

---

SPECIJALNI PRILOG

---



---

SUPERPRODAVAČ

---

18. STUDENI 2010. ZAGREB, HOTEL WESTIN  
OD 9 DO 18.30 SATI



Urednica  
specijalnog priloga:  
**Marina Kilić**, dipl. novinar

- 84** Program konferencije
- 85** Intervju: Sandra Mihelčić i Tomislav Bekec: Naučite prodajne tehnike koje će vam već sutra donijeti pozitivne rezultate
- 86** Tko su predavači



18. studeni 2010.  
Zagreb, hotel Westin  
od 9 do 18.30 sati



# SUPERPRODAVAČ

Prijavite svoj dolazak putem e-maila: [poslovnisavjetnik@ripup.hr](mailto:poslovnisavjetnik@ripup.hr) ili na fax. 01/4921 743  
(Vaša prijava treba sadržavati: ime i prezime, naziv tvrtke, OIB tvrtke, adresa, broj telefona/faxa, e-mail, naziv dva mini treninga)  
Broj mjesta je ograničen.

Osnovna cijena kotizacije: **1.390,00 kn**

**Za pretplatnike Poslovnog savjetnika 5% popusta!**

### PROGRAM KONFERENCIJE

Vrijeme	DVORANA 1	DVORANA 2	DVORANA 3	DVORANA 4
	PREDAVANJA Moderatorica: Sanja Hrvojević	PREDAVANJA Moderatorica: Marina Kilić	PREDAVANJA Moderatorica: Aleksandra Milković	MINI TRENINZI
08:00 – 09:00	REGISTRACIJA SUDIONIKA (Radi ograničenog broja mjesta potrebno je prijaviti se na max. dva mini treninga koji se održavaju od 15h, pisanim putem prilikom ispunjavanja prijavnice za konferenciju)			
09:00	<b>Sandra Mihelčić i Tomislav Bekec</b> Otvaranje konferencije			
09:00 – 09:30	<b>Saša Karlovčan:</b> Rezultati istraživanja: „Što su uspješne tvrtke promijenile u svom prodajnom pristupu u krizi?“			
09:30 – 10:15	Okrugli stol Kako postati superprodavač i super prodajna organizacija?			
10:00 – 10:30	Poslovni „Speed date“ – upoznajte nove potencijalne kupce, dobavljače, kolege...			
10:30 – 11:00	PAUZA ZA NETWORKING			
11:00 – 12:00	<b>Danijel Bičanić:</b> Hrvatski komercijalist – dobar, loš, zao... (Kako stvoriti dobrog, ali i lošeg komercijalistu u Hrvatskoj)	<b>Saša Petar:</b> Kako prodati sebe?	<b>Vanja Kokanović:</b> Telefon – alat za povećanje prodaje	
12:00 – 13:00	<b>Davor Bilman:</b> Uspješna obrada prigovora u prodaji	<b>Alan Ramić:</b> Povjerenje i prodaja – mogu li zajedno? (Trust based selling)	<b>Mladen Jančić:</b> Strateško pregovaranje i mapiranje donositelja odluka	
13:00 – 14:00	RUČAK			
14:00 – 15:00	<b>Jerneja Agić:</b> Učinkovit image prodavača = učinkovita prodaja	<b>Gordan Horbec:</b> Prodaj sad – naplati nikad! Kako naplatiti potraživanja?	<b>Zvonimir Pavlek:</b> Kako i zašto zadržati i motivirati najbolje ljude?	
	<b>DVORANA 1 MINI TRENINZI</b>	<b>DVORANA 2 MINI TRENINZI</b>	<b>DVORANA 3 MINI TRENINZI</b>	<b>DVORANA 4 MINI TRENINZI</b>
15:00 – 16:30	<b>Davor Bilman:</b> Insights: tipologija kupaca	<b>Vanja Kokanović:</b> Dogovaranje sastanaka – master disciplina telefonske prodaje	<b>Mladen Jančić:</b> Prodajna prezentacija u 20 minuta. Zašto baš mi?	<b>Alan Ramić:</b> Prodajni proces baziran na izgradnji povjerenja
16:30 – 16:45	PAUZA			
16:45 – 18:15	<b>Davor Bilman:</b> Insights: tipologija kupaca	<b>Vanja Kokanović:</b> Dogovaranje sastanaka – master disciplina telefonske prodaje	<b>Mladen Jančić:</b> Prodajna prezentacija u 20 minuta. Zašto baš mi?	<b>Alan Ramić:</b> Prodajni proces baziran na izgradnji povjerenja
18:15 – 18:30	ZATVARANJE KONFERENCIJE			

