



המדריך להקשבה מהלב הסוד לסגירת העסקה עם הלקוח הבא שלך

בלה עברון

bella@bella.co.il

052-4892900

תוכן עניינים

3	מהי הקשבה אקטיבית ולמה זה כל כך חשוב לנו כבעלי עסקים?
6	יצירת קשר ובניית אמון
8	שלב הגילוי (בירור צרכים)
10	הצגת המוצר /שירות
12	מענה להתנגדויות
14	סגירת העסקה
15	סיכום
16	קצת עלי



אז מה זה בכלל הדבר הזה "הקשבה" ולמה זה כ"כ חשוב לנו כבעלי עסקים?

שיחת מכירה היא אחת מדרכי התקשורת המאתגרות ביותר והרבה פעמים נדמה לנו שאילו רק היה לנו מוצר אחר או שהיינו פונים לשוק אחר, המצב שלנו היה שונה לגמרי והיה לנו הרבה יותר קל למכור. אלא שמחקרים מתקדמים בתחום המכירות, גילו שמה שעושה את ההבדל העיקרי בביצועים של אנשי המכירות המובילים בעולם - הוא לא התנאים החיצוניים שבתוכם הם פועלים, אלא יכולת ההקשבה האקטיבית שלהם.

מהי הקשבה אקטיבית?

הקשבה אקטיבית היא לא שמיעה או האזנה למה שיוצא לבן שיחנו מהפה. בהקשבה אקטיבית אנחנו **באמת** קשובים למה שלבן שיחנו יש לומר, מתוך **כוונה אמיתית** להבין את המקום שלו וכדי לתת לו את ההרגשה שאנחנו איתו. הקשבה אמיתית היא תהליך מורכב, הדורש מאמץ רגשי ואינטלקטואלי – ריכוז, סבלנות, יכולת לתרגם את הרעיונות של האחר ולסכם אותם, כמו גם יכולת לזהות מסרים של תקשורת לא מילולית. רובנו לא הורגלנו להקשבה אמיתית, ואנחנו נוטים להתפרץ לשיחה כאשר אנחנו מרגישים שיש לנו מה לתרום, אך **זוהי מיומנות שניתן לתרגל ולרכוש - כל מה שדרוש הוא מודעות עצמית ואימון.**



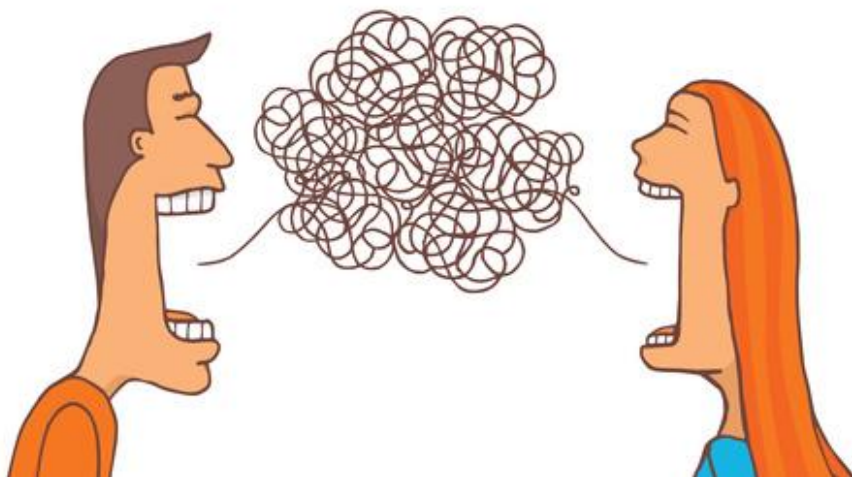
מהי הקשבה אקטיבית במכירות?

הקשבה אקטיבית היא שיטת מכירה יעילה, ששמה את צרכי הלקוח במקום הראשון. דרך ההקשבה ללקוח אנחנו בונים איתו מערכת יחסים של אמון, ומתוך ההתמקדות בדבריו, אנחנו מגלים את הצרכים שלו ויכולים להרגיע את החששות שלו ולהתאים לו את הפתרון הנכון לו ביותר.

