

STRATEGI *CLOSE SALES* DALAM PERNIAGAAN



Noranita Mohd Nor
Pusat Pengurusan Perniagaan
noranita@ikma.edu.my

Pengenalan

Pernah atau tidak, anda didatangi oleh seorang *salesman* atau *salesgirl* semasa berada di kedai makan atau kompleks membeli belah? Ada di antara mereka terus mengeluarkan produk dan bertanya,

‘abang nak beli?’

‘akak nak cuba?’.

‘produk ni RM30 satu set, akak nak beli 1 ke 2?’

Tanpa mereka kenalkan nama dan terangkan tentang apa yang mereka jual, jawapan yang anda beri pastinya TIDAK.

Namun begitu, ada yang sebaliknya. Mereka sudah menyusun bicara sehingga mereka berpeluang untuk menerangkan produk hinggalah kepada harganya sekali kepada anda. Seterusnya barulah mereka menanyakan soalan selanjutnya kepada anda agar dapat close urus niaga tersebut. Mereka dapat menjawab semua persoalan anda dengan yakin dan nampak *rileks* sahaja. Inilah dikatakan proses *close sales*.

Close sales adalah satu proses menukar prospek (bakal pembeli) dengan menerbitkan rasa minat dan percaya kepada produk atau perkhidmatan sehingga menjadi seorang pembeli melalui komunikasi secara lisan atau bukan lisan. Ia juga boleh ditakrifkan sebagai satu aktiviti konsultasi antara usahawan atau peniaga yang bertindak sebagai penjual produk atau perkhidmatan kepada prospek. Penjual memberi khidmat nasihat kepada prospek supaya membuat keputusan yang betul untuk mengurus masalah yang sedang mereka hadapi. Kebiasaannya prospek mencari produk atau perkhidmatan yang dapat menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. Justeru, terdapat tiga fasa yang terlibat dalam proses *close sales* iaitu:

1. **Prospek belum mengenali produk atau perkhidmatan**

Prospek yang berminat dengan produk atau perkhidmatan akan terus menghubungi pihak yang berkenaan untuk mengetahuinya dengan lebih lanjut. Kebiasaannya prospek sebegini akan menghantar pesanan melalui aplikasi *WhatsApp* dan sebagainya secara terus kepada penjual tersebut. Pada fasa ini proses kenal mengenal berlangsung antara prospek dan penjual

2. **Bina hubungan dengan prospek**

Untuk fasa ini, penjual perlu *break the bricks*, iaitu membina hubungan dengan prospek. Melalui cara ini prospek akan merasa selesa dan mudah bekerjasama. Usahakan pelbagai cara melayan mereka dan anggap prospek seperti kawan yang sudah rapat.

3. **Prospek sebagai pembeli**

Apabila prospek sudah berasa selesa dan berpuas hati dengan maklumat yang diberi, ini akan memudahkan penjual mempengaruhi dan meyakinkan prospek berkaitan apa yang ditawarkan. Seterusnya, mereka berasa percaya dan akhirnya prospek akan beralih menjadi pembeli produk atau perkhidmatan tersebut

a) **Pindahkan kepercayaan**

Secara asasnya, seseorang itu mula membuat keputusan membeli apabila mereka mula percaya. Apabila prospek percaya kepada produk tersebut, mereka menganggap produk itu boleh menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh prospek. Penjual perlu jujur dalam berniaga.

b) **Memberi nilai**

Prospek membeli kerana nilai yang ada pada produk. Selagi tidak nampak nilai produk tersebut kepada mereka, selagi itu juga mereka merasakan produk itu tidak berbaloi untuk dibeli. *Close sales* adalah proses membuat prospek faham dan nampak akan nilai yang bakal diterima oleh mereka sekiranya mereka membeli produk berkenaan. Kadangkala penjual merasakan prospek tidak berminat dengan produk atau perkhidmatan setelah mengetahui harga yang ditawarkan. Namun, sebenarnya penjual tersebut masih tidak dapat menerangkan nilai produk dengan baik dan tidak dapat membuat prospek rasa berbaloi dengan harga yang akan dibelanjakan bagi menyelesaikan masalah atau memenuhi impian mereka.

c) **Sikap sentiasa membantu**

Ramai penjual tidak ada berfikir untuk membantu prospek semasa mengurus niaga, malah mereka hanya memikirkan pelanggan adalah 'duit' tanpa mengendahkan permasalahan pelanggan tersebut akan selesai atau tidak.