INTERVJU: Sandra Mihelčić i Tomislav Bekec, organizatori konferencije Superprodavč

# Naučite prodajne tehnike koje će vam već sutra donijeti pozitivne rezultate

Poslovni savjetnik poziva vas na cjelodnevnu jedinstvenu konferenciju o prodaji. Kako postati superprodavač saznajte 18.11.2010. u zagrebačkom hotelu Westin. O čemu je točno riječ, pitali smo organizatore: glavnu urednicu i direktoricu Poslovnog savjetnika, Sandru Mihelčić, i vrhunskog znalca prodaje i iskusnog praktičara, Tomislava Bekeca.

**PS Usprkos kriznoj godini još jedna u nizu konferencija u organizaciji časopisa Poslovni savjetnik. Od kuda ideja za organizaciju ovog tipa konferencije?**

- Bez obzira na krizu časopis Poslovni savjetnik i dalje slijedi svoju viziju, osluškujе tržište, prilagođava se i ispunjava zahtjeve čitatelja i oglašivača. Konferencija Superprodavač nastala je upravo radi krize koja je najviše zahvatila sektor prodaje. Prodajni planovi u mnogim tvrtkama su podbacili i zato smo odlučili pomoći prodajnom osoblju i educirati ih kako da i dalje uspješno prodaju u vrijeme krize.

**PS Vrhunski predavači iz područja prodaje zasigurno će garantirati veliku posjećenost. Kome je konferencija namijenjena, koliko posjetitelja očekujete?**

- Konferencija je namijenjena cjelokupnom prodajnom osoblju, trgovcima u dućanu, komercijalistima, voditeljima prodaje, direktorima prodaje, članovima uprave za prodaju, a očekujemo oko sto pedeset do dvjesto sudionika. Angažirali smo vrhunske predavače, njih desetero, koji će održati čak sedamnaest seminara i radionica iz područja prodaje uz vrlo prihvatljivu cijenu kotizacije.

**PS Tko ili što čini superprodavača prema vašemu mišljenju?**

- Ovisno koliko vremensku perspektivu postavimo. Ukoliko se odlučimo za kratkoročnu, odgovor je vrlo težak. Naime, posljednjih godina prije izbijanja krize, sretao sam brdo «Superprodavača», ljudi s odličnim prodajnim rezultatima i punih sebe, koji nisu razumjeli kako su im se prodaja i rezultati dogodili. Nije preteško biti «Superprodavač» stanova, dok banke daju kredite šakom i kapom, a potražnja je veća od ponude. Takvih je primjera bilo bezbroj. Koliko su ti prodavači bili «Super», pokazuje sadašnja situacija gdje ih nema nigdje i u kojoj su neuspješni. Pravim, dugoročnim «Superprodavačima» to se ne bi dogodilo. Njih po mom mišljenju čine tri važna faktora: svjesnost, proaktivnost i sposobnost za



**K**onferenciju smo koncipirali tako da svatko, bez obzira na iskustvo u prodaji, može čuti nove tehnike koje može odmah sutra primijeniti u radu s kupcima i koje će mu donijeti pozitivne pomake.

promjenu. Svijet se promijenio, danas imam mnogo drugih kanala za prodaju osiguranja, uključujući osobne banke, danas postoje Facebook i LinkedIn, financijskih portali. A većina ih prodaje osiguranje kao prije 20 godina. «Superprodavači» su sposobni preispitati svoju prodaju i napraviti promjenu u njoj. Oni znaju da ako im je nešto prolazilo prije godinu dana kod kupca, da danas možda više ne prolazi i da moraju mijenjati svoj prodajni pristup.