למה הקשבה אקטיבית כל כך חשובה לתהליך המכירות?

הקשבה אקטיבית מאפשרת ללקוח לראות את הערך המוסף שלנו היות שרק כאשר אנחנו מבינים מה באמת מפריע ללקוח ומה חשוב לו, אנחנו יכולים להציג בפניו את המוצר שלנו, כפתרון הנותן מענה מדויק לנקודות שהעלה. במקרים רבים, הדבר הראשון שהלקוחות שלנו מספרים לנו על עצמם, אינו באמת הסיבה העיקרית, שבגללה הם הגיעו אלינו. הקשבה אמיתית, שתייצר אווירה של כנות ופתיחות, תאפשר לנו להעמיק את ההיכרות עם הלקוחות שלנו וכך נוכל לתת להם מענה מדויק יותר.

הקשבה אמיתית נותנת לנו הזדמנות לראות את הדברים מנקודת המבט של הלקוח והמידע שנאסוף ממנו יעזור לנו לא רק במכירה הנוכחית, אלא בכל תהליכי השיווק והמכירה העתידיים שלנו.



ההקשבה ללקוח מאפשרת לנו להבין אם אנחנו באמת מסוגלים לעזור לו. חשוב לזכור, שבסופו של דבר, מכירה של מוצר או שירות שאינם מתאימים, אינה משרתת אף אחד – לא את הלקוח שלנו ולא אותנו.

לכולנו יש צורך שיקשיבו לנו, יכבדו אותנו, יעריכו את דעתנו ויראו לנו שאכפת מאתנו. הקשבה אקטיבית מאפשרת לנו למלא את הצרכים האלה עבור לקוחותינו, ועל ידי כך אנחנו הופכים למשמעותיים עבורם.

כבעלת עסק בעצמי וכמי שמלווה מזה למעלה מעשור אלפי בעלי עסקים נוכחתי, עם השנים, עד כמה הקשבה אקטיבית היא כלי אפקטיבי בתקשורת שלנו עם הלקוחות ובפרט בשלב של סגירת העסקה.

המדריך שלפניכם נועד לתת לכם כלים ראשוניים להטמעת הקשבה אקטיבית בתהליכי המכירה שלכם.

המדריך נכתב כולו מתוך ניסיוני האישי ואני מנישה לכם אותו היום באהבה רבה.

בהצלחה!

שלכם,
בלה עברון

עברון בלה



יצירת קשר ובניית אמון

השלב הראשון של תהליך המכירה הוא שלב ההיכרות ובניית האמון והדרך היעילה ביותר לבסס מערכת יחסים טובה עם הלקוח, היא באמצעות הקשבה אמיתית ואקטיבית.

אז איך נראית הקשבה אמיתית?

- ♥ **פניות מלאה ללקוח** - בין אם השיחה היא פרונטלית ובין אם היא טלפונית – כשאנחנו בשיחה עם הלקוח, תשכחו ממולטי טאסקינג כי עכשיו כל הקשב שלנו חייב להיות מופנה אליו ורק אליו - ועלינו לשים בצד את כל הדאגות והמחשבות על נושאים אחרים.
- ♥ **נוכחות מלאה** – הקשבה בלב פתוח ובראש פתוח, בלי דיעות קדומות, בלי הנחות ופרשנויות אישיות, בלי לנסות לקדם אג'נדות פרטיות ומבלי לארוב בחשאי לשעת הכושר, בה הלקוח יסיים לדבר ואנחנו נוכל להשחיל הערה משלנו.
- ♥ **ללא הפרעות** - ללא רעשי רקע וללא התפרצויות שלנו לדברי הלקוח.
- ♥ **תגובתיות** – שאילת שאלות כדי להראות התעניינות ומעורבות וכדי להגיע ללב ליבם של הדברים.
- ♥ **במלוא תשומת הלב** – תשומת לב למילים, לטון הדיבור, לשפת הגוף והבעות הפנים (בשיחה פרונטלית) ולא פחות חשוב: למה שלא נאמר, לשתיקות הארוכות ולתשובות המהוססות והלא מלאות.



