipäällikkö ja koska asiakas on niin tärkeä, voit antaa ylimääräisen alennuksen.

> Esimerkkejä

- > Sinulla on selvästi hyvä verkosto tällä alueella. Tuota, annan sinulle erikoisalennuksen, koska uskon, että vakuutat niin, että kerrot ystävillestä.
- > Päivää, olen aluemyyntipäällikkö XYZ:ssä. Talonne on parhaalla paikalla ja voin mennä hinnassa alemmaksi kuin myyjä, alkää kertoko hänelle, joten voimme alentaa hintaa saadaksemme teidät asiakkaaksi.

> Miten toimii

- > Arvokas asiakas -päättös toimii imartelemalla asiakasta uskomaan, että tarjoamasi alennus on suurempi kuin tavallisesti ja täten epätavallisen hyvä kauppa.

Asiakaslausuntopäättös

> Tekniikka

- > Käytä tyytyväistä asiakasta uuden asiakkaan vakuuttamiseen.
- > Näytä tyytyväisten asiakkaiden lausuntoja.
- > Jos käytät tyytyväisten asiakkaiden nimiä varmista, että saat käyttää niitä. Muuten on käytettävä nimettömiä lausuntoja kuten ”tyytyväinen asiakas Helsingistä” tai ”iso puhelinvalmistaja”.
- > Taivuttele tyytyväiset asiakkaat toimimaan referensseinä, joihin muut voivat ottaa yhteyttä. Palkitse tyytyväinen asiakas kiitoksin kuten kirjeellä, pienellä lahjalla tai alennuksella. Ole varovainen, ettei asiakas tunne, että hänet lahjotaan.

Asiakaslausunnot ovat yleisiä mm ohjelmistojen ja palvelujen myynnissä ja markkinoinnissa. Niitä käytetään myös kuluttajamarkkinoinnissa antamalla jonkun tuntemattoman tai julkisuuden henkilön asiakkaaksi mielletyn kehua tuotetta tai palvelua.

> Esimerkkejä

- > Saan säännöllisesti sähköpostia tyytyväisiltä asiakkailta. Tässä on niistä muutama.
- > XYZ Oy on meidän säännöllinen asiakkaamme.
- > Meillä on useita asiakkaita, jotka ovat mielellään referenssejä. Haluatko että järjestän käynnin heidän luonaan?

> Miten toimii

- > Asiakaslausuntopäättös toimii tarjoamalla todisteet luotettavasta lähteestä. Jos asiakas ei ole luottavainen, hän todennäköisemmin luottaa johonkin häntä itseään muistuttavaan.

Asiakaspalvelupäätös

> Tekniikka

- > Tapaamisen jälkeen, joka ei johtanut kauppaan, anna asiakaspalvelupäällikön soittaa. Selitä että se on normaalia seuranta myynnin asiakaspalveluhenkisyydestä.
- > Kysy myyjän käytöksestä, kohteliaisuudesta ja tiedoista. Se on itsessään arvokasta tietoa.
- > Kysy sitten syytä miksi asiakas ei ostanut. Saat tietoa, johon voit tarttua. Voit sanoa, että koska asiakas on ollut avulias, annat lisää alennusta tai jotain muuta.

> Esimerkki

- > Hyvää päivää. Olen XXX ja olen asiakaspalvelupäällikkönä XYZ:llä. Puhuitte myyjämme kanssa maanantaina. Panostamme asiakaspalveluun ja meillä on tapana säännöllisesti soittaa ja selvittää autammeko asiakkaita kaikin tavoin. Olisiko teillä hetki aikaa vastata muutamaan kysymykseen?
- > Ymmärrän miksi se tuntui kalliilta. Koska olette vastannut avuliaasti kysymyksiini, voin tarjota teille ylimääräisen alennuksen tänään.

> Miten toimii

- > Asiakaspalvelupäätös näyttää, että välität asiakkaasta, rakennat luottamusta ja sidettä asiakkaan ja asiakaspalvelupäällikön välille.
- > Saat lisäksi tietoa, jota voit käyttää myyntitekniikan hiomiseen ja vastaväitteiden käsittelyyn myynnissä.

Bonuspäättös

> Tekniikka

- > Kun asiakas on lähellä päätöstä, tarjoa jotain odottamatonta ja sellaista, jota ei ole pyydetty joka ilahduttaa asiakasta.
- > Se riittää, että asiakas sanoo jotain siihen suuntaan, että sepä hienoa.
- > Asiakas ilahtuu, koska saa enemmän kuin odotti.
- > Päätöstä kannattaa kokeilla ensin, koska osa ihmisistä saattaa alkaa pyytää lisää myönnytyksiä myyjältä.

> Esimerkkejä

- > Tänään on ollut hyvä päivä ja annan sinulle paristot ilmaiseksi.
- > Laitan mukaan yhden pyyhkeen.
- > Olet hyvä asiakas, joten emme veloita toimituksesta.

> Miten toimii

- > Bonus-päättös toimii eri tavoin. Se on houkutin. Kun asiakas päättää bonuksesta, päätös ohjaa päättämään myös pääasiasta.
- > Asiakas saattaa ajatella saavansa jotain ilmaiseksi ja pelätä, että menettää sen, ellei suostu kauppaan. Luot vaikutelman vaihdosta, koska annat asiakkaalle jotain.

Demonstraatiopäättös

> Tekniikka

- > Jos mahdollista, tee näyttävä tuotteen käytön esittely.
- > Parasta on tehdä se tapaamisen yhteydessä, mutta kun se ei ole mahdollista, nettikokous ja video käyvät.

Yleinen mm. ohjelmistojen kaupassa, jolloin asiakkaalle näytetään miten ohjelmisto toimii.

- > Anna asiakkaan kokeilla ja saada itse selville tuotteesi ominaisuudet ja edut.

> Esimerkkejä

- > Myyn luotiliivejä. Anna kun näytän miten ne toimivat.
- > Et usko tätä. En minäkään uskonut ennen kuin kokeilin. Katso tätä.

> Miten toimii

- > Demonstraatio -päättös toimii antamalla todisteita, joita asiakas ei voi kieltää. Tuotteen käytön kokemusta ei voi voittaa puhumalla ja näyttämällä kuvia.
- > Jos asiakkaalla on ennakkokäsitys, ettei tuote toimi, on demonstraatio tehokas keino käsityksen muuttamiseen.

Ehdollinen päättös

> Tekniikka

- > Kun asiakas sanoo vastaväitteen, tee siitä ehto, jonka ratkaiseminen edellyttää ostamista.
- > Voit käyttää tätä myös vastakauppana. Jos haluat asiakkaan katsovan esittelyvideon, tarjoa kuppi kahvia.
- > Muotoile ”jos minä ... teetkö sinä...” eikä niin, että ”teetkö sinä... jos minä...” siksi, että ajatukset juoksevat nopeasti ja aloittamalla ”teetkö sinä” saa asiakkaan välittömästi miettimään vastaväitettä. Lisäksi ”jos minä...” auttaa saamaan aikaan psykologisen päätöksen ehdotuksestasi, joka vie kauppaa kohti lopullista päätöstä.

> Esimerkkejä

- > Sanot haluavasi punaisen. Jos soitan ja saan sellaisen, otatko sen nyt?
- > Jos saamme rahoituksen kokoon, niin otatko tämän?

> Jos tuon sinulle kupin kahvia, istutko alas ja katsot esitteet?

> Miten toimii

> Ehdollinen päätös käyttää vaihtoperiaatetta, jolla luodaan sosiaalinen sopimus, jos minä ratkaisen pulmasi, sinä ostat vastineeksi.

Ei hässäkkää -päätös

> Tekniikka

> Tee kaupan toteuttamisesta niin täydellisen helppoa, ettei mikään kauppaa estävä ajatus estä sitä.

> Täytä kaikki kaavakkeet. Tee kaikki paperityö.

> Laita mukaan toimitus, asennus ja käyttöönotto.

> Esimerkkejä

> Olen tehnyt kaiken paperityön ja sinun tarvitsee vain allekirjoittaa tähän.

> Se toimitetaan tiistaina, kun olette paikalla ja asennetaan valmiiksi.

> Miten toimii

> Ei hässäkkää päätös toimii olemalla niin helppo asiakkaalle, ettei mikään vaikeuksien ja hässäkän epäily karkota asiakasta ostamasta.

> Se rohkaisee asiakasta vastapalvelukseen myyjän tekemästä työstä.

Epäilypäätös

> Tekniikka

> Esitä epäily tuotteesta tai asiakkaan valmiudesta tuotteeseen, mutta tee se niin, että se on helppo kumota.

- > Anna asiakkaan olla eri mieltä, minkä vastaan paneva henkilö melkein aina tekee. Jos asiakas ei väitä vastaan, niin jatka vain tekemällä yhteenveto kaikesta siihen mennessä puhutusta.

> Esimerkkejä

- > En tiedä onko tämä tuote oikea sinulle.
- > En ole varma oletko valmis tähän. Vaikka se ... (käy läpi etuja).
- > Vaikka useimmat eivät tiedä miten tätä käytetään, ehkä sinä voit...

> Miten toimii

- > Epäilypäätös tyhjä asiakkaan epäilyt. Kun sanot itse epäilyn ääneen, ei asiakkaan tarvitse itse ajatella niitä. Asiakas alkaa luottamaan ja hyväksyy helpommin muita asioita.

Henkilön vaihto -päätös

> Tekniikka

- > Kun tulet lähelle päätöstä tai kun on ongelmia, anna kaupan päättäminen toiselle henkilölle.
- > Voit muotoilla sen toisenlaiseksi prosessiksi. Esimerkiksi sinun tehtäväsi oli auttaa asiakasta valitsemaan ja toinen henkilö sopii lopullisista yksityiskohdista ja hinnasta.

> Esimerkkejä

- > Oikein. Nyt kun olemme saaneet oikean koon, auttaa Pekka laatimaan paperityön.
- > Olette sanonut, että hinta on tärkeä teille ja johtajamme Ville Virtanen jatkaa kanssanne siitä.

> Miten toimii

- > Uuden henkilön jatkaessa, hän voi lähteä siitä, että kaikki muu on jo sovittu. Uudella ei ole mitään vanhaa lastia ja asiakas saattaa olla haluton käymään läpi uudelleen aikaisempia yksityiskohtia ja luopuu

vastaväitteistä, joita uusi henkilö ei ymmärtäisi.

- > Vaarana on, että asiakas palaa takaisin neuvotellakseen uudelleen sovitut yksityiskohdat. Asiakas voi myös perääntyä, koska hänelle on voinut syntyä side alkuperäisen myyjän kanssa. Menetelmää on siksi käytettävä varoen.
- > Menetelmää voi käyttää kun nuorempi myyjä selittää yksityiskohdat ja vanhempi neuvottelee hinnasta.

Hintalupauspäätös

> Tekniikka

- > Lupaa palauttavasi rahaa, jos asiakas löytää tuotteen edullisemmin muualta.
- > Palautus voi olla koko hinta ja otat tuotteen takaisin.
- > Usein se on kahden hinnan erotus, joten asiakas saa tuotteen todellisuudessa alhaisimmalla hinnalla.
- > Toisinaan vahvistuksen aikaan saamiseksi se on kaksinkertainen hinnan erotukseen verrattuna (tässä on oltava tietenkin erityisen huolellinen).
- > Aseta tarjoukselle rajat. Esimerkiksi koskee kaupungin muita kauppiaita tai kaksi viikkoa kaupasta tai nettikaupoissa.