**PS Koliko je recesija u Hrvatskoj pogodila područje prodaje? Je li teško u današnjim uvjetima postati superprodavač?**

- Kako koga. Kratkoročne «Superprodavače» je pogodila prilično. Oni su zburnjeni i frustrirani – rade isto što su radili i prije, a rezultata više nema. Pa

pokušavaju raditi to što su radili još više i žesće. Naravno, ne uspijevaju. Dugoročne «Superprodavače» nije pogodila pretjerano. Da, tržište je manje, kupovna moć je manja, ali ako znamo raditi pametnije, nekih većih potresa nema. «Superprodavači» su se usmjerili na druge proizvode, druge segmente kupaca ili su obratili veću pozornost na zadržavanje postojećih klijenata ili čak na povećanje profitabilnosti po klijentu kroz *cross* i *up sales*. Sve je samo pitanje svjesnosti, proaktivnosti i koliko želite raditi na sebi!

**PS Što biste poručili zainteresiranima: zašto doći na Superprodavač konferenciju?**

- Ukoliko ste spremni raditi na sebi i dovoljno ste otvoreni da preispitati postojeće prodajne strategije koje koristite, ovo je pravo mjesto za vas. Konferenciju smo koncipirali tako da svatko, bez obzira na iskustvo u prodaji može čuti barem 5 novih tehnika/strategija koje može odmah sutra primijeniti u radu s kupcima i koje će mu donijeti pozitivne pomake. Omogućit ćemo polaznicima da prisustvuju mini treninzima u malim grupama i aktivno rade na svojim vještinama u temi koju odaberu. Kada smo koncipirali konferenciju ideja je bila jednostavna: kreirati *event* na koji bih ja rado došao. Na ovaj definitivno bih!

PS

9:00 – 9:30 PREDAVANJE

Dvorana 1

### Istraživanje Poslovnog savjetnika i Proaga

## Što su uspješne tvrtke promijenile u svom prodajnom pristupu u krizi?



### SAŠA KARLOVIĆ

Direktor je konzultantske tvrtke Proago. Već dvadesetak godina je vrlo aktivan u raznim segmentima i oblicima prodaje u cijeloj regiji. Posljednjih godina je usmjeren na

konzultantske poslove u području razvoja ljudskih resursa, unapređenja poslovnih procesa tvrtki u zemljama regije kao i na strateška pitanja managementa bazirana na Fact Based Management metodologiji. Diplomirao je u Zagrebu na Fakultetu strojarstva i brodogradnje, a titulu magistra znanosti stječe na Ekonomskom fakultetu, na odjelu Informatički menadžment. Doktorski studij završava na Fakultetu organizacije i informatike. Partner je švedske konzultantske tvrtke 3S za implementaciju metodologije FBM u regiji, licencirani je trener internacionalne kompanije za razvoj leadershipa i managerskih vještina, a usavršavao se u Europi, Americi i Kanadi.

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Ovdje ćete čuti najčešće korištene strategije tvrtki koje su uspješno iskoristile ovu situaciju. Govorit ćemo o situacijama iz prakse iz raznih sektora poslovanja. Rezultati iz poslovne situacije bazirane su na najsvježijem istraživanju iz raznih sektora hrvatskih tvrtki. Prije donošenja strateških odluka i finalnog usmjeravanja budžeta i poslovanja vaše tvrtke, značajno je prikupiti sve relevantne informacije koje trebate kako biste donijeli pravu odluku. Činjenice čine razliku, a svrha predavanja je pokazati način na koji možete doći do pravih informacija, kojima možete izvući maksimum iz svog budžeta i tako povećati profit tvrtke. Naučit ćete metodologije i poslovne poteze dokazane u praksi i dobiti konkretne alate, koji će vam omogućiti ostvarenje vaših ciljeva i osigurati uspješnu implementaciju vaših strategija u kriznim vremenima.

