

Apa itu nilai?

Nilai adalah hasil yang ditentukan oleh apa yang dikorbankan seseorang dan apa yang diperolehnya. Tingkatkan hal yang diperoleh pembeli Anda dengan menekankan dampak solusi Anda. Cantumkan sepuluh produk atau layanan bernilai tambah yang Anda tawarkan kepada klien. Di kolom sampingnya, jawab pertanyaan, “Bagaimana produk atau layanan bernilai tambah ini mempengaruhi klien?”

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

Menjual dari perspektif klien

Mengajukan pertanyaan yang tepat akan membantu Anda memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan kekhawatiran klien. Rentangkan periode waktu pembeli dengan mengajukan pertanyaan yang berorientasi pada masa depan. Berikut adalah beberapa contoh pertanyaannya:

- Bagaimana kerugian masa depan yang tidak terduga akan berdampak pada rencana pertumbuhan bisnis Anda?
- Untuk jangka panjang, apa yang penting bagi Anda saat memilih mitra asuransi?
- Mana yang memiliki risiko lebih besar, berinvestasi pada solusi ini atau tidak memiliki peluang untuk mencapai tujuan bisnis Anda?

Perluas percakapan dengan mengajukan pertanyaan yang lebih besar. Berikut adalah beberapa contoh pertanyaannya:

- Selain asuransi, apa yang Anda butuhkan dari kami sebagai mitra Anda?
- Isu-isu penting seperti apa yang Anda hadapi ketika mencoba mengembangkan bisnis Anda?
- Apa yang Anda harapkan dari kami selama proses klaim?

Bantu klien mencapai penemuan diri dengan mengajukan pertanyaan yang lebih baik. Perubahan cenderung akan terjadi ketika berasal dari dalam. Berikut adalah beberapa contoh pertanyaannya:

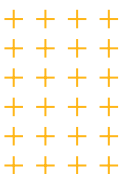
- Apa yang Anda lihat sebagai manfaat utama dari jenis solusi ini?
- Apa pendapat Anda tentang ancaman dunia maya yang sedang berlangsung?
- Seperti apa solusi ideal untuk perusahaan Anda



Mengidentifikasi titik tekanan

Alihkan fokus dari harga dan premi dengan mengingatkan klien tentang tekanan yang mereka alami. Ketika pembeli menyadari adanya tekanan yang lebih luas yang mereka alami, harga premi tidak terlalu menjadi perhatian. Berikut adalah beberapa contoh titik tekanan:

- Waktu dan rasa urgensi – klien harus membeli
- Kurangnya solusi asuransi pengganti
- Pesaing langsung hanya sedikit
- Anda telah memasuki proses pengambilan keputusan lebih awal
- Anda adalah penyedia asuransi yang ada saat ini
- Klien memiliki pengalaman buruk dengan penyedia yang merupakan pesaing
- Klien telah menyatakan kesediaan untuk memperbarui atau membeli
- Klien mengalami masalah yang unik
- Klien lebih menyukai perusahaan Anda
- Pesaing mengalami kepailitan atau meninggalkan pasar
- Pesaing memiliki reputasi buruk atau reputasi yang kurang
- Berbagai hambatan untuk perbandingan langsung
- Transisi yang mudah ke solusi Anda



Rencana Presentasi

Selesaikan ketiga latihan ini sebelum presentasi Anda berikutnya. Alat perencanaan ini akan membantu Anda menyajikan alasan kuat mengapa klien harus memilih alternatif Anda.

1. Jadikan presentasi Anda bersifat pribadi. Gunakan grafik berikut untuk menggambarkan rencana Anda secara paralel.

Apa konsep dasar, ide, atau hasil yang Anda jual?	
---	--

Bagaimana klien sudah mempercayai konsep ide, atau hasil ini?	
---	--

Tunjukkan hubungan antara solusi Anda dan keputusan klien sebelumnya.	
---	--

2. Bagaimana klien Anda mendefinisikan nilai (misalnya ketenangan pikiran, mitigasi risiko, perlindungan)?
Bagaimana Anda akan menyelaraskan solusi total Anda dengan definisi nilai pelanggan?

3. Sebutkan tiga cara Anda secara pribadi menambah nilai (misalnya keahlian, dukungan, pemecahan masalah).
Bagikan contoh khusus untuk menunjukkan nilai pribadi Anda.