דוגמא טובה לכוחה של ההקשבה חוויתי בשיחה הראשונה עם מי שהפכה להיות אחת הלקוחות הטובות שלי.

הלקוחה התקשרה אלי מיוזמתה, אך אני שמתי לב, שהקשב שלה מתחלק ביני לבין הרעש וההשגחה על הילדים.

הצעתי לה לשוחח למחרת בבוקר, כשתהיה במשרד.

בשיחה למחרת - הלקוחה הודתה לי, ציינה שהיא מאוד התרשמה מההקשבה והרגישות שלי וזאת אחת הסיבות שהיא רוצה לעבוד איתי.

התחלנו לעבוד יחד והמשכנו במשך למעלה משנה. במקביל, הלקוחה הפנתה אלי עוד 3 מתעניינים נוספים שהפכו ללקוחות.



שלב הגילוי (בירור הצרכים)

השלב השני בתהליך המכירה הוא השלב בו אנו לומדים מהלקוח מהם הצרכים והרצונות שלו ואני מכנה את השלב הזה שלב הגילוי.

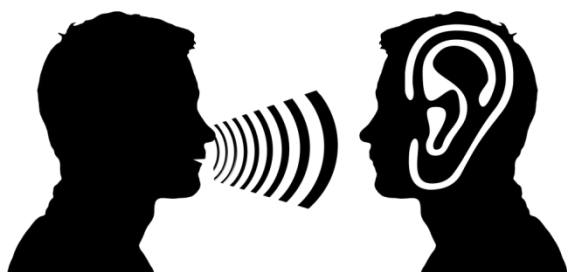
לאחר שנוצרה כבר היכרות ראשונית עם הלקוח ונבנה ביננו אמון בסיסי, זה הזמן להעמיק את ההיכרות עמו במטרה להגיע למסקנה אם באמת נוכל לעזור לו.

כדי לחשוף את החששות של הלקוח, את הספקות, הבעיות והמוטיבציה שלו לעשות שינוי, נשאל אותו שאלות פתוחות וניתן לו לתפוס את הבמה ולעשות את מירב הדיבורים.

ההקשבה האקטיבית בשלב הזה, תאפשר לנו ללמוד הרבה על מה שחשוב ללקוחות שלנו, כמו גם על האתגרים שאיתם הם מתמודדים ואפילו על תהליכי קבלת ההחלטות שלהם ומגבלות התקציב שעומדות בפניהם.

כדי לעודד את הלקוח לתת לנו כמה שיותר מידע, חשוב להעניק לו את ההרגשה, שאנחנו אכן מקשיבים לו. לשם כך ניתן להיעזר בטכניקת ההקשבה המשקפת, בה אנו חוזרים מדי פעם על דברי הלקוח במילים שלנו, ושואלים אותו אם לכך באמת התכוון.

במידה שאנחנו שמים לב, שאיננו יורדים לסוף דעתו של הלקוח, ניתן להשתמש בביטויים כמו "כלומר, אם הבנתי נכון..." או "תוכל לספר לי עוד קצת על...".



שאלת שאלות ובקשת הבהרות נוספות מראה ללקוח, שאנו אכן איתו ומקשיבים לו והיא מסייעת לנו להישאר ממוקדים בשיחה ולאסוף מידע חשוב להמשך תהליך המכירה.

במידה שזהו לקוח חוזר ויש לנו כבר היכרות איתו, נוכל לנצל את השלב הזה לצורך ריענון ודיוק.

כך, לדוגמא, לפני מספר חודשים פנה אלי לקוח, שביקש להשכיר כיתת וובינר. מאחר שבכיתות שאני משכירה יש מקום לעד 1000 משתתפים, שאלתי אותו מספר שאלות כדי לברר למה הוא זקוק. משהבנתי שהוא זקוק לכיתה קטנה יותר, של עד 100 משתתפים, הפניתי אותו לקולגה שלי, המשכירה כיתות וובינר קטנות, בעלות מופחתת.