11:00 – 12:00 PREDAVANJE

Dvorana 1

## Hrvatski komercijalist – dobar, loš, zao... (Kako stvoriti dobrog, ali i lošeg komercijalistu u Hrvatskoj)



### DANIJEL BIĆANIĆ

Prodajni trener i konzultant specijaliziran za područje Hrvatske B2B prodaje. Suočen s ograničavajućim okvirima klasične poslovne edukacije te nepredvidljivim učinci-

ma koje ona ima za klijenta, Bićanić je odlučio krenuti novim i izazovnim putem te oblikovati prodajni trening i coaching prilagođen prodajnoj realnosti hrvatskog tržišta. Kao primjer uspjeha ove metode mogu se navesti godine 2007./2008/2009./2010. u kojoj je Bićanić Consulting surađivao sa preko 40 tvrtki te je proveo prodajnu edukaciju i coaching sa više od 500 prodajnih djelatnika, komercijalista, predstavnika i prodavača. U to vrijeme bio je prisutan na više od 2.200 B2B prodajnih razgovora u funkciji prodajnog trenera i coacha.

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Bit će predstavljeni rezultati 3-godišnjeg trenerskog rada sa hrvatskim komercijalistima 1 na 1 na terenu. Cilj predavanja jest kroz prizmu praktičnih primjera pokazati zašto su uspješni komercijalisti u Hrvatskoj uspješni, u čemu leži neuspjeh loših komercijalista i predstaviti situacije kad hrvatski komercijalist postaje doslovno zao po tvrtku za koju radi. Predavanje je temeljeno na slučajevima iz prakse koji će ponekad i iznenaditi publiku i razbiti neke konvencionalne i opće prihvaćene norme i razmišljanja. Za voditelje prodajnih odjela, prodajne managere, direktore i vlasnike tvrtki zasigurno će biti zanimljivo čuti na koje sve načine od prosječnog komercijaliste mogu napraviti lošeg, a od lošeg zlog komercijalistu. Vaša prodaja vam neće oprostiti vaše greške, ali će vam biti zahvalna ako dođete na predavanje i učite na tuđim greškama!

11:00 – 12:00 PREDAVANJE

Dvorana 2

## Kako prodati sebe?



### SAŠA PETAR

Vlasnik tvrtke „Status Prosper” autor je ili koautor 21 poslovne knjige, a ujedno i autor brojnih stručnih članaka u časopisima Poslovni savjetnik, Poslovni tjednik, Poslovni

svijet, RRIF, Banka, Hrvatsko gospodarstvo, qLife, PRO-PRO, Marketing UP, Profit, ZV News, itd. Radio je u predstavništvu tvrtke 3M, Hrvatskoj gospodarskoj komori, Zagrebačkoj poslovnoj školi, Končaru i Munji. Predavač je na nekoliko visokoškolskih ustanova u Hrvatskoj, a gostovao je na nekoliko fakulteta i visokih škola. Vodio je treninge iz managementa, poslovne komunikacije, pregovaranja, prodaje i poslovne sigurnosti za brojne tvrtke u Hrvatskoj i inozemstvu. Član je Hrvatske udruge za marketing (HUM), Hrvatske udruge za odnose s javnošću (HUOJ) i Udruge hrvatskih menadžera sigurnosti (UHMS). Pokrenuo je web stranice za poslovno obrazovanje i cjeloživotno učenje [www.sasapetar.com](http://www.sasapetar.com) i [www.statusprosper.com](http://www.statusprosper.com).

