

Oferta unica de vanzare

Intr-un articol anterior am mentionat despre [importanta unei oferte unice de vanzare](#) pe orice site de prezentare. In continuare voi detalia acest subiect.



Oferta unica de vanzare trebuie sa existe pe orice site

Astazi vei invata despre:

- [Ce este o oferta unica de vazare?](#)
- [Indrumar pentru alegerea ofertei unice de vanzare – intrebari care sa te ghideze](#)
- [Cum sa pui in practica oferta unica de vanzare?](#)

Intotdeauna ti se pare ca ar trebui sa vina cineva, o persoana super desteapta, un business coach care sa iti spuna clar ce trebuie sa faci tu in afacerea ta online pentru ca aceasta sa mearga mai bine. Ei bine... nu mai astepta.

Tu esti singurul responsabil pentru succesul afacerii tale online sau pentru falimentul ei si, tu esti singurul care poate sa o dezvolte in cunostinta totala de cauza sau sa o ingroape. Tu iti cunosti mai bine ca oricine nisa in care activezi sau, cel putin asa ar trebui. In cazul in care nu stii ceva anume in domeniul in care afacerea ta activeaza poti invata. Nu te opreste nimeni... doar lenea (asta e alta discutie :)) viitoare...).

Ce este oferta unica de vazare?

Oferta unica de vazare este acel lucru care te diferentiaza de concurentii tai. Acesta nu este pretul mai mic! Trebuie sa fie un plus de valoare. Nu folosi elemente necuantificabile precum: suntem seriosi, suntem rapizi, suntem de incredere, etc. Toate lumea o sa spuna asta. Ceia ce spui trebuie sa fie masurabil in loc de "suntem cei mai rapizi la livrare" poti folosi "Livram in maxim 2 ore. Daca intarziem nu platiti produsul primit."



Secretul este sa oferi o garantie clientului. In cazul in care nu se intampla ceea ce i-ai propus, el va fi despagubit sau va castiga chiar mai mult. In felul asta ii demontezi din start una cele mai mari temeri a lui.

In alegerea ofertei de vanzare tu trebuie sa rezolvi posibilele frustrari ale clientului tau online. Care sunt acestea vom descoperi cu ajutorul chestionarului de mai jos.

Indrumar pentru alegerea ofertei unice de vanzare

1. Cine sunt primii 3 concurenti ai tai. Cauta in google, acolo te cauta si clientii tai pe tine. Cum ii cauti? Pai pe tine cum te cauti? Dupa nume sau dupa cuvantul cheie principal pentru afacerea ta? Sa presupunem ca vinzi flori in Timisoara. Vei cauta "florarie Timisoara" nu cauta dupa numele firmei, cine te cunoaste deja stie unde sa te gaseasca. Tu te adresezi acum celor care nu te cunosc inca.

Fa in excel o lista cu primele 3-5 site-uri gasite, numele firmelor si o prima impresie a ta – ce iti spune tie site-ul lor in primele 3 secunde, ce simti cand vezi acea pagina?

2. Ce fac ei cel mai bine sau, ce fac ei mai bine decat tine? Acum e timpul sa fii sincer cu tine. Nu incerca sa iti furi caciula! Raspunde sincer si obiectiv. Sunt mai rapizi, au un produs unic, au un ambalaj diferit, care este oferta lor unica de vanzare? Noteaza cel putin cate o observatie de la fiecare site. Daca la unul observi mai multe oferte unice de vanzare noteaza-le toate!

Fii atent la ceea ce fac doar ei, acel lucru diferit pe care nu il face si altcineva.

Daca pe a doua coloana din excel ai trecut ce fac ei bine, in urmatoarea coloana scrie ce nu fac ei bine, ce gresesc sau fac mai putin bine decat tine.

3. Ce ii face unici pe concurentii tai? Care sunt acele lucruri pe care ei le fac cel mai bine sau le fac diferit si aduc un plus de valoare clientilor sai?

Care este acel lucru care face diferenta incat ei isi permit sa vanda mai mult si mai scump decat tine?