Sebagai contoh prospek mempunyai masalah kulit dan beliau sedang mencari ubat untuk menyelesaikan masalah berkenaan. Prospek datang ke farmasi untuk mengadu tentang masalah kulit yang dihadapinya. Pihak farmasi

Mindset Close Sales

Sebagai seorang usahawan kita akan meletakkan harapan yang begitu tinggi agar produk atau perkhidmatan kita akan terjual. Walau bagaimanapun terdapat beberapa perkara penting yang perlu bagi setiap usahawan tanamkan di minda masing-masing sebelum proses *close sales* itu berlaku. Antaranya adalah seperti berikut:

cuba membantu dengan memberikan ubat yang bersesuaian agar boleh menyelesaikan masalah prospek tadi. Sekiranya ubat tersebut tidak sesuai, beritahu kepada prospek dan cadangkan untuk mencuba ubat lain. Ia merupakan etika yang perlu diterapkan dalam diri penjual supaya tidak mengamalkan *product misleading* iaitu menjual sesuatu produk yang salah kepada pelanggan

d) **Sentiasa yakin**

Sebelum mula menjual, tanamkan rasa yakin dalam diri untuk membantu menyelesaikan masalah orang. Penjual hendaklah mempersiapkan diri dengan *product knowledge* dan skrip-skrip *close sales* yang bersesuaian dan mantap. Mereka perlu yakin dan boleh memberi penerangan berkaitan produk dengan baik, menjawab soalan yang diajukan oleh prospek dan tahu keseluruhan tentang produk tersebut.

e) **Jangan terlalu cepat menghukum**

Apabila ada prospek yang bermesej dengan kita seperti, ‘*pm sis*’, ‘*pm price*’, ‘*price please*’, ‘*harga berapa?*’. Jangan terlalu cepat menghakimi bahawa mereka adalah prospek yang hanya membuat tinjauan harga sahaja dan bukan hendak membeli. Kebanyakan mereka hakikatnya berminat dengan produk tersebut, cuma mereka tidak tahu bagaimana hendak memulakan *first chat*. Mereka hanya menaip sesuatu dan menghantar mesej tersebut dengan harapan penjual akan membalasnya dan memberi tunjuk ajar untuk proses pembelian.

f) **Jangan putus asa**

Jangan mudah berputus asa jika tidak berjaya *close sales* dengan prospek. Ada banyak sebab

Close sales adalah satu proses menukar prospek (bakal pembeli) dengan menerbitkan rasa minat dan percaya kepada produk atau perkhidmatan sehingga menjadi seorang pembeli melalui komunikasi secara lisan atau bukan lisan.

”

kenapa tidak berjaya *close sales* walaupun ia bukan berpunca daripada pihak penjual tetapi berpunca dari prospek itu sendiri. Antara punca prospek tidak jadi membeli adalah kerana prospek belum menerima gaji, ingin membuat perbandingan harga dengan pesaing, tidak mampu membeli dan lain-lain alasan.