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Svatko od nas svakodnevno nešto prodaje. Proizvode, usluge, vrijeme, energiju, ruke, noge, tijelo, znanje, ideje, snove ili neku vještinu, a ponekad i savjest. Svakoga dana prodajemo svoje sposobnosti i kupujemo tuđe, i o umijeću dobre trgovine ovisi naše zadovoljstvo, zdravlje, materijalno stanje i sreća. Onog trenutka kada ste pred nekim otvorili usta da biste nešto od navedenog prodali, vi ste postali prodavač. Što otvorenije i potpunije prihvatite ovu istinu, time će i vaš uspjeh biti veći. Ono što možete ponuditi na tržištu su vaše postojeće mogućnosti, ali mnogi ljudi imaju negativan stav prema prodaji, stvarajući zid između svojih mogućnosti i osobnog uspjeha. Umjesto da prihvatite činjenicu da mi svi nudimo nešto na prodaju, oni nijeću da imaju ikakve veze s tim. Brojni su doktori znanosti, umjetnici, profesori, političari, obrazovani ljudi, ali i radnici što su upravo dobili otkaz, koji ne žele priznati da nisu uspjeli samo zato jer nude ono što nitko ne želi kupiti. Ili nisu znali na pravi način ponuditi ono što imaju.

11:00 – 12:00 PREDAVANJE

Dvorana 3

## Telefon - alat za povećanje prodaje



### VANJA KOKANOVIĆ

Nakon akademskog obrazovanja na Ekonomskom fakultetu u Rijeci i Zagrebu počinje raditi u *Management and Consulting Group*, tvrtki specijaliziranoj za edukaciju odraslih

u sklopu kojeg završava i HPT program za certificiranje trenera. Za vrijeme rada u MCG-u specijalizirao je za područje osobnog razvoja te teme izgradnje tima, motivacije, delegiranja i općenito vođenja. Radio je paralelno kao voditelj ureda u Zagrebu i prodajni predstavnik za sjevernu i središnju Hrvatsku. Prelazi u Janus Pim kao voditelj prodaje te kasnije u Kadus zapošljavanje kao voditelj prodaje i izvršni direktor. Trenutno radi u Interpunkt d.o.o. dijelu Bogadure grupe kao voditelj B2B smjene u kontakt centru. Iskustvo od 10-tak godina u prodaji i edukacija odlučio je spojiti u jedno. Trening sa „terena“ na način kako to rade educirani treneri i spojiti teoriju i praksu u trening pitak svima sa korisnim informacijama koje mogu zaista pomoći u povećanju prodaje.

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Gužve na ulicama i internetu su sve veće i veće (čudno, trebalo bi biti obrnuto proporcionalno). Oglasi zahtijevaju sve više inovativnosti, provokativnosti i novaca. Novine se ne čitaju (nažalost), za televizor postoji daljinski (na sreću). Masovni e-mail više ne prolazi (k vragu i spam filteri). Dugogodišnji kupci imaju sve više izbora, mogućnosti cjenjkanja i usporedbi kvalitete i cijene, sve su izbirljiviji, a imaju sve manje vremena za sastanke na kojima ćete im objasniti zašto baš vaš proizvod ima najbolji omjer cijene i kvalitete. Odgovor leži u količini ostvarenih kontakata. Sve je u brojevima. Isto kao što i kupci imaju mogućnost izbora tako i mi, koji prodajemo moramo povećati svoj izbor potencijalnih kupaca. Kako to ostvariti (?) – najbržim i najizravnijim prvim kontaktom – telefonskim pozivom. Tko bi trebao raditi na telefonu i koje kompetencije mora imati? Zašto telefonskom kontaktu treba pristupiti na projektni način?

