

## תהליך המכירה ארוע חד פעמי או אין סופי?

מאת: יובל ארנון ב"ארנון את ויינשטוק" תכנון וניהול ביטוח

המקצועית שעשית להם או מהשרות שנתת להם, ולכן אתה מבקש את עזרתו של הקונה החדש להגיע לעוד מועמד, ורק אחד. אחת הטעויות הגדולות של סוכנים שהם מבקשים רשימת הפניות, "תן לי שמות של 10 אנשים וכו'... כמובן שזה מכניס את הקונה לעמדת התגוננות ופאסיביות וכתוצאה מכך אין שיתוף פעולה, לחילופין, אחרי ההסבר איך אתה מגיע ללקוחות, בקש רק שם אחד של חבר טוב / משפחה / שותף מהעבודה וכו', אבל רק שם אחד כדי שתוכל לפנות אליו. והיה ואכן יש שיתוף פעולה נסה לקבל כמה יותר פרטים על המופנה כדי להקל על עצמך את ההכנה לפגישה.

חשוב ביותר, והיה ופנית להפניה ובוצעה מכירה, לעדכן את המפנה, להודות לו על ההפניה הטובה שנתן, ואולי אפשר לקבל עוד שם בהזדמנות זו.

ללא הפניות חדשות כל הזמן ובאופן רציף, לא נוכל לפתח ולהגדיל את התיק, יש גבול כמה ניתן להעמיס על לקוחות קיימים, ולכן חייבים להכניס "דם חדש" למסד הנתונים שלנו באמצעות הפניות.

### לסכום

אחת ההגדרות היפות למכירה היא - "לגרם ליושב מולי, להבין, לרצות, ולקנות ממני ועכשיו". וכדי שאכן תהליך זה של המכירה יחזור כל הזמן מול עוד קונה פוטנציאלי ולאורך זמן, חובתנו להקפיד על מילוי כל אחד ואחד מתהליכי המכירה שפורטו בכתבות אלו אם אכן רואים עצמנו רצים לטווחים ארוכים ולא אפיזודה חולפת.

כתבה אחרונה בסדרה

להרים טלפון ולהודיע לקונה שכל הניירת הועברה לחברה ואתה עוקב אחר התהליך מקרוב עד לסיומו, לאחר שיוצאת פוליסה לא לשמור אותה אצלך על המדף, לצערי אני נפגש עם סוכנים אשר נוהגים ל"אגור" את הפוליסות במשרדיהם בתואנה "שזה יותר טוב ללקוח... טעות, וטעות בגדול, הגיעה הפוליסה, תרים טלפון ללקוח, תציע לו להגיע אליך לקבלת הפוליסה, אם לא, אתה יכול להגיע אליו, זה יתרום מאוד לקשר בניכם ויחזק מאוד את המכירה וכשאין ברירה לשלוח ללקוח בדואר ולוודא שאכן קיבל והכל בסדר. להזכירכם, כל חודש שהוראת הקבע יורדת בבנק אתם לא ליד הקונה, וככל שהקונה יותר משוכנע שאכן עשה את הצעד הנכון עולה הסיכוי לשמירת הפוליסה לאורך זמן.

### קבלת הפניות

קבלת הפניה זו למעשה תחילת המכירה לקונה פוטנציאלי נוסף, לצערי זהו אחד החלקים החלשים והמוזנחים אצל סוכני הביטוח, בד"כ נגמרת המכירה, אורחים ונעלמים כמה יותר מהר, "רק שהלקוח לא יתחרט..." יוצאים וזהו, נגמר התהליך וחבל.

חובה, לאחר חיזוק המכירה להסביר לקונה איך אתה עובד, ולבקש את עזרתו בתהליך, ולמה הכוונה?

אם הקונה יבין איך אתה מגיע ללקוחות חדשים יכול להיות שיעזור לך, והיה ולא, הסיכוי לקבלת הפניה הולך וקטן, ולכן הסבר לקונה כי אתה מגיע ללקוחות חדשים אך ורק דרך הפניות בלבד, אינך פותח ספר טלפונים או דפי זהב, אתה מגיע רק דרך הפניות מלקוחותיך אשר מרוצים מהעבודה

לאחר שסקרנו את התהליכים של איתור מועמדים, הכנה לפגישה, הצגת המשא וסגירה, נעסוק בפרק זה בשני שלבים נוספים אשר תורמים להמשכיות התהליך ומעשה מאפשרים לו להיות תהליך רציף ומתמשך ולא ארוע חד פעמי.