Langkah-langkah *Close Sales* Dengan Prospek

Umumnya, tiada satu skrip yang dikatakan sesuai untuk *close sales* bagi semua produk. Penjual perlu menggunakan skrip, tatacara dan pendekatan yang berbeza bagi *close sales* dengan prospek. Tambahan lagi, prospek juga adalah orang yang berlainan. Namun begitu, terdapat langkah-langkah yang perlu diikuti dalam merangka skrip *close sales* dengan prospek.



a) *Break the brick*

Apabila terdapat prospek yang bertanya tentang produk atau perkhidmatan yang ditawarkan, penjual hendaklah memperkenalkan latar belakang dan memberi maklumat tentang produk dan perkhidmatan yang diperniagakan. Ini sebagai cara untuk membina hubungan dengan prospek.

b) *Pertanyaan*

Penjual perlu memahami masalah atau keinginan prospek. Ini penting kerana dengan masalah atau keinginan yang dinyatakan oleh prospek membolehkan penjual memilih produk yang bersesuaian untuk dicadangkan kepada prospek.

c) *Testimoni*

Penjual perlu memaklumkan testimoni pelanggan terdahulu yang telah menggunakan produk atau perkhidmatan kepada prospek. Ini adalah penting kerana ia akan menambah lagi keyakinan prospek untuk membeli produk dan perkhidmatan tersebut.

d) *Penjelasan*

Penerangan yang jelas perlu diberi kepada prospek tentang bagaimana sesuatu produk itu dapat membantu menyelesaikan masalah atau memenuhi impiannya. Cara sebegini menyebabkan prospek merasai pembelian produk atau perkhidmatan tersebut adalah wajar.

e) *Pemberitahuan harga produk*

Selepas sudah mendapat penerangan yang jelas, sudah semestinya prospek akan bertanya harga produk atau perkhidmatan tersebut. Situasi ini memberi peluang kepada penjual menerangkan pula pakej harga yang ditawarkan kepada prospek.

f) *Tawaran harga*

Penjual boleh meningkatkan jualan mereka dengan memberi tawaran harga promosi kepada prospek. Tawaran promosi ini perlu ada tempoh yang tertentu seperti dalam masa seminggu atau mengikut promosi perayaan bagi menarik prospek berebut peluang harga promosi tersebut.

g) Tutup tawaran dengan jualan

Langkah terakhir ini, kebiasaannya prospek akan mula tertarik dengan tawaran harga dan ingin membeli produk atau perkhidmatan tersebut. Maka, penjual telah berjaya untuk *close sales* dengan prospek.

Sekiranya usahawan atau peniaga menjual produk seperti pakaian, makanan dan minuman yakni produk yang berbentuk kemahuan, cara untuk *close sales* adalah dengan memberi layanan yang baik kepada prospek, berikan maklumat yang diperlukan oleh prospek dengan jelas dan tonjolkan kelainan produk kita dengan pesaing. Cara sebegini ada kelebihan kerana penjual telah menjelaskan nilai yang unik ada pada produk atau perkhidmatan tersebut.

Manakala sekiranya produk atau perkhidmatan yang ditawarkan ini boleh menyelesaikan masalah seseorang seperti produk kecantikan, kesihatan, perhubungan, menambah pendapatan dan lain-lain lagi. Cara *close sales* yang sesuai adalah dengan membantu prospek melalui khidmat nasihat di samping penerangan yang jelas tentang keistimewaan produk atau perkhidmatan serta menunjukkan testimoni positif pelanggan terdahulu telah menggunakannya. Namun, perlu diingatkan bahawa penjual haruslah bijak dan kreatif untuk menyusun skrip *close sales* tersebut.

Skrip Close Sales Melalui Aplikasi WhatsApp

Gunakan bahasa pasar iaitu bahasa harian yang biasanya digunakan untuk semasa bercakap atau ketika berbalas mesej. Ayat-ayat yang digunakan perlulah ringkas tetapi boleh difahami dengan

jelas oleh prospek. Ini bertujuan supaya sesi *closing* tidak kelihatan terlalu formal dan yang penting adalah untuk membuatkan prospek berasa selesa dan layanan seperti kawan. Situasi ini menggambarkan *close sales* dapat mewujudkan *human touch* dan bukan skrip robot atau *copy paste* semata-mata. Berikut merupakan contoh skrip *close sales* untuk produk berasaskan kesihatan.