4. Ce garantii ofera concurentii tai si ce nu garanteaza nici unul din ei? E o intrebare cu 2 sensuri. Intai vei descoperi care sunt garantiile si apoi care sunt acele garantii pe care nu le ofera nimeni dar, clientii si le-ar dori.

Putem discuta despre garantii de genul timpului de livrare (primesti produsul in x ore/ zile, altfel e gratuit) sau posibilitatea de a primi banii inapoi daca nu e 100% multumit de produs. In functie de domeniul de activitate pot exista si alte garantii, trebuie doar sa le descoperi si sa le folosesti.

Pune in balanta ceea ce ofera ca garantii concurentii tai si ce nu ofera nimeni dar, ar putea fi un adevarat folos pentru clientii tai. Oferă tu acea garantie unica!



Care sunt garantiile obligatorii in domeniul tau de activitate? Daca vinzi flori online, e normal ca ele sa ajunga la client proapete si nu ofilite, pentru asta pot avea o substanta conservanta pentru o perioada de timp. Ce alte garantii mai sunt obligatorii sau de bun simt in domeniul tau de activitate?

5. Care sunt cele 5 lucruri pentru care clientii actuali au venit la tine si nu s-au dus la concurenta ta? Ce i-a determinat sa cumpere de la tine? Daca nu stii intreaba-i pe loc, atunci cand cumpara. Noteaza in tabel. Intreaba-i si pe cei care te-au contactat dar in final nu au cumparat de la tine. E posibil sa iti raspunda si cativa din acestia – noteaza minim 2 raspunsuri care apar mai des.

Din clientii care au cumparat de la tine, care au fost cele mai dese 2 motive de nemultumire (daca nu ai nici un client nemultumit ori ai prea putini clienti, ori nu ai nevoie de acest articol pe care il citesti sau asa crezi tu :)))? Ca sa stii motivele lor de nemultumire trebuie sa discuti cu ei, nu sa sa ii contrazici intr-un monolog plin de nervi.

6. Care crezi ca sunt cele 5 lucruri care te diferentiaza de concurenta? Enumera-le in tabel. Care sunt lucrurile pe care tu le poti face si ceilalti nu pot? Enumera si pe acestea in tabelul tau. Trece un titlu scurt de maxim 10 cuvinte din care sa se inteleaga esentialul, apoi detalieaza in amanunt.

7. Scrie minim 5 puncte forte pentru produsul tau pe care clientii e posibil sa nu le stie. Un client care nu a mai cumparat un astfel de produs e normal sa nu stie prea multe despre el. Ajuta-l. Fa la fel ca la pct. 6.

8. Scrie minim 3 frustrari sau probleme pe care produsul tau le rezolva clientilor. Ii ajuta sa slabeasca? Le aduce economii de bani sau de timp? Ii protejeaza de hoti sau de boli?

Siguranța pe Okazii.ro



Garanția de Livrare

Comanzi.Primești.Confirmi.
Noi garantăm.



Vânzători Premium Okazii

Ai servicii excelente și cea mai
buna livrare când cumperi de la
Vânzători Premium.



Sistemul de calificative

Vezi istoric ul vânzătorului și
feedback-ul celorlalți utilizatori.

Sanatate

ACUTRUE Recomandat de
KOSMODISK

Aparat auditiv reincarcabil!
ECONOMISESTE
Bani & Timp!

NOU

The advertisement features a man in a light-colored shirt giving a thumbs up next to a yellow hearing aid device. The text is in a clean, sans-serif font, with 'NOU' in a blue box and 'ECONOMISESTE' in blue.

9. Scrie minim 3 avantaje principale pe care le are clientul atunci cand cumpara produsul tau. Avantajul de a-l putea folosi impreuna cu un alt produs pe care il are deja, avantajul de a fi consiliat prin telefon cu privire la folosirea produsului, etc.

