

(1) 비즈니스 4단계

1단계 - 고객접점에서 첫 인상의 중요성과, 기본적이고 본질적인 고객마인드의 함양을 위해 철저한 자기관리를 통한 신뢰추축의 시사성과 사례를 제시

2단계 - 고객니즈를 먼저 파악하는 효율적인 상담을 전개하여 고객 편익을 추구하는 것.

3단계 - 제품의 구매 결정을 하고, 가격,납기,품질보증등 이견이 도출 되었을 때에는 협상과정을 통하여 합리적 거래를 통한 상호간의 Win-Win을 추구하는 것.

4단계 - 고객관계관리를 통해 전략적이고, 실무적인 접근의 마케팅 시사점을 실행.

(2) 각 단계별로 초과장의 입장에서 활용할 수 있는 세일즈 전략

1단계

고객사의 먼저 고객사의 현 상태와 사업 확장에 따른 필요로 하는 부분에 대한 현 차량 상태, 보유 현황 등의 자료를 미리 준비하고, 담당자에 먼저 전화 또는 이메일로 초과장의 인적 사항에 대한 정보를 전달하고, 방문 일정과 시간을 약속한다, 방문 당일날도 방문 전 방문 시간과 초과장의 기본적인 인적사항을 사전에 알렸지만, 다시 문자등의 방법으로, 알리고, 첫 방문, 첫 만남시 첫 인상이 무엇보다 중요하기 때문에, 정리가 잘 된 의상으로 준비하여 방문한다 그리고 미래자동차가 현 고객사에 타사와 어떤부분이 다른지, 고객사에 어떤 편익이 있는지 상세히 설명 드린다..

2단계

단순하게 업무용 차량에 대한 금액과 서비스만 준비하는 것이 아니고, 현 고객사의 상황, 앞으로 업무용차량을 구매, 렌트의 방법에 대해서 다른 회사 적용 사례를 준비 PT 자료를 준비하여, 고객의 혜택에 대한 쌍방향 커뮤니케이션 형식으로 효율적이고, 설명을 준비한다.

3단계

차량 대수와 구매 형태가 정해지면, 가격,납기, 품질보증기한등의 이견에 대한 협상이 필요한데, 쌍방간의 win-win 추구를 위해 이견에 대한 최선안을 마련하여 차량의 필요 대수, 가격, 납기, 보

증기함에 대해 협상이 잘 마무리가 되어, 이 모든 것이 잘 준비가 되면 납기 할 날짜를 정하고, 재 방문을 약속한다 또 다른부분에 대해서 두 회사간의 서로의 이익이 될 수 있는 다른 상품이 없나 한번 더 논의 할 수 있는 기회를 만들어 본다. 그리고 후 협상에 이견이 있어 결렬이 되면 일정 시간을 갖고, 생각 후 재 협상 할 수 있는 기회를 마련한다.

4단계

납품이 다 되면, 주기적인 방문하고, 차량 관리에 대한 부분, 사용상의 불편함이 있으면 어떻게 처리, 연락 하는지 접수 방법등을 고객사에 한번 더 알리고, 문서화 하여 공유 하도록 하겠습니다.