Skrip #1 – Berkenalan Dengan Prospek

*'Hai salam sis,
Nama saya nur amira, kwn2 panggil mira jer.
Mesra gitu. hehe.*

*Thanks sebab wasap mira :)
Sebelum tu, sis dari mana dan mira nak pggl nama
apa ya?:)'*

Selepas prospek menghantar mesej, kita akan gunakan skrip #1 untuk kenalkan diri kemudiannya sebagai penjual akan bertanya kembali kepada prospek seperti nama, lokasi keberadaannya dan lain-lain lagi. Ia bertujuan untuk menjalankan sesi *break the brick* iaitu agar prospek merasakan penjual ingin membantu menyelesaikan masalah mereka dan bukan semata-mata inginkan duit mereka.

Skrip #2 – Maklum balas Mengenai Tempat dan Sebut Nama Prospek

*'oww..ramai juga yg wasap saya dari sabah harini.
kalau macam tu, mira pgl sis aminah la ye.:)'*

Setelah prospek beritahu nama dan lokasinya, sila beri maklum balas mengenai tempat prospek sama ada kita pernah pergi bercuti di situ, ada mertua dari sana, atau kita sendiri datang dari sana. Hal ini bagi mewujudkan rasa *commonility* iaitu rasa kesamaan dengan prospek.

Skrip #3 – Tanya Apa Masalah Prospek

‘ok sis aminah, boleh mira tahu sis ada masalah perut buncit ke, atau nak turun berat badan sahaja?’

Kemudian terus bertanyakan masalah yang prospek hadapi dengan menggunakan teknik ‘**beri 1 soalan dengan 2 pilihan jawapan**’. Menggunakan teknik ini, prospek akan memilih satu jawapan daripada dua pilihan jawapan yang penjual berikan. Prospek tidak akan memberi jawapan selain daripada dua pilihan tersebut. Cara sebegini akan memudahkan penjual mengenal pasti masalah dan boleh memberikan testimoni yang sesuai kepada prospek untuk langkah seterusnya.

Skrip #4 – Kaitkan Masalah Dengan Testimoni

*‘ohh sis aminah ada masalah perut buncit ye, masalah ni biasa bagi wanita selepas melahirkan anak..sis jangan risau..
cuba sis tengok cstmer mira nie, dia pun ada masalah yang sama mcm sis aminah juga, kawan dia perli perut buncit mcm org prgnant je..
tapi, lepas guna jus ni sebulan dah nmpak kempis skit perot dia’*

Kebiasaannya selepas prospek menjawab soalan yang diajukan, mereka dengan sendirinya akan meluahkan masalah utama mereka. Justeru itu, penjual perlu **gunakan masalah mereka itu sebagai ‘alat’** untuk meyakinkan prospek bahawa masalah itu boleh diselesaikan dengan mudah. Bagi meyakinkan lagi cuba gunakan teknik **story-telling** seperti di atas dengan gaya bercerita dan bersantai. Kaitkan permasalahan yang mereka hadapi dengan menunjukkan beberapa testimoni yang sesuai dengan masalah prospek.

Skrip #5 – Mula Bercerita Tentang Produk

Seterusnya memaklumkan bahawa produk yang dijual sesuai untuknya dan mohon izin daripada prospek untuk bercerita tentang produk.

- i) Beritahu yang produk ini sesuai untuk prospek
‘mknanya, produk nie sesuailah dengan sis aminah..’
- ii) Ceritakan bahan utama produk ini daripada apa
‘‘Ok,meh mira ceritakan dulu tentang kelebihan produk ini.. Jus ni bahan utama dia adalah ekstrak daripada buah...’
- iii) Bagaimana produk ini bertindak/berfungsi?
‘jus ini berfungsi membakar lemak, kawal selera makan dan beri tenaga..’
- iv) Cadangkan prospek untuk cuba dahulu.
*‘mira suggest sis cuba dulu 1 botol, biasanya 1 botol dah bole nampak kesan..paling awal 2 minggu..ikut badan masing2 la.
Lagipun sekarang nie, mira tengah buat promosi’*

Skrip #6 – Berikan Harga

‘sekarang mira tengah buat promosi sis aminah.. jadi harga jus ni masih murah la.