Suuri kodin elektroniikkaa myyvä ketju mainosti hintatakuuta. Jos asiakas 30 pv:n aikana löysi tuotteen alemmalla hinnalla muualta, antoi ketju erotuksen asiakkaalle.

Markkinatuomioistuin on kieltänyt hintatakuun markkinoinnin.

Verkkokirjoittelun perusteella hintatakuu on edelleen käytössä ko. Ketjussa, mutta sitä ei mainosteta.

Eräs hifi-liike antaa hintatakuun.

Eräs matkatoimisto antaa hintatakuun. Jos yrityksestä ennakoon varatun matkan hinta laskee, asiakas saa matkansa alemmalla hinnalla.

> Esimerkkejä

- > Aina edullisimmat hinnat.
- > Jos löydät saman tuotteen edullisemmin muualta, palautamme erotuksen kaksinkertaisena
- > Hintalupauksemme sinulle on...

> Miten toimii

- > Monet ihmiset pelkäävät ostamisen jälkeen löytävänsä tuotteen edullisemmin muualta, eivätkä osta siksi. Hintalupaus poistaa pelon.
- > Käytännössä todella harva tarttuu tarjouksen sisältämään palautukseen, koska erotus on niin pieni. Heistä tuntuu hämmentävältä pyytää rahaa takaisin, tai he lopettavat alhaisemman hinnan etsimisen.

Huumoripäätös

Huumori on hyvin tavallinen tv-mainonnassa käytetty keino.

> Tekniikka

- > Huvita asiakasta kertomalla vitsejä ja nokkelia huomautuksia. Sen jälkeen ota joku muu kaupan päättäminen tai leivo päätös vitsiin.
- > Tämä tekniikka on erityisen käyttökelpoinen kun asiakas on jostain syystä kireä.
- > Varottava poliittisesti epäkorrektia huumoria.
- > Itseään arvossa alentava huumori on turvallista ja osoittaa, että luotat itseesi ja että sinusta voi pitää.

> Esimerkkejä

- > Jatka vaan. Saat meidän molempien vaimot iloisiksi.
- > Ellet osta nyt, joudun nurkkaan häpeämään!
- > Minun on parempi olla istumatta jos pomo sattuisi näkemään.

> Miten toimii

- > Rennot ja iloiset ihmiset esittävät todennäköisesti vähemmän vastaväitteitä.
- > Kun saat toisen nauramaan, hän pitää sinusta enemmän ja ostamme mieluummin sellaisilta, joista pidämme.

Häiriöpäätös

> Tekniikka

- > Häiritse asiakasta tai odota hetki kun asiakas häiriintyy jostakin, kuten puhelinoitosta tai muusta. Asiakkaan ajatukset ovat muualla.
- > Pyydä sitten tilausta tai anna sopimus allekirjoitettavaksi.

> Esimerkkejä

- > (puhelin soi). Eli haluat sen nyt eikö niin?
- > (ympäristössä on paljon häiriöitä). Allekirjoitatko tähän?
- > Tässä on kahvia. Haluatko vähän kakkua? Allekirjoita tähän ...hyvä.

> Miten toimii

- > Häiriöpäätös toimii kun asiakkaan mieli on ylikuormituksella tai kun vain osa asiakkaan järkipäisestä ajattelusta kohdistuu myyntitilanteeseen. Asiakas ei ajattele kirkkaasti ja kaupan hyväksyminen vähentää asiakkaan mielen kuormitusta.

Häpeäpäätös

> Tekniikka

- > Saa asiakas häpeämään tuotetta, joka hänellä nyt on tai sitä, ettei hän osta.
- > Osoita miten epämuodikas asiakas on ja, että muut saattavat nauraa asiakkaalle.
- > Muotoile ostamatta jättäminen pihistelyksi ja itaruudeksi.
- > Korosta sosiaalisia sääntöjä, joita asiakas rikkoo.

> Esimerkkejä

- > Voiko puhelimesi ladata netistä mega-luokan nopeudella?
- > Käytättekö viime vuoden muotimallistoa?
- > Uskon että poikanne tarvitsee uuden, eikö niin?

> Miten toimii

- > Häpeäpäättös toimii korostamalla sosiaalisia sääntöjä, joita asiakas rikkoo. Se voi myös vedota asiakkaan turhamaisuuteen.

Järkipäätös

> Tekniikka

- > Käytä logiikkaa ja järkeä taivutteluun. Näytä todisteita, että tuote toimii hyvin ja, että asiakkaat ovat tyytyväisiä. Käytä tiedettä ja kiistämättömiä todisteita. Selitä järkevästi miksi ostaminen on oikea valinta.
- > Voit rakentaa vahvan argumentin, joka käyttää perinteistä taivuttelun rakennetta.

> Esimerkkejä

- > No nyt olemme käyneet läpi kaikki tarpeenne ja tuote täyttää niistä jokaisen, eikö vain? Ja hinta on hyvä, eikö totta? Onko mitään muuta, joka estäisi ostamasta nyt? Ei... tehdään sitten paperit.
- > Haluatteko maton, joka kestää hyvin lemmikkieläimiä ja lasten leikkejä? Sellaisen joka hylkii likaa, pysyy raikkaana joka eteisessä? Tässä tuotteessa käytetään tieteellisesti tutkittua menetelmää, jonka vuoksi voimme tarjota sille 10 vuoden kestävyystakuun.

> Miten toimii

- > Menetelmä toimii käyttämällä järkiperaistä ajattelua, joka perustuu loogisuuteen ja tieteeseen. Meidät on kasvatettu uskomaan, että tiede ja järki ovat oikein, joten sellaiseen vetoaminen on vaikuttavaa. Jotkut ihmiset päättävät ajattelulla ja toiset tunteella. Järkipäätös toimii monelle, mutta parhaiten se toimii ajattelevien osalla.

Kalenteripäätös

> Tekniikka

- > Jos asiakas ei ole valmis päättämään nyt, sovi toinen päivä, jolloin keskusteleet uudelleen. Se pitää ainakin kaupan saamisen hengissä ja voit palata myöhemmin asiaan. Se voi myös olla se, mitä haet, kauppastrategiasi seuraava vaihe.
- > Päivämäärän sopiminen voi olla myös olettavaa, että päätös on tehty, mutta kyse on vain siitä koska.

> Esimerkkejä

- > Milloin pidämme seuraavan valmennustapaamisen?
- > Sopiiko tapaaminen ensi keskiviikkona kolmelta?
- > Mistä uusista asioista puhumme ensi viikolla?

> Miten toimii

- > Kalenterimerkinnän tekeminen on helppoa asiakkaalle ja voi olla vaihdantaa sille, ettet painosta päätökseen nyt.
- > Kalenterimerkintä saa asiakkaan myös ajattelemaan tulevaisuutta, joka voi olla hyvä asia, koska huomio kiinnittyy myyjän asiaan.

Kannattavuuspäätös

> Tekniikka

- > Päättää kaikki vastaväitteet hinnasta sillä, että asiakkaalla on varaa ostaa.
- > Selvitä kuinka paljon asiakas voi maksaa. Sitten näyttää, että sinulla on rahoitussuunnitelma, joka mahtuu asiakkaan maksukykyyn.

- > Ota esille muita seikkoja, jotka muotoilevat todellisen hinnan uudella tavalla, kuten tuotteen elinaikaiset kustannukset.
- > Esitä kustannukset, jotka aiheutuvat siitä, ettei asiakas osta.
- > Riisu se mitä myyt mahdollisimman pieneksi ja edulliseksi. Poista kaikki valinnaisuudet ja myy ne erillisinä.
- > Myy jotain sellaista mihin asiakkaalla on varaa.
- > Viimeisimmäksi: laske hinta niin alas kuin minkä asiakas on valmis maksamaan

> **Esimerkkejä**

- > Kuinka paljon kuukaudessa sinulla on varaa... sopii, voimme tehdä kaupan sillä...
- > Alkukustannus voi tuntua kalliilta, mutta vuoden lopussa olet saanut kustannukset takaisin.
- > Perusmalli sopii teidän hinta-alueeseen.
- > Ylläpitokustannukset ovat erittäin alhaiset.
- > Sivua kohti kirjoittimen kustannukset ovat luokkansa edullisimmat.
- > Jos saan hinnan laskettua siihen mitä sanoit, ostatko tänään?

> **Miten toimii**

- > Kannattavuuspäätös toimii muokkaamalla kaupan arvon siihen mitä asiakas kykenee maksamaan.
- > ”Minulla ei ole varaa” on usein tekosyy. Jos asiakas ei todella halua ostaa, huomaat sen siitä, että asiakas hyppää heti toiseen vastaväitteeseen.

Kiirepäätös

> Tekniikka

- > Kiirehdi. Nopeuta.
- > Puhu nopeasti, liiku nopeasti. Rohkaise asiakasta tekemään samoin.
- > Vihjaile että ajatuksen hidastaminen ei ole järkevää.
- > Sano että jos he eivät päättä nopeasti, muut saattavat saada kaupan.

> Esimerkkejä

- > Kyllä, tämä-on-paras. Parasta-mitä-voi-saada.
- > Jos haluat menestyä, pitää olla nopea tai muut ehtivät ensin.

> Miten toimii

- > Ihmisten kiirehtiminen estää heitä pysähtymästä ajattelemaan syitä, miksi heidän ei pitäisi ostaa.

Kiltti päätös

> Tekniikka

- > Keskustelet asiakkaan kanssa ja havaitset, että asiakkaalla on tarve tuotteellesi tai palvelullesi. Asiakkaalla on syy ostaa.
- > Asiakas voi myös ostaa. Olet saanut sen selville. Lisäksi sinä voit toimittaa asiakkaalle hänen tarvitseman tuotteen tai palvelun.
- > Kysy asiakkaalta haluaako hän sinun apuasiasia, tuotteesi tai palvelusi. Se on niin helppoa.

> Esimerkkejä

- > Haluatko apuani tässä asiassa?
- > Haluaisitko että autan myyjiäsi tulemaan paremmiksi myyjiksi?
- > Uskotko että ymmärrän mitä tarvitset? (Kyllä). Luuletko että minulle on osaaminen sen ratkaisemiseksi? (Kyllä) Haluatko että autan?

> Miten toimii

- > Kiltti päätös perustuu siihen, että se ei painosta lainkaan asiakasta.
- > Kiltti päätös toimii parhaiten kun myyjän on kartoitettava asiakkaan tarpeet ja tarjottava ratkaisu.

Kiusantuneisuus päätös

> Tekniikka

- > Johdattele asiakas tilanteeseen, jossa ostamatta jättäminen on asiakkaalle kiusallista.
- > Taivuttele asiakas luopumaan ostamasta halpoja vaihtoehtoja osoittamalla, että ne ovat halpoja, heikkolaatuisia jne ja, että kalliimmat vaihtoehdot ovat parempiarvoisia.
- > Kerro tarinoita asiakkaista, jotka ostavat halpoja vaihtoehtoja ja säästävät väärässä asiassa.
- > Myy henkilölle, jonka seurassa asiakas on, jolloin asiakas joutuisi pettämään seurassaan olevan ystävän, perheenjäsenen yms jos jättää ostamatta.
- > Vetoa asiakkaan käsitykseen siitä mikä on tärkeää ja vaurasta.