אני מאמינה, שהתפקיד שלנו הוא לעזור ללקוחות שלנו ולא תמיד זה אומר דווקא למכור להם.

אני בטוחה, שאם ננהג כך, הם תמיד יזכרו אותנו לטובה ובטווח הרחוק זה רק ישתלם לנו.



הצגת המוצר / השירות

אין ספק, ששלב המצגת המוצר או השירות שלנו הוא שלב מאוד משמעותי בתהליך המכירה ועל פי גישת ההקשבה, הדרך האפקטיבית והיעילה ביותר לעשות זאת, היא על ידי הצגת הפתרון שלנו כמענה הטוב ביותר ללקוח.

המפתח להצלחתנו בשלב זה הוא קודם כל הקשבה אקטיבית ללקוח בשלבי המכירה הראשונים – זיהוי מדויק של צרכי הלקוח ומעל הכל - בניית האמון וביסוס מערכת יחסים, שבה הלקוח מרגיש, שהוא כבר מוכן ורוצה לשמוע את הפתרון שלנו.

חשוב להבין, שאמנם מרבית הלקוחות יודעים להסביר מהם האתגרים שלהם ומהן המטרות שהם רוצים להשיג, אך לא תמיד הם יודעים להגיד מהו הפתרון המתאים ביותר עבורם. מכאן חשיבות שלב ההצגה בתהליך המכירה.

כך, לדוגמא, לפני מספר חודשים פנה אלי צחי, הירקן השכונתי שלי, ושאל אותי האם אוכל לבנות עבורו אתר אינטרנט. לאחר שיחה קצרה שעשינו, בה למדתי ממנו שהוא מעוניין בעיקר בהגדלת מספר הלקוחות, הצעתי לו, שבשלב ראשון - ישקיע בקידום בפרסום בפייסבוק - ורק בשלב מאוחר יותר - יקים אתר תדמית לעסק.

לאחר שהסברתי לו מהם ההבדלים העיקריים ערוצי השיווק השונים ומדוע אני מאמינה שכרגע קידום בפייסבוק יתאים לו יותר, הוא קיבל את דעתי ומאוד הודה לי על שחסכתי לו השקעת כספים מיותרת.



במקרה אחר, לקוחה פנתה אלי במטרה להשכיר כיתת וובינר לצורך העברת הדרכה כחלק מתהליך המכירה שלה. ביקשתי ממנה להרחיב מעט יותר על תהליך המכירה ושמתי לב שהיא מתכוונת להתחיל במכירה עוד באותו ערב, מיד עם סיום שידור ההדרכה.

המידע הזה עזר לי לדייק את ההצעה שלי עבורה, וכך יכולתי להבטיח לה שאשלח לה את דו"חות הסיכום של הוובינר כבר באותו ערב, במקום בהליך הרגיל בו אני מפיקה את הדו"חות למחרת בבוקר.

אני מאמינה, שבסופו של דבר, הניואנסים הקטנים האלה הם שעושים את ההבדל הגדול בחווית הלקוח ובקבלת החלטות שלו.

ובחזרה לפרקטיקה של ההקשבה

לאחר שהצגנו ללקוח את הפתרון שלנו, זהו זמן מצוין להחזיר את רשות הדיבור אליו על ידי כך שנבקש ממנו משוב בשאלות כמו: "איך נשמע לך הרעיון הזה?", "מה דעתך?", "האם הפתרון הזה יכול להתאים לכם?" ועוד.

שימו לב, שגם בשלב הזה חשוב מאוד להקפיד על הקשבה נוכחת ואקטיבית שתעניק ללקוח תחושה, שאנחנו באמת איתו ותתן לנו מידע חשוב להמשך המכירה.



