

Sprzedawca internetowy jest gorszy niż przestępca?

Każdy, kto sprzedaje w Internecie, jest w sytuacji o wiele gorszej niż przestępca, przeciwko któremu toczy się sprawa w sądzie.

Wobec każdego oskarżonego stosuje się bowiem jedną, podstawową zasadę - domniemanie niewinności. Dopóki nie udowodni mu się winy, jest tylko oskarżonym, ale nie skazanym.

W Internecie jest odwrotnie. Nie obowiązuje zasada niewinności. Tu musisz udowodnić swoją niewinność i czyste intencje i to bez cienia wątpliwości. Jeśli tego nie zrobisz, będziesz podejrzany, a kto chce robić interesy z podejrzаныmi osobnikami?

Stronę w Sieci może dziś stworzyć każdy, kto umie pisać i wie, jak poruszać się po Sieci! Nawet nastolatek jest w stanie podszyc pod inne osoby lub instytucje.

Kiedy internauta odwiedza Twoją stronę nie ma tak naprawdę pojęcia, kto za nią stoi. Musisz się więc mu pokazać i udowodnić, że jesteś tym, za kogo się podajesz i że nie masz zamiaru nikogo oszukać.

To jest pytanie o Twoją osobę. Kim jesteś i czy można Ci zaufać?

Jeśli potencjalni klienci Ci nie ufają, to niczego od Ciebie nie kupią.

Klient w Internecie najczęściej zastanawia się nad 3 pytaniami:

1. Kim jesteś i czego może się po Tobie spodziewać?

Udowodnij, że jesteś prawdziwą osobą/organizacją. W przypadku firmy będzie to adres, telefon itp. Pokaż, że nie jesteś wirtualnym, ale realnym przedsiębiorcą. To są prozaiczne sprawy, nic nie kosztuje dodanie tych informacji do strony, a często firmy je ukrywają. Czy to nie może wydawać się podejrzane?

Jednak to nie wszystko.

Jak łatwo można się z Tobą skontaktować? Czy odpowiadasz na emaile, telefony, listy? Tutaj odbywa się prawdziwy sprawdzian Twojej wiarygodności. Klient, który postanowi nawiązać z Tobą kontakt, a przez dłuższy czas nie uzyska żadnej odpowiedzi, nie zaufa Ci...

2. Czy jako osoba/organizacja jesteś wiarygodny?

Tu musisz pokazać się, jako osoba/organizacja z krwi i kości. Jako ktoś kto czuje, myśli i... popełnia błędy.

Potencjalny klient zastanawia się też na Twoimi motywami, dlaczego piszesz, co z tego będziesz miał i jaką rolę w tym odgrywa czytelnik. Chce wiedzieć jak go będziesz traktować - jak partnera, czy przedmiot jednorazowej sprzedaży?

Opowiedz swoją historię - jak miałeś problemy, próbowałeś różnych rozwiązań, popełniałeś błędy, aż doszedłeś do tego miejsca. Co się wtedy zmieniło, co zyskałeś, a co straciłeś itd.

Pokaż ludzką twarz, niech twoja opowieść będzie mocno osadzona w realiach.

3. Czy znasz się na tym, o czym piszesz?

Sieć pełna jest porad, pisanych przez osoby, które chcą na tym zarobić, same jednak nie mają zbyt wielkiego doświadczenia w opisywanej tematyce.

Aby nie być zaliczonym do tej kategorii teoretyków, udokumentuj swoje działania i osiągnięcia.

Jednym z najlepszych znanych mi sposobów jest dzielnie się swoją wiedzą z wybranej tematyki. Jeśli się na czymś znasz, łatwo będzie Ci co jakiś czas napisać i opublikować ciekawy artykuł, poradnik czy wpis na blog.

Buduj swój autorytet w sieci. Tak, autorytet. Nikt nie chce kupować od byle kogo, lepiej jest kupić od kogoś znanego, kto wie co pisze i można mu zaufać.

Sam nieraz tak mam, że kupuję książkę osoby, którą uznaję za autorytet, tylko dlatego, że coś anonsuje. Jestem pewien, że to co kupię będzie wartościowe i warte swojej ceny.

Nie możesz pozwolić sobie być byle kim.

Musisz istnieć w Sieci i to w taki sposób, żeby widzieli Cię potencjalni klienci.

Osoby, które powierzają mi pisanie tekstów na swoje strony, bardzo często robią wywiad na mój temat w Internecie.

Jeśli chcesz zobaczyć, co znajdują, wpisz w Google “darek puzyrkiewicz” lub “dariusz puzyrkiewicz”.

Większość z tych stron nie przynosi mi żadnego ruchu. Ale za to upewniają klientów, że mają do czynienia z kompetentną i godną zaufania osobą, która jest znana w Internecie.

Często słyszę uwagę, że to jest główny powód, dlaczego zlecają mi pisanie tekstów.

Możesz zrobić podobnie. Pamiętaj - ekspertem nikt się nie rodzi, lecz staje się stopniowo. Czytaj, ucz się, pisz i publikuj, a po pewnym czasie internauci zaczną Cię postrzegać jako kompetentną i wiarygodną osobę..

Jeśli Twoi klienci będą Cię widzieli w miejscach, w których szukają informacji, a dodatkowo, Google pokaże dużo wyników w Sieci - staniesz się o wiele bardziej wiarygodny.

Życzę Ci sukcesów w sprzedaży!

29 kwi 2009