> Esimerkkejä

- > Tämä on halvin vaihtoehto. Tämä taas on paljon arvokkaampi.

> Hyvä mies, pidätkö tästä? ... Rouva, luulen että hän on tehnyt päätöksen!

> Monellakaan ei ole varaa tähän.

> Miten toimii

> Kiusaantuneisuuspäätös vetoaa tunteisiin kuten ylpeyteen. Se pyrkii yhdistämään ihmisten käsityksen itsestään heidän ostoskäyttäytymiseensä.

> Se toimii erityisen hyvin, kun asiakas on sellaisessa sosiaalisessa tilanteessa, jossa erityisen voimakasta kiusaantumista tulisi vertaisryhmästä tai vastakkaisen sukupuolen taholta.

> Nuoret miehet ovat erityisen alttiita kiusaantuneisuuspäätökselle.

Kohteliaisuuspäätös

> Tekniikka

> Ole mukava. Kerro asiakkaalle miten ihana hän on. Ole vaikuttunut asiakkaasta.

> Luo asiakkaasta asiantuntija, joten asiakas myy itse itselleen.

> Kerro miten hyvältä asiakas näyttää ja kuulostaa.

> Sano miten muut vaikuttuisivat asiakkaasta.

> Ihaile asiakkaan henkilöä ja hänen rehellisyyttään. Kysy sitten kauppaa.

> Kehut asiakasta edellisistä päätöksistä. Jos myy autoja, ihaile sitä autoa mikä asiakkaalla jo on, vaikka voitkin arvostaa heidän tarpeitaan hankkia uusi auto.

> Esimerkkejä

> Vau. Tiedät todella mistä puhut. Haluatko ostaa tämän nyt?

> No olet todella asiantuntija. Ymmärrät miten hyvä tämä on.

- > Puku näyttää todella hyvältä rouvan päällä.
- > Ystävänne vakuuttuvat kun näytätte tuon.

> **Miten toimii**

- > Kohteliaisuuspäätös toimii imartelemalla asiakasta, hivelemällä asiakkaan egoa, jolloin asiakas on enemmän huolissaan siitä, että hänestä tuntuu hyvältä kuin siitä, että hän joutuu maksamaan rahaa.
- > Voi olla avuksi luoda mielikuva asiakkaalle, joka yhdistää asiakkaan tuotteeseen, jolloin asiakas kokee oman identiteettinsä olevan kiinni tuotteessa.
- > Olemalla mukava toimii myös niin, että asiakas kokee velvollisuudekseen olla mukava myyjää kohtaan ja ostaa.
- > Nostamalla asiakas korokkeelle ja ihailemalla häntä rohkaisee asiakasta elämään korkeiden odotusten mukaisesti.
- > Kohteliaisuudet edellisistä päätöksistä kertoo, että asiakas tekee hyviä päätöksiä ja voi tehdä sellaisen nytkin.

Koiranpentupäätös

> **Tekniikka**

- > Tästä on monia muunnelmia.
- > Anna tuote kokeiltavaksi. Jos mahdollista, anna viedä tuote kotiin. Kuin koiranpentu, tuote myy itsensä.
- > Ole valloittava ja kiva kuten koiranpentu.
- > Imartele. Ole mukava. Käyttäydy kuin hyvä lapsi, joka tarvitsee palkinnon.
- > Toinen muunnos on muotoilla se mitä myyt mukavaan ja kivaan valoon.

> Esimerkkejä

- > Voinko jättää sen teille viikoksi?
- > Se olisi niin mukavaa, jos ostaisitte minulta tänään yhden.
- > Katsos minä pidän niin paljon sinun kaltaisten ihmisten tapaamisesta, jotka tietävät mitä he haluavat.
- > Katso sitä, eikö olekin ihana?
- > Haluatko pitää sitä? Eikö se tunnuikin hyvältä?

*Tuotteen antaminen kokeil-
tavaksi on yleinen ohjel-
mistojen myymisen keino.*

*Viime vuosina sen suosio
on laskenut ja tilalle on
tullut ilmainen versio ja
laajempi ostettava versio.*

> Miten toimii

- > Koiranpentupäätös antaessasi tuotteen asiakkaalle kokeiltavaksi, toimii sijoitusperiaatteella. Asiakkaan sijoittaessa aikaa tuotteeseen asiakas samalla kasvaa lähemmäksi tuotetta yhdistäessään identiteettiään siihen.
- > Käyttäytyessäsi mukavalla tavalla, se vetoaa asiakkaan ystävälliseen ja kivaan luonteeseen. Muotoilemalla asiakkaasta hyvä ja ystävällinen (josta asiakas on tietenkin samaa mieltä), asiakas tuntee tarvetta täyttää odotuksesi heistä (ja jonka he toteavat olevan oikea ja tarkka kuvaus heistä).
- > Lapsen roolissa näytellään aikuinen ja lapsi leikkiä. Kun näyttelet huomiota kaipaavaa lasta, herätät asiakkaassa vanhemman.

Kokeilupäätös

> Tekniikka

- > Kokeilupäätös ei ole tavallinen päätöstekniikka. Se kokeilee asiakkaan valmiutta päättää.
- > Käytä sitä esittelyn jälkeen tai kun olet kertonut vahvan myyntiargumentin. Käytä sitä kun olet vastannut vastaväitteeseen.
- > Kokeilupäätöksessä voi käyttää toista päätöstekniikkaa.

- > Kysy ”jos...” -kysymyksiä.
- > Esitä kysymyksiä, jotka olettavat, että asiakas on ostanut jo.
- > Kysyttyäsi kokeilupäätöksen, ole hiljaa katsellen kuunnellen huolellisesti vastausta.
- > ’ABC’ on lyhenne englannin sanoista Always Be Closing. Se tarkoittaa, että on aina pyrittävä kohti päätöstä, vaikka on oltava varovainen, ettei mene yli. Ellei asiakas ole lähelläkään päätöstä, tämä vain ärsyttää.
- > **Esimerkkejä**
 - > Näyttää että todella pidät tästä. Onko se niin?
 - > Jos ottaisit sen kotiisi, niin olisitko ylpeä omistaja?
 - > Pidätkö enemmän suuresta vai pienestä mallista?
 - > Miltä se näyttäisi kotona hyllyssä?
- > **Miten toimii**
 - > Kokeilupäätös panee ajatuksen ostopäätöksestä asiakkaan mieleen. Asiakkaan vastaus kertoo, onko hän valmis vai ei.

Koskaan ei ole hyvä aika... -päätös

- > **Tekniikka**
 - > Kun asiakas viivyttelöi ostopäätöstä osoittaen, että viivyttely ei ole eduksi ja voi olla haitaksi.
 - > Puhu siitä mitä asiakas menettää ellei hanki pian.
 - > Kerro esimerkkejä ihmisistä, jotka odottivat parasta hetkeä, mutta jota ei koskaan tullut.

> Esimerkkejä

- > Jos jätät tämän ensi vuoteen, sinulla on vuosi vähemmän nauttia tästä.
- > Paras aika ostaa on silloin kun sitä tarvitsee, joka on nyt, eikö niin?
- > Ystäväni käytti koko elämänsä täydellisen puolison etsimiseen

> Miten toimii

- > Koskaan ei ole hyvä aika -päättös toimii niin, että se muotoilee viivyttelyn arvoa tuhoavaksi.

Kultainen silta.-päättös

> Tekniikka

- > Jos haluat asiakkaan ottavan tietyn vaihtoehdon, älä sano sitä suoraan, mutta näytä, miten kaikki muut vaihtoehdot ovat epätoivottavia.
- > Anna sitten asiakkaan itse valita vaihtoehtonsa.

> Esimerkkejä

- > Valitettavasti se on loppunut...
- > Tuo on todella kallis... ja tämä on huonosti arvioitu, enkä suosittelisi sitä...

> Miten toimii

- > Sun Tzu oli kuuluisa kiinalainen kenraali, joka kirjoitti sodan voittamisesta ilman taistelua. Hän suositteli rakentamaan vastustajalle kultaisen sillan, jota myöten vastustaja voi vetäytyä. Sillä hän tarkoitti, että saatat vastustajan nurkkaan ja taistelematta peräännyt vähän ja annat vihollisen vetäytyä arvokkaasti juuri siihen suuntaan johon haluat sen menevän. Ilman pakoreittiä nurkkaan ajettu taistelee viimeiseen hengenvetoon.
- > Kultainen silta toimii sulkemalla pois kaikki muut mahdollisuudet paitsi sen jonka haluat asiakkaan valitsevan.

Kumppanipäätös

> Tekniikka

- > Sen sijaan, että myisit henkilölle suoraan, myy hänen seurassaan olevalle kumppanille. Hän voi olla puoliso, lapsi, isovanhempi, ystävä jne
- > Aloita olemalla ystävällinen seuralaiselle. Kohdehenkilö ei pidä sitä pahana. Sitten vähitellen lisää myyntiä seuralaiselle.
- > Tee seuralaisesta auktoriteettia erityisesti kun seuralainen ostaa ajatuksesi.
- > Kun seuralainen nyökkäilee hyväksyvästi tai ilmaisee haluavansa itse, ala myydä varsinaiselle kohteelle.
- > Kiinnitä seuralainen myyntiassistentiksesi. Saatat tehdä kaksi kauppaa jos olet onnekas.

> Esimerkkejä

- > Hyvää huomenta nuori mies, kiva hattu! Pidätkö kengistä myös?... Pidätkö näistä
- > Hyvää päivää rouva... tunnutte pitävän tästä, rouva. Mikä sävy on paras?

> Miten toimii

- > Kumppanipäätös toimii, koska kumppanin jolle myyt, ei tarvitse tehdä taloudellista päätöstä joten hän on valmiimpi olemaan samaa mieltä kanssasi.
- > Kun todellinen kohde havaitsee toisen hyväksynnän, hän on itsekin valmiimpi hyväksymään pitääkseen yllä yhteenkuuluvaisuutta ja harmoniaa kumppaninsa kanssa.

Kyllä-kyllä -päättös

> Tekniikka

- > Kysy useita kysymyksiä, joihin on helppo vastata, ja vastaus on aina kyllä.
- > Sitten lopuksi esitä kysymys, johon oikeasti haluat vastaukseksi kyllä.
- > Pienin kysymyssarja on yleensä kolme kysymystä. Tätä ei pidä tehdä ylen määrin, joten hidasta kyselemistä tai vähennä kysymysten määrää.
- > Rohkaise sanomaan kyllä nyökyttelemällä puhuessasi.
- > Voit myös haudata kysymyksen muitten kysymysten joukkoon.

> Esimerkkejä

- > Pidätkö ostosten tekemisestä täällä?
- > Oliko meille helppo löytää?
- > Tämän tuotteenko te huomasitte?
- > Ostatteko sen nyt?
- > Haluatteko toimituksen ensi viikolla?

> Miten toimii

- > Kyllä-kyllä -päättös toimii asettamalla toistuvan mallin kyllä -vastauksia, joista muodostuu tapa. Kun tapa on muodostunut ja asiakas automaattisesti vastaa kyllä, silloin voit kysyä sen kysymyksen, johon todella haluat vastaukseksi kyllä.
- > Moni ihminen ei halua vastata ei, koska pitävät sitä epäkohteliaana.