מענה להתנגדויות

אחד השלבים הרגישים ביותר בסגירת כל עסקה הוא המענה להתנגדויות שעולות מהלקוחות. **חשוב להבין, שזהו מצב טבעי ורוב האנשים לא יקנו מוצר או שירות בלי לשאול לפחות מספר שאלות או להביע לפחות חלק מחששותיהם.**

למזלנו, ההקשבה מסייעת לנו לתת ללקוחות שלנו את הביטחון שהם עושים את ההחלטה הנכונה ביותר עבורם.



כאשר לקוח מעלה התנגדות או ספק, השלב הראשון הוא להקשיב לו במלוא האמפטיה, ללא התנשאות ובמטרה להבין את המניעים שלו. זכרו, שגם אם הלקוח טועה או פשוט חושב אחרת מאיתנו, זוהי זכותו הלגיטימית להחזיק בדעתו וברגע שירגיש שאנחנו מקשיבים לו בלב פתוח, הוא ירגיש פחות צורך להתגונן או לתקוף.

הניסיון מראה, שכאשר לקוח מעלה התנגדות מסוימת, פעמים רבות ההתנגדות הראשונה שעולה, אינה בהכרח ההתנגדות העיקרית שלו. לכן, מאוד חשוב ליצור אווירה מקבלת, שתעודד אותו להמשיך להיפתח ולהעלות גם חששות נוספים שיש לו.

לאחר שהלקוח שיתף אותנו בחששותיו הדבר הבא הוא לשקף לו את מה שהבנו מדבריו: "נשמע שמאוד חשוב לך - נכון?"

לאחר שהלקוח אישר, שאכן הבנו את דבריו ויתכן שגם הוסיף פרטים נוספים ודייק את מוקד ההתנגדות, עכשיו תפקידנו הוא לענות לו על ההתנגדות תוך הבעת אמפטיה לרגשותיו.

לאחר שסיימתם את דבריכם, שאלו את הלקוח אם קיבל מענה מלא לשאלה ששאל.

אחד השירותים, שתמיד מעוררים התנגדויות אצל הלקוחות שלי, הוא ליווי בהפקת קורסים דיגיטליים. זהו שירות מורכב, המחייב השקעה הדדית של זמן ומאמצים, שלי ושל הלקוח, וכמעט תמיד הלקוחות מעלים חשש, שיתקשו להתמודד עם המשימות בהיבט התוכני ובעיקר - בהיבט הטכנולוגי.

כמי שמלווה, לאורך שנים, אלפי בעלי עסקים בהתמודדות עם אתגרי השיווק הדיגיטלי, אני מודעת היטב למשקל הרב שיש לחששות אלו ביכולת להשלים את המשימה שלקחו על עצמם. לכן, בשלב הזה אני לא מתווכחת עם הרגשתם, אלא נותנת לה את מלוא הלגיטימציה והאמפטיה, בד בבד עם הצגת הפתרונות הייחודיים, שפיתחתי כדי לסייע במיוחד במצבים אלו.



סגירת העסקה

אם נהגנו נכון לכל אורך תהליך המכירה, שלב הסגירה אמור לקרות בצורה טבעית, כהמשך ישיר של כל מה שעברנו עד עכשיו, תוך שאנחנו נעזרים רבות במידע שאספנו בהקשבה ללקוח.

מילות הסגירה שלנו צריכות להיות חזקות, להראות ללקוח שאנחנו מספקים לו את הפתרון הטוב ביותר לבעיותיו ולהניע אותו לפעולה מיידי. חשוב לדבר בבטחון, אך לא בשחצנות, בעודנו מסירים בדרך ספקות והתנגדויות שאולי יש לו עדיין בראש.

כך, למשל, הגיע אלי לקוח שרצה שאדריך אותו איך לפתוח דף עסקי בפייסבוק וביקש גם הדרכה בתפעול הדף באופן שוטף. לאחר שהקשבתי לו, הבנתי שהוא מתקשה בעבודה טכנית, יקח לו זמן רב לפתוח את הדף ולמעשה הוא כבר מגלה סימנים של יאוש ורצון לוותר.