### חיזוק המכירה

לאחר בצוע הסגירה שבאה לידי ביטוי במילוי טופס הצעה והחתמת הקונה על הניירת המתאימה חשוב ביותר לתת חיזוקים, למעשה העברנו את הקונה ממצב של פוטנציאל על הנייר לרוכש בפועל וזהו תהליך לא פשוט, הרוכש חייב להרגיש בטוח בהחלטתו, ואנו יודעים כי ככל שיעבור זמן משלב החתימה על הניירת הסיכוי לביטול העסקה הולך וקטן. אין לאף אחד רצון להגיע למשרדו יום למחרת ולשמוע הודעה מהרוכש שבה הוא מבקש להקפיא את התהליכים עד ש...או אמרו לו בעבודה שעשה טעות... וכל מיני סיפורים אחרים.

אנשים הרוכשים מוצר אוהבים לקבל מהסביבה חיזוקים שאכן עשו משהו נכון וכן שהם לא לבד, יש עוד רוכשים שבחרו במוצר, זו דרך אגב אחת הטכניקות הידועות של אנשי מכירות ומשרדי פרסום, לייצר תחושה ש"כולם" רוכשים את אותו מזגן, "כולם" רוכשים את המקרר... וכו' וכו'.

מה נדרש מאתנו? ראשית לאחר סיום המכירה וסיום שלב הניירת לתת ללקוח משפט חיזוק "אני בטוח שקבלת היום החלטה חשובה לך ולמשפחתך..." "אני שמח שקבלת היום החלטה כמו רבים אחרים מקרב לקוחותיי..." כל משפט אשר נתן לקונה ביטחון שאכן עשה את הצעד הנכון, יום למחרת או יומיים לאחר מכן

## סוכנות הביטוח אגוז מבטחת את המופע של פול מקרטני

סוכני הביטוח ערן פלג ואהוד שושני מקבוצת הביטוח אגוז יבטחו את המופע של פול מקרטני שיתקיים בתאריך 25/9/08 המופע נחשב כאחד מהמופעים בעלויות ההפקה הגבוהות ביותר שבוצעו אי פעם בארץ.

הסוכנים נבחרו לביצוע העסקה על ידי המפיק זרגבסקי הפקות ויזמות בע"מ, הביטוח נעשה באמצעות חברת הפניקס במחלקת סיכונים מיוחדים בראשותה של הגב' ורד נשר.

את ההגברה והתאורה למופע תבצע חברת קלים בע"מ בבעלות קלמן קלים החברה שמלווה את הלשכה שנים רבות בכל הכנסים והאירועים.

עדיף תקשורת מקיימת זו השנה החמישית ברציפות, את הכנס המקצועי של ענף ביטוחי הבריאות והסיעוד.

הכנס ייערך ביום ג' 23/9/2008 במלון "שרתון סיטי טאוור", ר"ג.

בכנס יועלו נושאים בעלי חשיבות מקצועית בענף והוא יאפשר למשתתפים להיחשף לעיקרי המגמות המתחוללות, ולשמוע את מיטב המומחים וקובעי המדיניות בתחום.

בין היתר יתקיים דיון לגבי

שוק ביטוחי הסיעוד הקבוצתי, הרפורמות הצפויות בעקבות סעיפי הבריאות בחוק ההסדרים, עתיד ביטוחי הבריאות הפרטיים והשב"ן, הרגולציה בענף. כן יסקרו המגמות העולמיות בביטוחי הבריאות הפרטיים ושיקולי ועדת סל התרופות, ועוד.

בכנס צפויים להשתתף ראשי התעשייה, בהם נציגות בכירה ממשרדי הבריאות, חברות הביטוח, קופות החולים, סוכני ביטוח ונציגי גופי ביטוח בריאות מחו"ל.