Kysyn pomolta.-päätös

> Tekniikka

- > Kerro asiakkaalle että valtuutesi alennuksiin on rajoitettu ja, että sinun pitää kysyä pomolta suurempaa alennusta. Kysy sitten haluaako asiakas, että kysyt pomolta.
- > Kysy sitten pomolta ja kerro, että onnistuit taivuttelemaan pomosi myöntämään suuremman alennuksen.

> Esimerkki

- > Olen pahoillani mutta tämä on suurin alennus johon minulla on valtuudet. Mutta olemme hiukan tavoitteesta, joten olen varma, että voisin saada pomoni hyväksymään suuremman alennuksen jos kysyn. Haluatko että kysyn? Myyjä häipyä keskustelemaan pomonsa kanssa ja palaa sitten takaisin. Sanoin pomolleni, että olemme melkein sopineet, ja hän lupasi lisäalennusta 1,5 %.

> Miten toimii

- > Perusperiaate on, että myyjä luo tilanteen, jossa tapahtuu vaihtoa. Myyjä toimii asiakkaan puolesta, joten asiakas on velvollinen toimimaan myyjän puolesta eli ostamaan. Sitä voi vahvistaa sillä, että pomo on uhkaava auktoriteetti, joka luon myyjästä rohkean asiakkaan puolesta taistelevan soturin mielikuvan.
- > Se että pomolta pitää kysyä keskeyttää alennusneuvottelun ja osa ihmisistä mieluummin maksaa pyydetyn hinnan kuin tekee asiaa vaikeammaksi kysymällä pomolta.
- > Muunnelmia ovat puhutko pomosi kanssa niin, että asiakas näkee sen tai pomosi tulee itse puhumaan asiakkaan kanssa. Jos asiakas näkee sinut ja pomosi neuvottelemassa, voit lisätä dramatiikkaa eleillä ja luoda todellisen henkien taistelun vaikutelman. Sitten palaat lopullisen tarjouksen kanssa.

Kädenpuristus päätös

> Tekniikka

- > Tehdessäsi lopullisen tarjouksen ojenna kätesi puristaaksesi asiakkaan kättä. Hymyile ja nyökkää ikään kuin kauppa olisi tehty. Katso odottavaisesti. Jos tarvetta, kohota kulmakarvojasi kysyvästi.

> Esimerkkejä

- > (kättä ojentaen) Oletko nyt valmis tekemään kaupan tänään?
- > (kättä ojentaen) Meillä on sopimus?
- > (ota kädestä kiinni) Hyvin tehty. Sait hyvän kaupan tänään.

> Miten toimii

- > Ojentaessasi kättäsi tervehtiäksesi asiakas automaattisesti tuntee olevansa velvollinen kättelemään vastineeksi, usein ajattelematta asiaa kummemmin.
- > Kätellessään asiakas saattaa ajatella, että hän on myös päättämässä kaupasta. Useimmat eivät koe voivansa perääntyä sopimuksesta.

Käsityö päätös

> Tekniikka

- > Käsityöpäätöksessä myyjä painottaa taitoa, osaamista ja kyvykkyyttä myytävän tuotteen tai palvelun luomisessa.

> Esimerkkejä

- > Tämä tehosekoitin on taitavien insinöörien suunnittelema ja sen muotoiluun on käytetty tuhansia tunteja työtä.
- > Se voi vaikuttaa yksinkertaiselta parannukselta, mutta kesti kolme vuotta

kouluttaa, jotta parannus saatiin aikaiseksi.

> Miten toimii

- > Aikoessamme ostaa jotakin, arvioimme sitä sen mukaan, paljonko sen tekemiseen on mennyt aikaa. Jos siihen meni vähän aikaa, ajattelemme että se on vähemmän arvoinen. Usein aliarvioimme panostukset ja osaamisen, jotka on tarvittu jonkun asian tuottamiseen ja kehittämiseen ja siksi pidämme sen arvoa alhaisena.
- > Käsityöpäätöksellä myyminen nostaa asiakkaan kokemaa arvoa kuvailemalla tekijöiden osaamista ja työmäärää.
- > Saman tapaisesti palveluissa voidaan nostaa arvoa kuvailemalla tarvittavaa koulutusta tekijöiden taitojen kartuttamiseksi.

Laatupäätös

> Tekniikka

- > Painota laatua muiden ominaisuuksien sijasta, erityisesti hinnan sijasta.
- > Puhu siitä miten muut ihmiset vaikuttavat tuotteen laadusta.
- > Puhu siitä miten laatutuotteet kestävät pitkään, kuluvat vähemmän, tarvitsevat vähemmän huoltoa jne.
- > Myy laadulla, älä hinnalla.

> Esimerkkejä

- > Yhdellä maksulla saat jatkuvaa laatua.
- > Tämän laadukkuus todella näyttää millainen te olette.
- > Tämä kestää ikuisesti.
- > Kerran kokeiltuasi et koskaan halua toista merkkiä.
- > Tämä tuote on paljon luotettavampi.

> Miten toimii

- > Laatupäätös vetoaa joko asiakkaan turhamaisuuteen tai hänen tajuunsa pitkäaikaisesta arvosta. Turhamaisuudessa yhdistät asiakkaan identiteetin laatuun. Arvossa muotoilet hinnan pitkäaikaiseksi arvoksi.

Laskinpäätös

> Tekniikka

- > Hinnan sanomisen sijasta hanki laskin ja näppäile lukuja hetken. Mutise alennuksesta, esim "laitan vielä 2 % pois tuosta" jne.
- > Sen jälkeen sano summa tai ojenna laskin, jotta asiakas voi lukea luvun itse.

> Esimerkkejä

- > Ok, luettelohinta on 1200. Pieni hetki... alennusmyyntihinta josta otan pois vielä vähän... näyttääkö tämä hyvältä?

> Miten toimii

- > Laskimen kanssa näppäily antaa vaikutelman, ettet vain anna hintaa mitä tahansa, vaan lasket jotain erityistä asiakkaalle. Suoritat myös jotain joka vaikuttaa aika vaikealta. Olet auktoriteetti. Ne luovat ilmapiiriä, jossa asiakas tuntee olevansa velvollisempi hyväksymään kaupan.
- > Hinnan näyttäminen tekee myös lopullista. Lisäalennuksen pyytäminen merkitsisi, että myyjän on laskettava uudelleen.
- > Tämä päätöskeino on suosittu aika kalliiden tuotteiden kaupoissa, kuten autokaupoissa ja silloin, kun myyjä ei puhu hyvin asiakkaan kieltä.

*Erään ovia ja ikkunoita...
myyvän yrityksen myyjä...
laski hintaa perusteellisesti
ja pitkään taskulaskimella...*

*Laskemansa luvut hän...
kirjoitti tilauslomakkeelle...
jossa hädin tuskin oli tilaa
niille...*

*Toimitus kesti pitkään ja...
laskeminen näytti vaikeal-
ta. Juuri niin kuin laskin-
päätökseen kuuluu...*

*Alennuspyyntö johti uuteen
laskemiseen samalla har-
taudella.*

*Laskemista edelsi yhtä...
perusteellinen mittausope-
raatio ja tulosten kirjaus.*

*Lopuksi mainittakoon, että...
ovien toimitus ja asennus...
toimi kiitettävästi.*

Lisätietopäätös

> Tekniikka

- > Asiakkaan kiemurrellessa anna lisätietoja, jotka auttavat tekemään päätöksen nyt.
- > Jos asiakas näyttää epävarmalta, eikä sinulla ole lisää, joka vakuuttaisi asiakkaan, voit kysyä tarvitseeko asiakas lisätietoja.

> Esimerkkejä

- > Unohdin mainita, että tässä mallissa on lisätyt tiivisteet, jotka kaksinkertaistavat turvallisuuden.
- > Tämä on viimeinen joka meillä on. Niitä on mennyt aikamoisesti tällä viikolla.
- > Näytätte siltä, että tarvitsette lisätietoja. Mitä tarvitsette voidaksenne tehdä päätöksen?

> Miten toimii

- > Se vaihtelee miten paljon asiakas tarvitsee tietoa päätöksen tekemiseen. On helppo ylikuormittaa asiakas ja pelästyttää pois, joten on yleensä parempi olla varovainen. Sen johdosta asiakkaalla voi olla liian vähän tietoa ja saatat havaita sen asiakkaan epävarmuutena tehdä päätös.
- > Asiakas voi järkeillessään tuotteen myyntiargumentteja ja omia tarpeitaan tarvita lisää tietoja loppumetreillä. Myyjän tehtävä on joka tapauksessa selvittää mitä asiakas tarvitsee ja antaa se, jotta asiakkaalla ei ole syytä olla ostamatta.

Lykkäyspäätös

> Tekniikka

- > Älä yritä kauppaa nyt. Anna aikaa miettiä ja pohtia. Sano että asiakas luultavasti tarvitsee aikaa harkitakseen tarjoustasi, jonka teit.

> Käytä tätä kun:

- > Havaitset ettei asiakas aio päättää nyt.
- > Olet saanut aikaan tarpeeksi jännitettä niin, että olet kohtalaisen vakuuttunut, että asiakas tulee vakavasti harkitsemaan ja ostamaan sen jälkeen.
- > Antaessasi lisää aikaa, asiakas todennäköisesti ostaa lisää (esimerkiksi uuden budjetin tultua).
- > Suhde on tärkeä ja asiakkaan väärä päätös vaikuttaisi kielteisesti tulevaisuuden kauppoihin.
- > Sinun ei tarvitse tehdä kauppaa tänään. Esimerkiksi tavoitteesi on täynnä ja haluat kaupan seuraavalle jaksolle.
- > Yhdistä tämä uuden tapaamisen sopimiseen, jossa voit todennäköisesti päättää kauppa.

> **Esimerkkejä**

- > Tämä on tärkeä päätös sinulle ja luulen, että tarvitset aikaa harkitaksesi miten tärkeä se on. Voimmeko jatkaa seuraavalla kerralla kun tapaamme?
- > Arvoit hyvin tarkkaan tätä. Voinko tulla ensi viikolla uudelleen ja katsotaan missä ollaan?

> **Miten toimii**

- > Monissa myyntitilanteissa suhde on hyvin tärkeä, koska myyjä tapaa asiakkaan yhä uudelleen. Siksi on huono ajatus puskea asiakasta päätökseen, jota hän ei halua tehdä ja saattaa tulla tyytymättömäksi. Lykkäyksen tarjoaminen saattaa olla miellyttävä yllätys asiakkaalle, joka saattaa odottaa aggressiivisempaa myyntityyliä. Se rohkaisee asiakasta maksamaan takaisin päättämällä ostaa.
- > Lykkäyspätös on erityisen helppo hallita asiakastapaamisessa.

Mahdollisuuksien kustannus. -päätös

> Tekniikka

- > Korosta ostamatta jättämisen kustannuksia ja osoita, ettei todellinen kustannus ole niin suuri kuin miltä näyttää.
- > Käytä sanaa kustannus laajassa merkityksessä. Lue mukaan hässäkät, tyytymättömyydet ja ongelmat. Aika on aina kustannus.

> Esimerkkejä

- > Jos pidätte nykyisen sammutusjärjestelmän ja se menee rikki, mitä se maksaisi teille? Mitä se tekisi maineellenne? Kustannukset siitä, että ette päivitä uuteen järjestelmään tuntuvat kalliimmilta kuin se, että päivittäisitte nyt.
- > Tämä puku saa teidät näyttämään todella hienolta. Ajattele kaveria, joka menettää kaappoja koska pukeutuu huonosti. Haluatko olla kuin hän?
- > Tiedän että se voi vaikuttaa kalliilta nyt, mutta olisi ikävää vuoden päästä katsoa taaksepäin ja harmitella, miten paljon olette maksaneet nykyisen järjestelmänne ylläpidosta ja miten paljon olisitte säästäneet jos olisitte päivittäneet oikeaan aikaan.