החלטתי להציע לו, שאני אפתח עבורו את הדף, אכין את כל ההגדרות וגם אעלה אליו מספר פוסטים כדי להקל עליו, ולאחר מכן אתן לו הדרכה איך להמשיך לעבוד עם הדף בשוטף.

הלקוח מיהר להסכים בשמחה, הבנתי שקלעתי בול ואכן באותו רגע סגרנו את העסקה.



דבר אחרון לגבי סגירת העסקה
חשוב מאוד לדעת גם לקבל את העובדה, שלא כל אחד אמור להיות לקוח שלנו.
לפעמים המוצר שלנו באמת לא מתאים ללקוח ולעיתים, האדם שמולנו, עדיין אינו בשל לעשות את ההחלטה ולרכוש מאיתנו.

לסיכום

כמו שראינו, **הקשבה אקטיבית היא כלי אפקטיבי לסגירת עסקאות** וניתן להשתמש במיומנות ההקשבה בכל אחד משלבי המכירה.

הקשבה אקטיבית **מאפשרת לנו להבין טוב יותר את הלקוחות** שלנו ומתוך כך להעלות את ערכנו בעיניהם, על ידי הצגת הפתרון שלנו כמענה מדויק לצרכיהם.

בהקשבה אקטיבית **הלקוח מרגיש, שהוא מנהל איתנו שיחה** ולא מקשיב לנאום מכירה וזהו המפתח לבניית מערכת יחסים, שימשכו גם מעבר למכירה הראשונה.

הקשבה אקטיבית היא **הקשבה נטולת שיפוטיות, מתוך כוונה אמיתית להבין את בן שיחנו** תוך תשומת לב מיוחדת לנקודות הכאב ולהזדמנויות.

הקשבה אקטיבית **כוללת תגובתיות ומעורבות** הן ע"י שיקופים של המסר ששמענו, במילים שלנו, והן בדרך של שאלת שאלות על מנת לחדד את המקומות בהם איננו בטוחים שהבנו.



קצת עלי

שלום ונעים מאוד, שמי בלה עברון,

אני עוסקת במתן שירותי וובינר, כנסים וקורסים אינטרנטיים.
אני מודה לך שקראת את המדריך שכתבתי.

מזה למעלה מעשור שאני מלווה בעסק שלי, "תנופה עסקית",
בעלי עסקים, אירגונים, וחברות בכנסים והרצאות אינטרנטיות.
כן כן, אני הייתי שם עוד לפני עידן ה"קורונה".

המענה שאני נותנת ללקוחות שלי הוא מעטפת מקצועית, שלמה וייחודית,
המכילה גם הכנה טכנית והדרכות וגם עיצות אסטרטגיות לניהול וובינר איכותי.
בעבודתי עם לקוחות אני נעזרת פעמים רבות גם בכלים ושיטות שלמדתי כמו
אימון אישי, תטא הילינג, רייקי, יוגה צחוק, מדיטציה, שיטת סילבה ולאחרונה גם
NLP (דרגת מאסטר).

אל נושא ההקשבה הגעתי לאחר התבוננות מעמיקה בעסק שלי ובעסקים של
לקוחותיי.
מאז ומעולם אני אוהבת אנשים ותמיד עניין אותי להכיר אנשים חדשים ולהקשיב
להם.
עם השנים שמתי לב, שהאהבה הזו מלווה אותי גם בעסק שלי ועוזרת לי לבנות
מערכות יחסים ארוכות טווח עם הלקוחות שלי.

חלק מהידע הזה חשפתי לפניך כאן במדריך שכתבתי.

אני מקווה שהפקת ערך מהמדריך ושיתאפשר לך להשתמש בכלים ובתובנות
בעבודה עם לקוחותיך.

בהצלחה!

מזמינה אותך לבקר באתר שלנו ולקבל טיפים שיעזרו לך ליצור וובינר איכותי
<https://www.webinarservices.biz>