1 botol hanya RM78 sahaja. Nanti habis promosi harga mungkin naik kepada asal RM120.

Kalau sis aminah order skrg, sis dapat jimat RM42.. byk tuu..

Tapi, kalau sis aminah ambil 2 botol, mira bagi special diskaun..hehe

Sis aminah nak order 1 ke 2?’

Selepas prospek bertanyakan tentang harga, penjual terus berikan harga. Namun harus diingat, pastikan harga diberi dalam bentuk penceritaan.

Maklumkan kadar penjimatan sekiranya prospek membeli lebih dari satu agar mereka merasa berbaloi dengan pembelian tersebut. Pastikan akhiri skrip dengan soalan prospek.

Skrip #7 – Beri Harga Upsell

‘kalau sis aminah order 2 botol, mira bagi RM150 jer.. kos postage 2 botol tu bos mira tanggung..

Sis nak mira pos ke alamat rumah ke pejabat?’

Penjual jelaskan kepada prospek tentang berbaloinya pembelian lebih dari satu dengan menggambarkan keprihatinan penjual menanggung sebahagian kos yang mana menjimatkan prospek. Tanpa melengahkan masa, dapatkan maklumat lokasi penghantaran barangan tersebut kepada prospek.

Skrip #8 – Minta Perincian Untuk Digos

‘Boleh mira minta alamat rumah dan hp.no sis?..

Mira nak tulis siap2 di borang poslaju, kalau sempat petang ni mira terus pos..jadi esok terus sampai..

Cepat juga lah sis bole try jus nie..hehe”

Selepas prospek setuju terima tawaran *upsell*. Akhiri perbualan dengan meminta perincian untuk digos. Tambahkan sedikit kata gesaan dalam mesej supaya prospek cepat-cepat memberikan maklumat yang dikehendaki.

Skrip #9– Tanya Bank

‘Sis aminah senang bank cimb ke maybank? :)”

Selepas mereka berikan perincian alamat untuk digos, segerakan bertanya bank yang biasa

digunakan oleh prospek untuk memudahkannya membuat pembayaran. Penjual perlu memudahkan proses pembelian agar prospek senang hendak membuat pembayaran produk yang dibeli.

Skrip #10 – Bagi Nombor Akaun dan Ucapkan Terima Kasih

‘Ok sis aminah boleh bank in RM150 ke akaun Maybank Koperasi Sayang Menyayang = 12345678910.

Kos postage untuk 2 botol tadi, bos mira blanje sis..

Nanti sis dah bank-in, anta resit/screenshot payment pada mira ya. Senang mira nak semak nnt. Thanks dear :)”

Maklumkan semula berapa jumlah bayaran yang patut prospek bayar dan kemudian berikan nombor akaun yang mereka minta dengan lengkap. Akhir sekali ucapkan terima kasih kepada prospek yang sudah pun bertukar status menjadi pembeli.

Penutup

Strategi *close sales* amat penting bagi setiap usahawan dan peniaga yang bertindak sebagai penjual bagi memastikan prospek berjaya bertukar sebagai pembeli. Penjual harus kreatif dalam mengolah skrip bagi menjawab setiap persoalan prospek. Strategi *close sales* yang mantap dapat membantu meningkatkan jualan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan kepada prospek. Testimoni daripada pelanggan sebelum ini perlu ditonjolkan bagi meyakinkan prospek untuk membuat pembelian. Interaksi antara penjual dan prospek secara kerap perlu dititikberatkan agar prospek berasa hampir dengan penjual dan akhirnya mereka menjadi salah seorang pelanggan.