> Miten toimii

- > On aina kustannuksia, vaikka tekisit jotain tai jättäisit tekemättä. Liiketoiminnassa ja rahoituksessa vaihtoehtokustannus on nimitys sille, ettei tee jotain.
- > Hintaa ei ole sama kuin kustannus. Hintaa on se mitä asiakas maksaa rahalla. Kustannus on paljon laajempi joukko ongelmia, jotka voidaan tai ei voida kääntää rahan arvoiksi asioiksi. Kustannus on myyjän ystävä.

Miettimispäätös

> Tekniikka

- > Sanottuasi sanottavasi anna asiakkaille aikaa miettiä mitä sanoit ja näytit.
- > Älä jätä asiakkaita liian pitkäksi aikaa. Pari minuuttia riittää yleensä. Sijoitu niin, että voi pitää asiakasta silmällä. Yksi tapa on kysyä asiakkaalta paljonko aikaa hän tarvitsee.
- > Palatessasi arvioi asiakkaan ruumiinkielestä osoittaako hän ostoaikeita. Tarvittaessa käytä oletusmetodia punnertaaksesi asiakkaan yli kynnyksen.

> Esimerkkejä

- > Huomaan että harkitset huolellisesti. Mene tuonne pariksi minuutiksi, jotta voitte päättää omalla ajallanne.
- > Miten pitkään haluat miettiä sitä? Voinko hakea kupin kahvia sillä aikaa kun mietitte?
- > Ehkä haluatte puhua tästä keskenänne. Miksette istahtaisi autoon ja katsoisi miltä se tuntuu. Olkaa niin pitkään kuin haluatte. Minä olen tuolla.

> Miten toimii

- > Monet eivät päästä nopeasti ja painostettaessa perääntyä tai reagoi kielteisesti myyntitekniikkaan.
- > Päätöksenteko on usein monimutkainen ajatteluprosessi jossa myönteisiä ja kielteisiä asioita punnitaan toisiaan vasten. Henkilö ei voi päättää ellei käy prosessia läpi erityisesti kun päätökseen sisältyy merkittävä rahasumma tai muu sitoutuminen.
- > Joskus vie aikaa ennen kuin asia sisäistyy. Olet antanut paljon tietoa, joka asiakkaiden on käsiteltävä ja liitettävä heidän nykyiseen maailmankuvaansa.
- > Totta kai on vaara, että mietittyään asiaa asiakas sanoo ei. Riippuen tilanteesta se on hyvä tai huono. Ihmiset jotka ostavat painostuksesta suosittelavat epätodennäköisesti sinua. Miettimispäätös voi vakuuttaa, että he hallitsevat tilannetta ja tekevät päätöksen ostaa.

- > Miettimispäätös muistuttaa oletuspäätöstä, koska oletat, että asiakas tarvitsee vain aikaa päättää.

Myönnytyspäätös

> Tekniikka

- > Tarjoa myönnytys, jonka asiakas haluaa oston vastineeksi.
- > Voit selkeästi sanoa haluavasi tilauksen vastineeksi ostamisesta, tai voit antaa myönnytyksen pyytämättä tilausta. Asiakas voi silti ajatella, että hän on jotain velkaa sinulle.

> Esimerkkejä

- > Jos lasken hintaa 10 %:lla, otatko sen tänään?
- > Mielestäni ansaiset ilmaisen kotelon tämän kanssa.
- > Laitan mukaan tankillisen ilmaiseksi.
- > Jos tilaat nyt varmistan, että saat sen tämän päivän aikana.

> Miten toimii

- > Myönnytyspäätös toimii tarjoamalla asiakkaalle jotakin ja joko selkeästi pyytämällä tai verhotusti odottamalla jotain vastineeksi eli kaupan.

Myötätuntopäätös

> Tekniikka

- > Tunne myötätuntoa asiakasta kohtaan. Tunne mitä asiakas tuntee. Ole asiakkaan housuissa ja ymmärrä tilanne täysin.

- > Sitten, kun asiakas tuntee myötätuntoa, päätät kuten asiakkaan tulee päättää.
- > Voit jopa puhua itseksesi käyttäen sanaa minä sanan sinä sijasta.
- > Tunne myötätuntoa jopa myymääsi tuotetta kohtaan.

> Esimerkkejä

- > Ymmärrän täysin... ja minusta on täysin järkevää tehdä se nyt.
- > Katsos tämä toimii niin hyvin minulle.

> Miten toimii

- > Myötätuntopäätös yhdenmukaistaa sinut asiakkaaseen ja, kun tunnet millaista asiakkaalle on päättää ostaa, asiakas tulee luonnollisesti mukaan.
- > Kun teet tämän hyvin, päätät kaupan juuri oikealla hetkellä ja oikeista syistä asiakkaan kannalta ja asiakas tulee takaisin yhä uudelleen ja uudelleen.
- > Jos todella pidät tuotteesta, jota myyt ja asiakkaistasi, tulet olemaa erinomainen myyjä.

Nyt tai ei koskaan -päätös

> Tekniikka

- > Tee asiakkaalle tarjous, mutta anna sen olla voimassa vain lyhyen ajan tarkoituksella, että asiakkaan on päätettävä nopeasti. Asiakas ei voi tulla takaisin huomenna, kun hinta on korkeampi.
- > Näytä että tänään on viimeinen alennusmyyntipäivä.
- > Sano että tänään sinun on saatava kauden myyntitavoite kasaan ja siksi lasket hintaa enemmän kuin normaalisti.

> Esimerkkejä

- > Minun pitäisi saada tähän lupa, mutta kun pomo on poissa, niin menköön tällä hinnalla.

- > Tämä on alennusmyynnin viimeinen kappale. Ne ovat myyneet niin hyvin.
- > Jos allekirjoitat nyt, annan ylimääräisen 2 %:n alennuksen.
- > Olemme markkinoilla vain tänään.
- > Ota tai jätä. Tämä on ainoa mahdollisuus.
- > **Miten toimii**
 - > Nyt tai ei koskaan toimii, koska se kiirehtää asiakasta ostamaan. Ei ole aikaa etsiä vaihtoehtoja, on valittava nyt ja menetyksen pelko ohjaa päättämään nyt.

Odostushuonepäätös

- > **Tekniikka**
 - > Osoita miten muut ovat kaikki jonottamassa tuotetta.
 - > Ilmaise että muut ovat asiakkaan tuntemia tai samanlaisia kuin hän.
 - > Vihjaa miten asiakas saattaa jäädä muita jälkeen tai antaa vaikutelman hitaudesta ja jälkeenjääneisyydestä ellei osta pian.
 - > Yhdistele mukaan vihjauksia niukkuudesta ja että tuote voi suosittuna loppua pian.
- > **Esimerkkejä**
 - > Eilen oli kuusi asiakasta ja jokainen osti useita kappaleita näitä.
 - > Muutkin hakevat. Minä laittaisin hakemuksen sisään pian.
 - > Ne menevät kuin kuumille kiville.
 - > En tiedä kuinka monta asiakasta huomenna on enemmän.
- > **Miten toimii**
 - > Odostushuonepäätös toimii todistusperiaatteella, jossa toisten kiinnostus

tuotteesen tekee siitä sosiaalisesti houkuttelevaa.

- > Se näyttää, että asiakas ei ole ensimmäisten joukossa, mutta on vaarassa jäädä muista jälkeen.

Oletuspäätös

> Tekniikka

- > Toimi kuin asiakas olisi jo tehnyt päätöksen.
- > Käännä keskustelu seuraavaan vaiheeseen, kuten kuinka monta asiakas haluaa, mitä kokoa ja milloin on toimitettava jne

> Esimerkkejä

- > Milloin me toimitamme sen sinulle?
- > Mitä ystäväsi sanovat kun he näkevät sen?
- > Onko 20 laatikkoa tarpeeksi?
- > Minne laitat sen?

> Miten toimii

- > Oletuspäätös toimii oletusperiaatteella, missä toimimalla itsevarmasti ikään kuin jotain olisi jo totta, asiakkaan on vaikea kieltää se. Se että asiakas sanoisi ei, tekisi hänestä epäsosiaalinen ja negatiivisen ihmisen.
- > Tämä päätöskeino on yleinen. Moni muu päätöskeino on tämän muunnelma.

Omistajuuden hinta -päätös

> Tekniikka

- > Älä puhu hinnasta. Sen sijaan puhu omistajuuden kokonaiskustannuksista sisältäen huollot, varaosat jne.
- > Sitten vertaa kustannuksia kilpailijoiden kustannuksiin.
- > Usein on hyvä osittaa hinta vuosi, kuukausi tai viikkokustannuksiksi, kun kokonaiskustannukset vaikuttavat pelottavan korkeilta.

> Esimerkkejä

- > Kilpailevat järjestelmät saattavat vaikuttaa halvemmilta, mutta kun huomioi asennuksen ja koko järjestelmän eliniän, tämä järjestelmä on vain puolet siitä.
- > Koska olemme niin vakuuttuneita järjestelmiemme luotettavuudesta, veloitamme vain puolet kilpailijoittemme hinnasta. Se merkitsee, että kuukausikustannus on paljon pienempi.
- > Jos ostat kilpailijan tuotteen, joudut vaihtamaan kahden vuoden kuluttua. Tämä tuote kestää kaksi kertaa pidempään.

> Miten toimii

- > Ihmiset keskittyvät usein välittömiin kustannuksiin eivätkä havaitse pitkän aikavälin kustannuksia.
- > Omistajuuden hinta toimii vertaamalla kustannuksia pitkän ajan kanssa. Toki tarvitaan alhaisemmat huolto ja käyttökustannukset ja mahdollisesti parempi laatu, jotta tätä voi käyttää.

Omistajuuspäätös

> Tekniikka

- > Käyttäydy kuin asiakas jo omistaisi sen mitä myyt.

- > Puhele hänen tuotteestaan ja siitä, mitä asiakas aikoo tehdä sillä. Keskustele siitä, miten se sopii asiakkaan elämään. Ihaile sitä.
- > Älä puhu ostaako asiakas tuotteen tai onko asiakas valmis ostamaan. Puhu ikään kuin se olisi ollut aina asiakkaalla.

> **Esimerkkejä**

- > Minne laitatte uuden naulakkonne?
- > Mitä ihmiset sanovat autostanne?
- > Mistä pidätte eniten kamerassanne?
- > Teillä on oikein hieno kuva tässä.

> **Miten toimii**

- > Omistajuuspäätöksessä oletetaan, että asiakas jo omistaa tuotteen. Sillä yritetään luoda henkinen päätös periaatteelle, että omistaa tuotteen.

Ostoslistapäätös

> **Tekniikka**

- > Houkuttele esiin asiakkaan tarpeet, kuten tuoteominaisuudet ja muut, kuten palvelutaso, käytettävyys jne.
- > Kirjoita ne ylös ja vahvista asiakkaalta, että hän haluaa ne. Luonnollisesti varmistu, että ne ovat sellaisia, jotka voit toimittaa.
- > Näytä sitten lista asiakkaalle. Ostoslistapäätös syntyy kun merkitse jokaisen kohdan näyttäessäsi ne asiakkaalle.
- > Jos et voi kattaa kaikkea varmista, että kattamatta jääviä on vähän eivätkä ne ole merkittäviä.