10. Rezolva frustrarile legate de informatiile pe care clientul le gaseste pe site despre ceia ce faci sau vinzi tu in timpul prospectarii lui, atunci cand nu e decis inca ce vrea sa cumpere. Oferai informatii complete despre produsul sau serviciul tau, astfel incat sa ii raspunzi in avans la intrebarile lui. Pune poze la rezolutie buna si clare din mai multe unghiuri pentru produsul tau. Cu cat il poate vedea mai clar, clientul isi poate imagina ca este a lui si il va dori mai mult (aici vom detalia in alt articol despre dorinta de cumparare). Publica si filme de prezentare in site despre cum arata si cum se utilizeaza produsul tau.

11. Evita orice temere sau frustrare a clientului dupa ce se hotaraste sa cumpere de la tine. Odata luata hotararea de a cumpara in mintea vizitatorului de pe site-ul tau, el mai are ceva temeri pe care trebuie sa i le rezolvi in avans.

Trebuie sa te asiguri ca, clientul poate ajunge usor si repede la formularul de comanda sau la datele de contact de oriunde din site. Tu trebuie sa fii atent la cat de stufos este formularul de comanda online si cat de mult poate fi el simplificat pentru a ajuta clientul sa comande.

Fii foarte clar cu privire la modalitatea de plata a produsului (poate sau nu sa plateasca online, daca poate plati doar prin paypal sau direct cu cardul, poate plati in rate, se plateste totul in avans sau sunt plati lunare, etc).

Asigura-te ca, clientul nu are si alte frici, temeri atunci cand s-a decis sa cumpere produsul tau. Daca televizorul care il vinzi nu se potriveste cu mobilierul lui – poate alege culoarea lui?

Daca acel TV nu incapa in spatiul din mobilierul clientului – explica-i cum sa masoare incat sa fie sigur de acest lucru.

Ai putea sa ii livrezi produsul sau serviciul la domiciliu dupa ce vine clientul de la serviciu? Faci livrari si dupa ora 18 sau duminica? Poate vrea sa il primeasca in alta locatie decat cea de pe factura. Se poate, specifica acest lucru expres odata cu comanda?

12. Spulbera temerile legate de livrarea produsului sau serviciului. Asigura clientul ca primeste produsul in stare perfecta, altfel va fi despagubit instant, in totalitate, fara alte costuri sau intrebari. Majoritatea magazinelor online cer clientilor sa trimita pe banii lor inapoi produsul defect sau deteriorat la transport. Tu fii diferit si vei vinde mai mult!

Permite clientului sa iti trimita produsul in 30 zile inapoi si daca nu arata exact ca in poze sau, nu face exact ce ai spus tu ca face. Desi crezi ca exista clienti care vor face lucru asta des, ai sa te convingi singur ca nu este asa. E posibil ca un client sa iti comande GPS-ul doar ca sa se duca la mare si apoi sa ti-l trimita inapoi. Din 100 de clienti noi daca 1 face asta, nu e un capat de tara. Care crezi ca e motivul pentru care companiile de teleshopping folosesc toate aceste garantii? Daca ar primi toate produsele inapoi ar mai folosi aceasta oferta unica de vanzare? Fii sigur ca nu! Emag.ro nu te intreaba de ce ai trimis produsul inapoi decat ca sa aiba o statistica. Orice le raspunzi o sa iti trimita banii inapoi rapid. Stiu ca asa vei



comanda si data viitoare cu mai mare incredere, un produs mai scump pe care il vei pastra.

13. Alunga temerile legate de folosinta a produsului. Lucru asta te asigura ca, clientul nu ti-l va returna considerandu-l inutil.

La unele produse exista o perioada de euforie a clientului mai scurta sau mai lunga. Un TV il va folosi continuu uneori mai bine de un an. O pereche de gantere sau o banda de alergare e posibil sa o abandoneze repede, din plictiseala, sau vazand ca nu da randament pentru el.

Gandeste-te la acest lucru dinainte si cauta solutii care sa sprijine clientul sa foloseasca produsul tau si sa fie incantat de el cat mai mult timp. Astfel va povesti si altor prieteni, iti va oferi testimoniale gratuit!

