**Myynti on auttamista (tietoisku)**

×

Kuten aiemmin todettiin, myynti on auttamista. Myynti auttaa asiakasta saamaan haluamansa muutoksen aikaan. Muutoksen pisteestä A. pisteeseen B.

Ennen kuin lähdetään tekemään myyntisuunnitelmaa, viritetään ajattelu sopivalle taajuudelle, eli muistutetaan itseämme siitä, mitä ollaankaan myymässä. Myytävä asia ei ole vain tuote, vaan muutos.

**Asiakas pisteessä A**

Ensimmäiseksi tulee miettiä, missä tilanteessa asiakas on nyt (piste A).  Minkä kanssa asiakas tuskailee, mikä hänellä ei toimi, missä hän kaipaa apua ja miten se näkyy arjessa? Tarkoitus on päästä askel lähemmäs asiakkaan maailmaa.

*Esimerkki: Yritys myy verkkokurssia “Nuku paremmin”. Asiakas on alussa pisteessä A:  ”Olen kokoajan väsynyt ja nukun huonosti. En saa mistään otetta, vaikka kuinka haluan tehdä ja aloittaa. En jaksa liikkua tai treenata, vaan töiden jälkeen lysähdän sohvalle makaamaan. Haluaisin tuntea itseni yhtä elinvoimaiseksi, nuorekkaaksi ja pirtsakaksi kuin muutama vuosi sitten. Sellainen olen oikeasti.”*

**Asiakas pisteessä B**

Seuraavaksi tulee miettiä, missä tilanteessa asiakas olisi pisteessä B, kun nämä tuskailut eivät olisi enää vaivana.

*Esimerkki: Yrityksen "Nuku paremmin" -verkkokurssi toimii muutoksen tekijänä. Verkkokurssin hyöty tuodaan  selkeästi esille myynnissä. Kurssi edustaa tätä prosessia tiiviissä paketissa, joka tuo muutoksen asiakkaan elämään. Kurssin käytyään asiakkaan ajatuksia ovat esimerksi: “Kun olen nyt nukkunut paremmin olen energisempi päivisin, saan paljon parempaa tulosta töissä ja voimia riittää vielä illaksikin. Teen paljon parempia päätöksiä ja olen paremmalla mielellä. Kun olen nukkunut paremmin, syömisvalintani ovat tasapainottuneet ja univajeesta johtuneet ylimääräiset mieliteot ovat tiessään."*

*© JES Tools. Tehtävässä on sovellettu JES Toolsin Yhden sivun Bisnesplan -verkkokurssia.*

**Myyjä kertoo asiakkaalle ensin hyödyt**

Kun kyse on myynnistä ja auttamisesta, myyjän tulee ensisijaisesti kertoa tuotteen tai palvelun hyödyistä ja merkityksestä, kuten edellisessä esimerkissäkin. Näin tuotteen tai palvelun arvo ja merkitys ymmärretään paremmin.

Ensin myyjä korostaa asiakkaalle, mitä hyötyä hänelle on ratkaisusta eli ostamisesta. Sen jälkeen myyjä voi kertoa edut ja ominaisuudet. Asiakas ostaa sitä, mistä on hänelle hyötyä.

**Ominaisuus**on tuotteen tai palvelun osa. Esimerkiksi autossa moottorin koko on auton ominaisuus, samoin tummennetut tuulilasit.

**Etu**tarkoittaa puolestaan jotain sellaista, mitä ominaisuus saa aikaiseksi. Esimerkiksi auton moottorin etu on se, että auto kiihtyy nopeasti. Etu on yleinen ja kaikille asiakkaille sama.

**Hyöty**liittyy aina asiakkaan tarpeeseen tai haluun. Asiakas tarvitsee tai haluaa tuotteen tai palvelun, joten siitä on hänelle hyötyä. Hyöty on asiakaskohtainen eli sillä on oma arvo jokaiselle asiakkaalle erikseen.

Kun asiakkaan tarpeet on huolellisesti kartoitettu ja niihin tarjotaan räätälöityjä ratkaisuja, kutsutaan tätä **ratkaisumyynniksi**.