> **Esimerkkejä**

- > OK. Haluat keltaisen paidan, joka voidaan käsin pestä ja kestää pitkään.

Tässä on sopivin meidän ikivalikoimasta: keltainen (merkkää), käsipesu - näetkö pesuohjeen? (merkkää) ja ikivalikoima tarkoittaa, että paidalla on viiden vuoden takuu (merkkää).

- > Tässä on luettelo. Katsotaanpa. 200db (merkkää), kohinasuodatus (merkkää), huolto paikan päällä (merkkää), ... Siinä se. Kaikki on. Mitä sanot?

> Miten toimii

- > Ostoslistapäätös toimii ensin vakuuttamalla, että luettelo itsessään on se mitä asiakas haluaa. Se luodaan kysymällä ja kirjoittamalla paperille.
- > Vakuuttava kohta on se tapa jolla merkitset jokaisen tarpeen. Joka kerta kun teen merkinnän, asiakas tekee psykologisen päätöksen. Toistosta syntyy vahva lopullinen kaupan päättäminen.
- > Luettelo tarkoittaa myös, ettei asiakkaalla ole vastaväitteitä.

Palkitsemisspääätös

> Tekniikka

- > Kun myyt sellaista, jota tiedät asiakkaan haluavan, mutta jota hän ei voi perustella itselleen kustannusten vuoksi, taivuttele sillä, että asiakas tarvitsee palkinnon.
- > Osoita miten kovasti asiakas on tehnyt töitä ja että tämä olisi hyvä palkinto, jonka hän ansaitsee.
- > Selvitä onko asiakas antanut jotain muille. Osoita sitten, että on oltava hyvä myös itselleen.
- > Anna asiakkaalle hänen tarvitsema syy. Anna syy, jonka hän voi kertoa itselleen ja joka kertoo, miksi on hyvä asia ostaa nyt.

> Esimerkkejä

- > Huomaan että pidät siitä. Minusta sinä oikeasti ansaitset sen. Anna itsellesi palkinto!

- > Olet tehnyt kovasti töitä koko ikäsi. Etkö haluaisi jotain palkintoa itsellesi?
- > Mieti mitä kaikkea olet tehnyt muiden hyväksi. Eikö olekin aika, että teet jotain itsesi hyväksi?
- > **Miten toimii**
 - > Palkitsemispäätös herättää tarpeen reilusta pelistä osoittamalla, että asiakas tarvitsee jotain vastineeksi jostain sellaisesta jonka hän on tehnyt.

Paras aika.-päätös

- > **Tekniikka**
 - > Kun ihmiset viivyttelevät painota miten juuri nyt on paras aika ostaa. Jokainen myyjä tietää, ettei ole olemassa sellaista, että asiakas palaa asiaan myöhemmin uudelleen.
 - > Esitä sesonkivaikutukset kuten kesä, joulukuu tai joku muu juhlapäivä.
 - > Muistuta lyhytaikaisista syistä, kuten myynti, sää jne.
 - > Selvitä mitä henkilökohtaisia syitä olisi ostaa, kuten puolison syntymäpäivä jne
 - > Käänä vastakohtaksi esimerkiksi ettei koskaan ole parasta aikaa ostaa ja näytä, että nyt on yhtä hyvä aika kuin milloin tahansa muulloinkin.
- > **Esimerkkejä**
 - > Meillä on näitä varastossa vain joulumyyntiin.
 - > Kesä on tulossa. Onko teillä kaikki puutarhakalusteet jotka tarvitsette?
 - > Ensi viikoksi ennustetaan aurinkoisia. Meillä on rajoitettu varasto aurinkovoiteita.
 - > Paras aika on ostaa nyt, koska...
 - > Parasta aikaa ostaa ei ole, joten se voi olla hyvin nyt.

> Jos aikoisit säästää rahaa, milloin aloittaisit?

> Miten toimii

> Paras aika -päättös toimii painottamalla miten nyt on paras aika ostaa ja, ettei päätöksen siirtäminen ole hyvä asia.

Pelasta maailma -päättös

> Tekniikka

> Ehdota, että jos asiakas tekee mitä pyydät, se johtaa jotenkin paljon suurempaan syntyvään hyötyyn.

> Käytä fraaseja ”jos sinä... niin sitten...” osoittaaksesi syy-seuraussuhdetta.

> Esimerkkejä

> Jos avustat nyt, autat pelastamaan maailman valaat.

> Jos säästät pienen summan päivittäin, se antaa sinulle huolettomat eläkepäivät.

> Miten toimii

> Ihmiset yleensä vakuuttuvat kun syy-seuraussuhde kahden asian kesken esitetään, vaikka se voi olla hatara.

> Me kaikki uneksimme ja ajatus siitä, että melko pienellä vaivalla saavutamme unelmamme on houkutteleva.

Pikkupäätökset

> Tekniikka

> Kysy pikkujutuista saadaksesi päätöksiä asioista joista olisi päätettävä jos

oikeasti ostaisi.

> Kysy koko, malli, toimitusaika jne.

> Kysy sitten lopullinen päätös.

> Esimerkkejä

> Jos ostat tämän, mistä mallista pidät eniten?

> Näitä on viidellä sävyllä. Mistä pidät eniten?

> Onko teillä jo xxx järjestelmä? ... Hyvä, sitten tämä on helppo asentaa.

> Miten toimii

> Asiakas tietää, että hänen on päätettävä monista yksityiskohdista ja päätösten monimutkaisuus voi estää ostamasta. Saamalla helpot päätökset pois alta, tulee lopullisesta päätöksestä helpompi.

> Monen pikkupäätöksen jälkeen asiakas on tottuneempi ajatukseen, että hän ostaa.

Päivittäiset kustannukset.. -päätös

> Tekniikka

> Laske kokonaiskustannukset päivittäisiksi kustannuksiksi. Tai viikko ja kk-kustannuksiksi.

> Esimerkkejä

> Liittymä maksaa vain yhden euron päivässä. Ei kallista, vai mitä?

> Maksaisitko 9,5 euroa viikossa täydellisestä mielenrauhasta?

> Vakuutuksemme kattaa paljon eikä maksa paljoa.

> Miten toimii

- > Ihmiset arvioivat kustannuksia yhtenä kokonaisuutena. Vähentämällä kokonaiskustannukset pienimpään mahdolliseen yksikköön on asiakkaan tehtävä vaikea laskutoimitus saadakse selville kokonaiskustannukset, jota monet eivät viitsi tehdä.

Samankaltaisuuspäätös

> Tekniikka

- > Kerro tarina henkilöstä, joka on aivan kuin kohdeasiakas. Hänellä on samanlaiset ongelmat ja huolet ja joka osti sen mitä myyt ja on nyt todella tyytyväinen.
- > Varmista että asiakas tuntee empatiaa tarinan henkilöä kohtaan. Ole hienovarainen. Älä tee tarinan henkilöstä liian samanlaista. Kun mahdollista, käytä todellista henkilöä ja todellista tarinaa.

> Esimerkkejä

- > Minulla oli täällä eilen naishenkilö, joka kysyi samat kysymykset ja joka oli myös huolestunut ympäristövaikutuksista. Hän näki meidät ympäristön suojelun listalle ja tuli tänään takaisin ja teki tilauksen.
- > Pari viikkoa sitten eräs mieshenkilö, joka myös asui lähellä lentokenttää ja tarvitsi jotain melun vuoksi. Meidän asiantuntijamme selvittivät asiaa, mutta emme ole kuulleet miehestä sen koommin. Luulen että hänellä on edelleen unettomia öitä. Suihkukoneet ovat äänekkäitä, mutta meidän erikoiset kolmilasiset ikkunamme hoitavat asian.

> Miten toimii

- > Tarinoita lukiessa ja elokuvia katsoessa assosioidumme päähenkilöön ja tarinan muihin henkilöihin. Otamme osan henkilöiden luonteesta itseemme. Samaistumme kuviteltuihin hahmoihin ja niin teemme helposti todellisessakin elämässä.
- > Samaistuttuaan tarinan henkilöön, asiakas todennäköisimmin on samaa mieltä tarinan henkilön kanssa ja tekee saman päätöksen.

Seurustelupäätös

> Tekniikka

- > Hurmaa toinen. Anna huomiota ja kohteliaisuuksia. Tarjoa lounas tai päivällinen, jos se sopii ja nosta asiakas korokkeelle.
- > Kohtele asiakasta kuin pitäisit heistä henkilöinä ja, että myyminen on toissijaista. Työskentele suhteen aikaansaamiseksi. Ota yhteyttä osoittaaksesi kiinnostustasi. Anna asiakkaiden tuntea olevansa erikoistapaus.
- > Kaupan pyytäminen on kuin pyytäisi naimisiin. Jos asiakas todella pitää sinusta, hän sanoo tietenkin kyllä. On varottava kuitenkin ettei lähentelystä tule häirintää. Et halua pelotella asiakasta pois.

> Esimerkkejä

- > Tiedätkö että näytät todella hienolta tuossa takissa.
- > Kanssasi on ihana keskustella... ei siitä ole vaivaa ollenkaan ... anna kun minä autan ... tuo oli nokkelasti sanottu...
- > Tulisitko vieraaksi illan jääkiekko-otteluun?

> Miten toimii

- > Myyminen on lähellä pariskunnan seurustelua ja se sisältää monia samoja keinoja, joita miehet käyttävät naisten hurmaamiseen.
- > Kun toinen osapuoli on tarpeeksi imarreltu, teet oikeat asiat oikein ja asiakas ostaa.

Sulkupäätös

> Tekniikka

- > Tee toiselle kolme tarjousta.
- > Tarjoa ensin jotain ylenpalttista ja kallista, joka ylittää asiakkaan maksukyvyn, mutta ei niin paljoa, etteivät he harkitsisi. Se olisi jotain mitä he toiveikkaasti haluaisivat, mutta eivät voi perustella. Jos voivat, saat ison kaupan.
- > Toiseksi tarjoa hyvää kauppaa, joka on oikeassa hintaraamissa. Se ei ehkä sisällä kaikkea mitä asiakas haluaa, mutta on hyvä kauppa kuitenkin.
- > Kolmanneksi tarjoa vaihtoehtoa, joka on selkeästi vähemmän kuin mitä asiakas haluaa.
- > Asiakkaan tulisi valita keskimmäinen, toinen vaihtoehto.

> Esimerkkejä

- > Voin tehdä koko keittiöjärjestelmän hienoimmilla kalusteilla, messinkisillä heloilla ja jalopuu koristeilla. Se on kalliihko, mutta hämmästyttävän laadukas.
- > Hyvä vaihtoehto on Boschin koneet ja pyökkitasot. Se on tosi hyvä laatu-hintasuhteeltaan.
- > Jos budjetti on niukahko, meillä on peruskoneet ja kivat laminoidut tasot.

> Miten toimii

- > Sulkupäätös toimii luomalla kontrastin parhaimmasta vaihtoehdosta sekä ylöspäin, että alaspäin.
- > Hylkäämällä kalliin vaihtoehdon asiakas tuntee, ettei käyttänyt liikaa rahaa. Vertaamalla vaihtoehtoja asiakas tuntee tehneensä järkevän päätöksen.
- > Halvimman vaihtoehdon hylkäyksellä asiakas tuntee, ettei ole ostanut halpaa ja voi ostaa jotain arvokkaampaa.