Vinde ganterele impreuna cu un DVD care sa contina un program de exercitii fizice pe care clientul ar putea sa le urmeze, sau cu un curs printat. Ai putea concepe un program online pe site-ul tau, niste cursuri care sa fie trimise saptamanal prin mail si un operator (ii poti spune antrenor personal) care sa raspunda telefonic sau prin mail clientilor la intrebarile lor.

14. Daca ai fi un client, de ce nu ai cumpara de la tine? Fii sincer! Gandeste-te si raspunde pe hartie. De ce ai evita sa cumperi de la tine daca ai fi un posibil client?

15. Daca ar fi sa elimini 3 din cele mai importante frustrari ale clientilor tai, care ar fi acestea si cum ai face acest lucru?

Ai scris totul in tabelul de care vorbeam la inceputul articolului? La fel de bine ai putea sa raspunzi in scris cu pixul pe hartie. Important este sa scrii raspunsul la aceste intrebari si sa fii sincer cu tine. Nu incerca sa iti furi caciula.

Cum sa incepi sa folosesti oferta unica de vanzare?

Care din cele 3 frustrari ale clientilor tai este dupa parerea ta cea mai usor de rezolvat? In ce mod si in cat timp ai putea sa o rezolvi? Fa un plan pentru rezolvarea ei si imparte-l in sarcini mai mici, saptamanale sau zilnice.

Ce trebuie sa faci astazi? Ai inceput deja sau inca mai astepti? Cu totii stim teorii si ni se pare ca uneori orice articol oricat de interesant ar fi nu merge la noi, nu are cum sa functioneze in ceia ce facem, poate la altii... la mine nu.

Vreau sa te intreb simplu: **de unde stii?** Ai incercat tot ceia ce am scris mai sus? Abia dupa ce vei pune in practica aceste idei, trage o concluzie pentru tine si, daca iti face placere fa-o publica mai jos. Ce rezultate a dat?

Principala problema in tot ceia ce facem sau, mai bine zis in ceia ce nu facem este sa luam decizia de a incepe – practic asta este cel mai greu. Dupa ce am luat hotararea de a schimba ceva, nimic nu va mai fi cum a fost inainte! Ca sa avem rezultate diferite, e nevoie sa facem lucruri diferite.

Ia 3 foi de hartie albe si un pix. In partea de sus scrie pe fiecare cate o frustrare de rezolvat si un numar in dreptul ei, de la 1 la 3 (cat este de usor de rezolvat 1 – usor, 2 – medie, 3 – dificil).

Incepe cu numarul 1. Enumera 5-10 moduri in care poti rezolva aceasta frustrare. Numeroteaza aceste modalitati de rezolvare in ordinea dificultatii de a le pune in practica. Fa la fel pentru toate cele 3 foi de hartie.

Evalueaza durata de rezolvare. Cat timp ti-ar lua sa rezolvi fiecare sarcina din cele 3 foi? Noteaza in dreptul fiecareia (in minute sau ore / zile / luni). Pentru orice sarcina mai mare de o zi, stabileste sub-sarcini de maxim o saptamana (de preferat sa ajungi la o defalcare pe zile).

Cauta un calendar, pe telefon, calculator sau unul fizic, nu conteaza. Din foaia numarul 1 ia sarcina nr 1 (cea mai usor de realizat) si trece in dreptul ei ziua cand trebuie rezolvata – poti trece si ora, apoi pune un reminder pe telefon. Daca e posibil rezolva-o chiar astazi dupa ce termini planificarea (peste maxim o ora).

Fa la fel pentru toate sarcinile din cele 3 foi. Pe ce data vor fi bifate toate aceste sarcini ca rezolvate? Noteaza pe calendar.

Urmareste zilnic cat mai ai pana la rezolvarea celor 3 frustrari ale clientilor tai si ce ai rezolvat pana acum. Dupa ce ai rezolvat totul din prima foaie, a doua va merge mult mai repede, a 3-a e deja ca si facuta deoarece ti-a intrat in ritm.

Astept parerea ta despre oferta unica de vanzare dupa ce ai inceput sa o pui in practica:
<http://www.promovarew.ro/oferta-unica-de-vanzare/>