12:00 – 13:00 PREDAVANJE

Dvorana 1

## Uspješna obrada prigovora u prodaji



### DAVOR BILMAN

Studirajući uz rad, 1999. godine završava Ekonomski Fakultet u Zagrebu, na smjeru Organizacija i Management i time stječe formalno obrazovanje diplomirani ekonomist. Trenutno završava postdiplomski studij „Poslovni marketing“. Nakon završetka studija svoje radno iskustvo nastavlja u auto-branši. Kao prodajni savjetnik, odnosno voditelj prodaje radio je na poslovima prodaje i prezentacije proizvoda pravnim i fizičkim osobama, vođenju i organizaciji prodajnog tima. Njegovo dugogodišnje iskustvo u prodaji, uz kontinuiranu izobrazbu, pomaže mu da polaznicima svojih treninga lakše prenosi nova znanja i vještine, te osigurava njihovu trenutnu primjenu u praksi. Licencirani je trener (predavač) za radionice i treninge na području vođenja, prodaje, komunikacije, timskog rada te osobnog rasta i razvoja. Međunarodni je sudac i trener za latinsko-američke i standardne plesove. Ima preko 15 godina iskustva u edukaciji odraslih, te u slobodno vrijeme radi kao voditelj plesne škole.

Trenutno završava postdiplomski studij „Poslovni marketing“. Nakon završetka studija svoje radno iskustvo nastavlja u auto-branši. Kao prodajni savjetnik, odnosno voditelj prodaje radio je na poslovima prodaje i prezentacije proizvoda pravnim i fizičkim osobama, vođenju i organizaciji prodajnog tima. Njegovo dugogodišnje iskustvo u prodaji, uz kontinuiranu izobrazbu, pomaže mu da polaznicima svojih treninga lakše prenosi nova znanja i vještine, te osigurava njihovu trenutnu primjenu u praksi. Licencirani je trener (predavač) za radionice i treninge na području vođenja, prodaje, komunikacije, timskog rada te osobnog rasta i razvoja. Međunarodni je sudac i trener za latinsko-američke i standardne plesove. Ima preko 15 godina iskustva u edukaciji odraslih, te u slobodno vrijeme radi kao voditelj plesne škole.

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Kada kupac upućuje prigovor zapravo “odgovara” na to što je u prodajnom procesu rekao (ili nije rekao) prodavač. Taj je trenutak za prodaju vrlo važan i najčešće ključan jer po prigovoru prodavač može prepoznati da je kupac osjećajima “upleten” u prodajni proces. Za prodavača je ključno da spozna da prigovori nisu upućeni njemu osobno te da to nije signal za odbijanje kupnje. Prigovori su, najjednostavnije, “pitanja” kupaca koja nastaju kao posljedica želje i potrebe za dobivanjem više informacija koje vode ka zaključenju kupnje. Želite li saznati zašto niste zaključili prodaju sa kupcima koji su vam prigovarali? Što odgovoriti kupcu na „preskupo je...“? Po zaključenju predavanja sudionici će imati razjašnjenu ulogu prigovora u prodajnom procesu, znati 4 načina kada odgovoriti na prigovore sa vremenskog aspekta, upoznati 9 najčešćih tipova prigovora u prodaji i upoznati metodu obrade prigovora.

12:00 – 13:00 PREDAVANJE

Dvorana 2

## Povjerenje i prodaja – mogu li zajedno? (Trust based selling)



### ALAN RAMIĆ

Diplomirao na Farmaceutskom fakultetu u Zagrebu. Stekao je višegodišnje iskustvo u marketingu i prodaji u vodećim tvrtkama healthcare sektora. Dodatno usavršavanje

prošao je u europskim poslovnim školama te nekoliko godina pruža konzultantske usluge tvrtkama u regiji. Specijaliziran je za konzalting u prodaji i vođenju prodaje. Danas vodi tvrtku za savjetodavne usluge.