Taloudellinen päätös

> Tekniikka

- > Keskity talouteen ja osoita miten kustannukset pienenevät.
- > Näytä miten suurempi ostomäärä laskee yksikkökustannuksia.
- > Näytä miten vaihtoehtoisilla tuotteilla on kuluja, jotka eivät heti näy.
- > Rakenna kauppa sellaiseksi, joka maksaa kokonaisuutena vähemmän.
- > Puhu pitkän aikavälin kustannuksista.

> Esimerkkejä

- > Saat enemmän perhepakkauksessa.
- > Voit maksaa luottokortilla, mutta meidän rahoituksessamme on alhaisempi korko.
- > Tämä malli on arvokkaampi ominaisuuksiltaan.

> Miten toimii

- > Moni ihminen keskittyy vain hintaan, ja taloudellisuudesta puhuminen osuu siihen ja saa aikaan, että asiakas alkaa luottamaan, että säästät hänen rahojaan.
- > Niilläkin ihmisillä joita hinta ei paljoa huoleta, on hinta kuitenkin asia, joka on ratkaistava jollain tasolla ja teet vaikutuksen ottamalla asian itse esille.

Toistopäätös

> Tekniikka

- > Saa kauppa päätökseen toistamalla päättämistä lukuisia kertoja.
- > Näytä yksi tuote, sitten muita ja palaa takaisin ensimmäiseen tuotteeseen. Tee se kolme neljä kertaa.
- > Kerro useita syitä miksi asiakkaan pitäisi ostaa.
- > Kysy monia kysymyksiä, jotka muistuttavat asiakasta tuotteesta.
- > Kerro monista muista, jotka ovat ostaneet tuotteen.
- > Kun he kieltäytyvät, palaa tuotteeseen monta kertaa.

> Esimerkkejä

- > Katso tätä... voisit kokeilla tuota... tämä on myös hyvä... ja tässä toinen ... mutta tämä...
- > Tiedän ettet osta mutta näyttäisin vielä yhden asian...

> Miten toimii

- > Toistopäätös toimii, koska monet ihmiset tarvitsevat toistoa monta kertaa ennen kuin he tajuavat. Kenkäkaupassa he saattavat poimia ja panna pois kengän kolme kertaa ennen ostamista.
- > Monilla ihmisillä on tietty lukumäärä, joka heidän on toistettava asiaa ennen kuin he tekevät henkilökohtaisen päätöksen. Jos saat selville lukumäärän (usein 3-4), tiedät montako kertaa sinun on toistettava ostopäätöstä.

Tuleva päätös

> Tekniikka

- > Jos asiakas ei ole valmis päättämään, päätä joskus tulevaisuudessa.
- > Ehkä asiakas haluaa ajatella läpeensä. Kysy miten paljon asiakas tarvitsee aikaa. Kysy onko asiakas sitten valmis päättämään. Ajateltuaan asiaa, asiakas saattaa olla valmis päättämään nyt. Ellei, tapaa uudelleen.

> Esimerkkejä

- > Miten paljon aikaa tarvitset miettimiseen? ... Mietittyäsi sitä nyt, mitä mieltä olet?
- > Kun olet miettinyt sitä, luuletko että olet valmis ostamaan?
- > Kun tapaamme ensi viikolla, oletko miettinyt valmiiksi siihen mennessä?

> Miten toimii

- > Tuleva päätös toimii niin, että se sallii asiakkaan ajatella nykyisyydessä tulevaisuutta tuoden täten tulevaisuuden tähän hetkeen ja mahdollisesti päättää nyt heti.

Tulipalopäätös

> Tekniikka

- > Selitä miten tämä on ainoa mahdollisuus ja, että hinta on alhainen tietyistä sinusta riippumattomista syistä. Osoita myös, että aika on rajallinen.
- > Painota epäonneasi kun esiinnyt.

> Esimerkkejä

- > Meille murtauduttiin viikonloppuna ja monet tavarat vahingoittuivat. Vakuutus korvaa, joten me haluamme vain päästä kaikesta eroon.

- > Toimittajamme meni konkurssiin ja saimme heidän varastonsa velkojen maksuksi. Tämä on viimeinen erä ja myymme ne loppuun.
- > Meillä oli vesivuoto ja pakkauslaatikot vettyivät hiukan. Tuote on kunnossa, mutta meidän on myytävä ne alennetulla hinnalla.

> Miten toimii

- > Todellisessa tulipalomyynnissä tuotteet ovat eri tavoin vahingoittuneita ja myydään loppuun reippailla alennuksilla, jotta niitä ei tarvitse viedä kaatopaikalle. Vesivahinko on yksi syy. Samaa periaatetta voi käyttää konkurssimyynnissä.
- > Tulipalomyynnissä asiakas kokee olevansa paremmassa asemassa kuin myyjä, koska myyjä on menossa nurin tai on muuten epäedullisessa asemassa.

Tuloslaskelmapäätös

> Tekniikka

- > Luettele oston edut ja kustannukset eli haitat. Tietenkin edut voittavat haitat.
- > Voi kirjoittaa ne tuloslaskelman muotoon. Kannattaa varmistaa että edut - sarake on vakuuttavampi ja vaikuttavampi.
- > Haitat sisältävät asioita, joita asiakas haluaa, mutta ei saa. Aloita haitoilla ja pidä ne lyhyinä, mutta uskottavina.
- > Käsittele sitten edut. Voit ehkä kuulosta positiivisesti yllättyneeltä kun kuvaillet niitä. Ole kohtuullinen kuten olisi asiakkaan puolella. Puhu kuin puhuisit itseksesi.

> Esimerkkejä

- > No vaikka se maksaa näin paljon, ja se on jonkun verran rahaa, se kuulostaa tosi hyvältä ja sopii talonne sävyihin.
- > Punnitaan asioita. Ette saa mutta olette hyvin budjetissa ja saatte ...

ja... joo, tämän näyttää hyvältä.

> Miten toimii

- > Tuloslaskelmapäätös toimii luottamusta rakentamalla, koska siinä myyjä vertailee, joka ohjaa asiakkaan ajattelua ja saattaa poistaa asiakkaan vaivan tehdä oma vertailu. Tunnetaan myös nimellä Abraham Lincoln Close, Ben Franklin Close ja Duke of Wellington.

Tunnepäätös

> Tekniikka

- > Leikittele asiakkaan tunteilla herättääksesi tiettyjä tunteita.
- > Kokeile jos asiakas reagoi enemmän negatiivisiin tai positiivisiin tunteisiin ja toimi sen mukaisesti.
- > Jos epäilet, käytä positiivisia tunteita. Ne toimivat yleensä paremmin.

> Esimerkkejä

- > Jos otat tämän nyt kotiisi, niin miltä se tuntuisi?
- > Tuntuuko sen pitäminen mukavalta?
- > Heistä jotka eivät osta tätä tuntuu aina pahalta jälkeenpäin.

> Miten toimii

- > Tunnepäätös toimii, koska kaikki päätökset perustuvat tunteisiin. Vaikka asiakas ajattelee loogisesti, lopullinen askel perustuu aina tunteeseen.

Tyhjän tarjouksen päätös

> Tekniikka

- > Tee oikein ystävällinen tarjous, jota asiakas ei voi ottaa.
- > Tarjoudu tekemään jotain kaupan saamiseksi, joka asiakkaalla voi helposti olla, mutta jota todennäköisesti ei ole.
- > Myy sitten se jotain. Jos asiakkaalla on se, sinun on tietenkin täydennettävä tarjoustasi, mutta se auttaa herättämään sosiaalista pääomaa sinua kohtaan.

> Esimerkkejä

- > Asennanko varapyyhkimenne? ... Ai, teillä ei ole. Onneksi meillä on varastossa muutama...
- > Tulisitteko kilpailuun tänään ... ok, olette kiireisiä.
- > Tarvitsetteko apua tietokoneen asennuksessa? ... Ai teidän oma atk-osasto tekee sen.

> Miten toimii

- > Tyhjä tarjous ei merkitse, että annat jotain asiakkaalle, vaihdannan sääntö tarkoittaa, että asiakas tuntee olevansa jotain velkaa anteliaan tarjouksesi johdosta.

Uhkavaatimuspäätös

> Tekniikka

- > Osoita että ellei asiakas tee kauppaa nyt, sillä on merkittäviä kielteisiä seurauksia.
- > Tavallisin rakenne on "Jos ... sitten..."

- > Sinä voit olla se henkilö, joka saa ne seuraukset aikaiseksi. Voit olla myös ystävä, joka varoittaa asiakasta seurauksista, jota hän ei ole havainnut.

> Esimerkkejä

- > Ellet allekirjoita nyt, joudun puhumaan esimiehesi kanssa.
- > Muista että tämän on alennuksen viimeinen päivä.
- > Jos allekirjoitat tänään, saat pitää bonuksen. Jos jätät sen huomisen, joudut aloittamaan alusta uudelleen.

> Miten toimii

- > Tämä voi olla hyvin negatiivinen keino, koska se perustuu uhkauksiin ja pelkoon, vaikka ne voidaan verhota ystävyys kaapuun.
- > Uhkavaatimuksen tullessa toiselta henkilöltä, voi olla todellinen, eikä asiakkaalla ja sinulla ole valtaa siihen toteutuuko se vai ei.
- > Vaikuttaa ettei tämän tapainen päättäminen ole kovin hyvä ajatus, mutta se on aika tavallinen kertakaupoissa.

Uudelleen kokeilu.-päätös

> Tekniikka

- > Kun asiat eivät mene haluamallasi tavalla ja asiakkaasi on mahdollisesti jo sanonut ei (ehkä monta kertaa), yritä nollata tilanne tuomalla esiin uutta tietoa, joka tekee aikaisemmista päätöksistä hataria tai väärää.

> Esimerkiksi

- > Katsoin tarkemmin ja havaitsin, että käytimme väärää tietoa.
- > Olen pahoillani, mutta hukkasin muistiinpanoni edelliseltä kerralta. Voimmeko käydä asiat uudelleen läpi?
- > Janin kanssa keskusteltuani näyttää siltä, että vaatimukset ovat muuttuneet...

> Miten toimii

- > Päätöksen kokeileminen uudelleen toimii kuten valitus ylempään oikeusasteeseen kun alemman oikeusasteen todisteet ovat osoittautuneet vääriksi.
- > Varsinainen kaupan päättäminen on oikeastaan vanhan kielteisen päätöksen kumoamista ja uudelleen neuvottelua.

Vaihtoehtopäätös

> Tekniikka

- > Vaihtoehtopäätös toimii siten, että asiakkaalle tarjotaan kaksi tai useampi vaihtoehto.
- > Vaihtoehtojen lukumäärän tulee olla pieni, kaksi ja kolme on yleensä riittävä. Liian suuri määrä voi johtaa siihen, että asiakas kokee päättämisen monimutkaiseksi ongelmaksi.
- > Keino toimii muissakin kuin myyntitapauksissa. Esimerkiksi neuvoteltaessa sopimuksesta.
- > Eleillä voi edistää, että asiakas valitsee sen mitä myyjä haluaa. Ele voi olla nyökkäys. Lisäksi äänenpainoilla voi vaikuttaa valintaan.

