Els teus clients compren el que vens realment?

Aquesta història et podria resultar familiar...

En els negocis s'han de fer les coses bé de manera consistent. Gairebé qualsevol persona pot aprendre a fer una venda. Potser no la faran molt ràpidament o amb un gran marge, però es pot fer la venda. La clau està a ser capaç de generar vendes consistentment i constantment, més enllà del replà

La Lídia va notar que havia arribat a un estancament en el seu negoci de serveis de neteja. Durant els últims

tres anys, havia contractat els mateixos anuncis a les mateixes publicacions amb el mateix resultat. Generava suficients nous clients per compensar els que perdia, però mai no va ser capaç d'anar més enllà del seu èxit mediocre.

“Em sento una mica encallada”, em va explicar a la seva última trucada. “Cada vegada que contracto un altre anunci o faig un altre mailing de correu, només genera prou feina nova per compensar els costos addicionals que he tingut. No puc contractar un empleat addicional fins que no tingui més feina, però em sembla que no puc aconseguir més feina. Tinc moltes ganes de tenir més ingressos per a mi i la meva família, i crec que podria fer-ho si pogués dur a terme noves estratègies de màrqueting.”

La sorpresa.

La meva pregunta la va inquietar: “Què vens?”

“Què vols dir? Venc serveis de neteja”, va respondre ella.

“No, què vens realment? O mirem-ho d'una altra manera: què és el que els teus clients et compren?”

Molts propietaris de negocis de serveis surten al mercat sense una comprensió clara del que estan venent o del que els seus clients estan comprant. Després d'un temps, comencen a rebre clients pel simple fet que han arribat a la gent suficient per generar una mica d'interès. El problema ve una vegada que han arribat a un replà i sembla que no poden créixer més enllà. En els negocis s'han de fer les coses bé de manera consistent. Gairebé qualsevol persona pot aprendre a fer una venda. Potser no la faran molt ràpidament o amb un gran marge, però es pot fer la venda. La clau està a ser capaç de generar vendes consistentment i constantment, més enllà del replà.

La Lídia pensava que venia serveis de neteja però, arran d'una recerca profunda de més de dues setmanes, va descobrir que els seus clients estaven comprant una cosa molt diferent.

X Més temps per estar amb el seu cònjuge i fills;

XUna casa neta;

XTemps per a ells i les seves aficions;

XL'alleujament de tensió per tenir una problemàtica menys en què pensar;

XFelicitat matrimonial (no més baralles sobre les responsabilitats de la llar).

La realitat.

Aquest va ser un moment màgic per a ella. Es va adonar que els seus anuncis publicitaris estaven venent un "servei de neteja", quan en realitat els seus clients i els enquestats volien comprar una solució als seus problemes - no tenen prou temps, es barallen amb el seu cònjuge i mantenen un estil de vida estressant. Si era capaç de proporcionar la solució a un d'aquests problemes, estaria servint bé als seus clients.

Llavors va focalitzar els seus esforços de màrqueting en la solució dels problemes dels seus clients i potencials clients i va començar a dirigir-se als professionals i les famílies amb nens.

Aquests simples canvis la van ajudar a créixer més enllà de l'altiplà on el seu negoci s'havia estancat.

Així que pregunta't: Què estàs venent actualment? Què creus que compren els teus clients? Per què no els ho preguntes? Sí, ja sé que això és difícil, però les respostes són el camí més ràpid a l'èxit.

Publicat a:
-L'econòmic 14-02-2016 Pàgina 59

Font del document:
http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/4-economia/18-economia/940580-els-teus-clients-compren-el-que-vens-realment.html?cca=1&piwik_campaign=rss&piwik_kwd=nacional&utm_source=rss&utm_medium=nacional&utm_campaign=rss&f=El+Punt+Avui