> Esimerkkejä

- > Pidätkö parempana sinistä vai punaista?
- > Haluatko yhden vai kaksi pakettia?
- > Mikä näistä kolmesta tuntuu parhaimmalta?
- > Tavataanko ensi viikolla vai seuraavalla?

> Miten toimii

- > Vaihtoehtopäätös on mukaelma laajemmasta oletuspäätöksestä ja toimii pääasiassa olettamuksella.
- > Myyjä toimii ikään kuin olettamalla, että asiakas on jo päättänyt ostaa ja

Valikoitu kuurous -päättös

> Tekniikka

- > Et välitä mistään, mitä asiakas sanoo, joka ei johda kohti kauppaa. Käyttäydyt kuin sitä ei olisi sanottukaan. Mietit kuitenkin miksi asiakas sanoo mitä sanoo, jotta voit johdatella asiakkaan pois siitä.

> Esimerkkejä

- > (asiakas sanoo, että se on kallis) - Eikö se näyttäisikin hienolta talossanne?
- > (asiakas alkaa lähteä) - Katsopas tätä ominaisuutta!
- > (asiakas kysyy sellaista, mitä sinulla ei ole) - Haluatteko kupin kahvia?

> Miten toimii

- > Valikoitu kuurous toimii periaatteella, että saat sen mistä puhut. Jos asiakas keskittyy siihen, miksi hän ei osta, hän ei todennäköisesti osta.
- > Se on yhteydessä hallintaan. Jos puhut siitä, mitä asiakas haluaa, olet heidän mielessään ja asiakkaalla on hallinta. Haluat että asiakas tuntee hallitsevan, mutta todellisuudessa johdattelet asiakasta sitä polkua jota haluat hänen kulkevan.

Vastakkaispäättös

> Tekniikka

- > Käyttäydy ikään kuin et haluaisi asiakkaan ostavan tuotetta.
- > Asiakkaan esittäessä vastaväitteen, vie tuote takaisin hyllyyn (tai anna se toiselle myyjälle, joka on vielä pahempaa).

- > Muista yhtäkkiä, että se on viimeinen ja varattu jollekin toiselle.
- > Kun asiakas vastustaa, että sinä päätät hänen puolestaan, älä luovuta helpolla. Anna asiakkaan taivutella sinua ja ota tuote esille vasta kun olet saanut voimakkaan kiinnostuksen tai sitoutumisen.
- > Tämä toimii erityisen hyvin kun asiakkaalla on vastahankainen asenne
- > Miten tiukasti toimit, riippuu miten paljon asiakas tulee vastaan. Tämä on kuin kalastusta. Liian pitkä siima ja kala karkaa kun taas herkän tiukka ote tuo kalan rantaan.
- > Voit käyttää tätä myös toisilla tavoilla, esimerkiksi kysymällä miksi asiakas ei ostaisi sinulta saat asiakkaan ilmaisemaan vastaväitteen.
- > **Esimerkkejä**
 - > Tämä ei selvästi ole sinulle. Kiitos käynnistä kuitenkin.
 - > Voi ei! Tämä on varattu toiselle asiakkaalle eikä meillä ole enempää.
 - > En usko, että tämä on tyylinne.
 - > En hae sitä uudelleen ellette ole varma, että otatte sen.
- > **Miten toimii**
 - > Vastakkaispäätös toimii aiheuttamalla vastustusta, jossa asiakas ottaa sinulle vastakkaisen kannan.
 - > Se voi olla hyödyllinen myös, kun asiakas epäilee, että yrität myydä hänelle jotain. Kieltäytymällä myymästä vaikutat olevasi asiakkaan puolella tai, vähintään olet rikkonut tyypillisen myyjän stereotypian.

Yhteenvetopäätös

- > **Tekniikka**
 - > Tee yhteenvetomainen luettelo eduista, jotka asiakas saa, joka kattaa kaiken sen mitä hän saa rahojensa vastineeksi.

- > Tee siitä vaikuttavan kuuloista käyttämällä kokonaislauseita ja houkuttelevia sanoja.
- > Mene yksityiskohtiin ja erottele niin monta alakohtaa ja ominaisuutta kuin voit.
- > Yhdistä kuvaus kohtuulliseen aikaväliin. Tavoite on tehdä vaikutus sillä mitä asiakas saa, eikä ikävystyttää yksityiskohdilla.

> Esimerkkejä

- > Tuotteen lisäksi saatte ilmaisen kuljetuksen, kymmenen päivän vaihtooikeuden ja täyden takuun.
- > Tämän mukana tulee kätevä kantolaukku ja kaukosäädin, jonka paristot sisältyvät pakettiin tietenkin!

> Miten toimii

- > Yhteenvedot päätös toimii toistamalla sen mistä on sovittu. Laittamalla kaikki yhteen se kuulostaa isommalta paketilta.

Yksinoikeuspäätös

> Tekniikka

- > Selosta miten kuka tahansa ei voi ostaa tuotetta ja ostamiseen tarvitaan ”pätevöityminen”.
- > Ellei asiakas täytä pätevyitymistä, voit sallia asiakkaan ostaa erikoisena suosion osoituksena.

> Esimerkkejä

- > Tämä alennus on vain paikallisille asukkaille. Asutteko täällä? ... Näen että teillä on paikallisen kaupan kassi?
- > Tämä erikoistarjous on jäsenille. Alennus on 20 % jos on klubimme jäsen... siihen on edullista liittyä.
- > Kurssin aloittaminen edellyttää johdantokurssin hyväksyttyä suorittamista. Ilmoitanko teidät sille ensin?

- > Meillä on tavallisesti 5 %:n alennus vanhoille asiakkaille. Annan sen jos et kerro muille ja maksat heti.

> Miten toimii

- > Kun meille sanotaan, ettemme saa jotain, se loukkaa tajuamme siitä, että voimme itse säädellä mitä teemme, jolloin motivoitumme ottamaan hallinnan omiin käsiimme.
- > Kun havaitsemme olevamme päteviä johonkin, meidän identiteettimme saa potkua kuulumisesta ”erikoisryhmään” ja se nostaa tyytyväisyyttämme ostokseen.

Älypäättös

> Tekniikka

- > Vihjaa että älykkäät ihmiset ostavat tuotteen.
- > Tämä on erityisen käyttökelpoinen myytäessä teknologiaa, jonka monimutkaisuus saattaa pelottaa ostajaa.
- > Äly voidaan liittää myös hyvä kaupan tekemiseen.
- > Voi myös vihjata, että on tyhmää olla ostamatta.

> Esimerkkejä

- > Myin tällaisen erikoislääkärille eilen.
- > Tämä on todella hyvä ratkaisu.
- > Se on monimutkaista, mutta näyttää siltä, että olet tottunut käsittelemään sellaista.
- > Olisi tyhmää olla ostamatta tällä hinnalla.

> Miten toimii

- > Älypäättös toimii, koska se liittää älykkyyden ostamispäätökseen. Jos ihmiset ajattelevat olevansa älykkäitä, heitä houkuttaa ostaa tuote, joka

saa aikaan älykkyyden tunnetta.

- > Jos henkilö mieluimmin pyrkii välttämään vihjaus, että ostamatta jättäminen olisi tyhmää, he pyrkivät välttämään tyhmältä vaikuttamista.

Jälkilause

Tämä opas syntyi halusta tarjota yksinkertainen katsaus erilaisiin kaupan päättämisen keinoihin.

Toivon että olen onnistunut. Omasta mielestäni onnistuin, jos sait itsellesi idean tai vinkin, jota voit käyttää ja joka toimii sinun myyntitilanteissasi.

Jokaisen kaupan päättämisen keinon varsinainen testi on, kun käytät niitä ja syntyy tuloksia.

Kaupan saaminen on tietenkin monen asian summa. Päättäminen on vain yksi osa menestyksellistä myyntityötä. Jossain vaiheessa kuitenkin on kauppaa päätettävä. On tultu tilanteeseen, jossa päätös on luonnollinen tapahtuma ja molemmat, sekä myyjä, että ostaja haluavat päätöksen, joka tuo ratkaisun tilanteeseen. Molemmat haluavat päätöstä.

Työskentelen pääasiassa monimutkaisia palveluja ja tuotteita myyvien yritysten kanssa. Niiden tilanteissa kaupan päättäminen mukautuu usein kaupan edistämiseksi. Jos itse toimit tuon tapaisessa ympäristössä toivon, että sait idea ja ajatusta edistää kaupan etenemistä.

Lähteet

- > David Straker: Changing Minds <http://changingminds.org/> Useimmat päättämistekniikat ovat tältä sivustolta ja käännetty David Strakerin luvalla
- > Neil Rackham: SPIN Selling
- > Neil Rackham: SPIN Selling Fieldbook
- > Harvey MacKay: The MacKay MBA of Selling in the Real World
- > Brian Tracy: Advanced Selling Strategies
- > Dave Kurlan: Baseline Selling

Kirjoittajasta

Kirjoitan ajatuksiani ja ideoitani, jotta kuka tahansa voisi hyötyä ja käyttää niitä ilmaiseksi. Toivon että sait hyötyä ja etua tästä oppaasta.

Olen kirjoittanut myös Myyntimallit-oppaan, jonka lähetän sähköpostissa sinulle, jos haluat.

Työskentelen konsulttina, advisorina, coachina ja interim manager -myyjänä ja myynnin johtajana viennissä ja liiketoiminnan kehittämisessä.

Kirjoitukseni aiheet saan elävästä elämästä toimiessani yritysten väliaikaisena ja osa-aikaisena resurssina ja opiskelemalla jatkuvasti uutta kirjallisuudesta.

Lisää kirjoituksiani on nettisivullani <http://www.actional.fi>

Heikki Matias Luoma

Kaupan päättäminen - 69 tapaa päättää kauppa ja saada tilaus

Lukijoitten lausuntoja oppaasta:

“Moni kauppa jää kotiuttamatta koska myyjä ei yksinkertaisesti uskalla kysyä kauppaa. Opa tarjoaa hyviä reseptejä eri ihmistyypeille kaupan päättämiseen. Opa toimii taatusti hyvin esim. esilukemiseksi päivän valmennukseen. Esim. myyjät lukevat oppaan läpi ja valitsevat mielestään 3 itselleen sopivinta tapaa klousaukseen. Itse valmennuksessa näitä voidaan käydä läpi ja harjoitella ennen käytännöntoteutusta. Voisin odottaa runsaasti ahaa-elämyksiä ja itsevarmuuden lisäystä useille etenkin aloitteleville tai ‘lukossa’ oleville kokeneemmille myyjille. “

“Mahtavaa tekstiä. Kiitos että saan lukea tätä ja oppia siitä. Todella mielenkiintoisia menetelmiä joita aion kokeilla. Tosi arvokas opus tämä kirjoittamasi. Tämä on niin selkeä jokaisen myyjän pitäisi lukea tämä eikä mitään kapulakieli oppaita.”

“Olen lukaissut läpi kaupan päättamisoppaan. Paketti on oikein hyvä, sopivasti yksinkertainen ja palvelee tarkoitustaan oppia erilaisia päättämistekniikoita. Tärkeintä luonnollisesti olisi löytää näistä omaan liiketoimintaan parhaiten sopivat vaihtoehdot ja soveltaa niitä itselle. Soveltamisen pitäisi onnistua helposti, kun tekniikoissa on havainnolliset esimerkit mukana.”

Actional Oy
Hepokalliontie 2
00850 Helsinki