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Ako upitamo ljude u prodaji koliko je odnos s kupcima bitan za njihov uspjeh, obično kažu “Jako. Najvažniji je. Neprocjenjivo...”. U današnje doba obilja proizvoda i konkurencije, često je upravo odnos prodavač-kupac i povjerenje među njima ono što je ključno za razlikovanje od konkurencije. Ali kad upitamo što su konkretno učili o postizanju povjerenja s kupcima, tada je odgovor uglavnom “Ništa. To je individualno. To se ne može naučiti...”. Izgradnja povjerenja nije bila aktivnost koja bi se mogla i mjeriti, pa mnoge kompanije do sada nisu mogle aktivno trenirati svoje osoblje u tom području. Riječi “prodaja” i “povjerenje” rijetko se nalaze u istoj rečenici. Kupci su često skeptični i u strahu da prodavač ima na umu samo svoje interese. Je li moguće u odnosu prodavača i kupca postići povjerenje? Vidjet ćete kako izgradnja povjerenja utječe na prodajni proces i profitabilnost poslovanja. Navest ćemo principe prodaje koja se temelji na povjerenju i kako kreirati povjerenje tijekom cjelokupne interakcije između prodavača i kupaca. Kriza je između ostalog i kriza povjerenja. Vidjet ćete kako niska razina povjerenja utječe na prodaju te kako izgradnjom povjerenja učiniti prodajni proces kvalitetnijim, bržim i profitabilnijim.

12:00 – 13:00 PREDAVANJE  
Dvorana 3

### Strateško pregovaranje i mapiranje donositelja odluka



#### MLADEN JANČIĆ

Posjeduje 17 godina iskustva u managementu i konzaltingu, uključujući 10 godina u Londonu. Magistar je ekonomskih nauka (London Metropolitan University). Ras-

polaze s ekstenzivnim praktičnim prodajno/pregovaračkim iskustvom stečenim tijekom 10-godišnjeg rada u londonskom City-u, ali i regionalnom okruženju. Po povratku u Hrvatsku radio je kao voditelj tima na Deloitte Touche/USAID projektu u Dalmaciji. Jedan je od 14 međunarodno certificiranih poslovnih savjetnika u Hrvatskoj. Radi kao predavač, trener i konzultant u oblastima prodaje i pregovaranja, komunikacijskih vještina i CRM-a. Kolumnist je poslovnih magazina. Predavač je na poslovnom učilištu u Zagrebu i vlasnik savjetodavne tvrtke Anglo-Adria poslovno savjetovanje. Dobitnik je nagrade Primus za najboljeg poslovnog savjetnika u Hrvatskoj za 2009. godinu u kategoriji ljudski potencijali, edukacija i trening.

#### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Neučinkovito pregovaranje se najčešće dešava iz razloga što ljudi ne razumiju na koji način mapirati, tj. shvatiti svijet oko sebe, a pogotovo što ne razumiju na koji način to čine drugi pregovarači. Cilj ovog predavanja je, kroz analizu dva modela mapiranja, napraviti pomak u razumijevanju načina donošenja strateških odluka, kako svojih, tako i odluka druge strane, što u konačnici vodi do veće mogućnosti ubjeđivanja druge strane. Prvi model, MPH mapiranje predstavlja ulazak u svijet drugog pregovaranja, tj. uvid na koji on vidi svijet oko sebe. Drugi model za pretpostavku ima hipotezu da je ponašanje top-managera u donošenju odluka repetitivno i da može biti dekodirano. Kroz analizu oba modela mapiranja, polaznici će dobiti savjete kako na strateškoj razini utjecati, tj. ubjeđivati svaki spomenuti stil. U konačnici, naučit će kako top-manageri preferiraju da čuju (ili vide) specifične tipove informacija kroz različite faze njihovog donošenja odluke.

14:00 – 15:00 PREDAVANJE  
Dvorana 1

### Učinkovit image prodavača = učinkovita prodaja



#### JERNEJA AGIĆ

Savjetnica za imidž kod nas i u inozemstvu. Nakon završetka dvaju fakulteta (Tekstilno konfekcijske tehnologije u Mariboru, te Dizajna odjeće u Ljubljani) nastavi-

la je sa studijem na vodećoj školi za modni dizajn na svijetu: Istituto Marangoni u Londonu, te se osposobila i postala Savjetnica za imidž. Neprestano nadopunjuje svoja znanja u svjetskim modnim prijestolnicama: London, Pariz, Milano. Napravila je i priručnik »Oblačenje u slovenskom protokolu« i to za: Protokol Republike Slovenije, Protokol kabineta predsjednika vlade Republike Slovenije, Protokol Gradske općine Ljubljana. U poslovnom časopisu Manager i Tajnica sudjelovala je kao kritičarka stila ljudi iz gospodarstva i politike. Zadnjih sedam godina se profesionalno bavi savjetovanjem za imidž i sa upravljanjem kompletnog izgleda (Management utiska) pojedinaca i grupa. Redovito održava radionice i individualna savjetovanja o osobnom i korporativnom imidžu.

#### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Što će sudionici sve moći čuti na predavanju: snaga pozitivnog utiska i kako ga još možemo individualno povećati; što je naš poslovni i što je naš osobni izgled; kakav imidž ostavljamo sa svojim izgledom; simpatičan i antipatičan imidž; boje u poslovnom svijetu i njihov management utiska; kako izgleda moj samopouzdan poslovni izgled; što apsolutno ne smijemo obući; što „ruši“ autoritet, profesionalnost, kompetencije; što mora imati u garderobi svaka poslovna žena i poslovni muškarac; kako nam modni dodaci pomažu pri postizanju ciljeva? Spoznajte kako upravljati s cjelokupnim izgledom i kako ostvariti željeni utisak. Naučiti se kako samostalno birati odjeću od poslovnog ponedjeljka do opuštenog petka.

14:00 – 15:00 PREDAVANJE  
Dvorana 2

### Prodaj sad – naplati nikad! Kako naplatiti potraživanja?



#### GORDAN HORBEC

Deset godina radnog iskustva od čega i dvije kao poduzetnik – vlasnik računovodstvenog servisa i dvije kao financijski direktor BBDO Grupe. Vlasnik portala www.

imamnovac.com koji je već nakon godinu dana dobio nagradu za VIDI Top 100 kao jedan od najboljih financijskih portala. Autor jednog od najpopularnijih blogova – novac blog, gost brojnih TV i radio emisija na temu osobnih financija.

#### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Roba nije prodana kada smo izdali račun, već kada smo ju naplatili. Naplata potraživanja je kompleksno područje koje ide puno dalje od pitanja "Kako da naplatim potraživanje od kupca?" Predavanje je podijeljeno na dva područja: kako možemo prevenirati situacije s naplatom prije nego nastanu, te što napraviti s njima kada već nastanu. U prvom dijelu ćemo pogledati što možemo konkretno napraviti da smanjimo rizik poslovanja s nekvalitetnim klijentima, da ne moramo kao prodavači uopće razmišljati o nenaplaćenim potraživanjima. Drugi dio obrađuje situacije kada dođe do problema s naplatom, te koje su nam sve opcije na raspolaganju: razlike u postupanju u odnosu na veličinu kompanije, da li kompanija ima novaca, ali ne želi platiti ili ima trenutno problema s novčanim tijekom; koja su nam sva sredstva osiguranja plaćanja na raspolaganju; prednosti i mane pojedinih rješenja, te na kraju demistifikacija ovrhe. Mnogi zaziru od ovrhe kao krajnjeg rješenja, a ovo će predavanje pokušati pokazati da ona nije tako komplicirana, ali ni strašna kao konačni način naplate potraživanja. Upoznajte se sa strategijama kako sprječavanja nastajanja problema s naplatom, tako i mogućnostima rješavanja kada već nastanu. Naučite nešto iz iskustva drugih, jer naplata je najskuplje područje na kojem možemo učiti na vlastitoj koži!

14:00 – 15:00 PREDAVANJE

Dvorana 3

## Kako i zašto zadržati i motivirati najbolje ljude?



### ZVONIMIR PAVLEK

Prof. dr. sc. Zvonimir Pavlek je konsultant, predavač, trener, kolumnist i autor knjiga o marketingu i prodaji (primjericice – „Branding“, „Uspješna prodavaonica“). U praksi se dokazao u Podravci gdje je utemeljio prvu organizaciju marketinga na domaćem tržištu, stvorio suvremenu prodajnu organizaciju, što je kasnije prenio i u druge europske države. U konsultacijama ima holistički pristup od kupca do potrošača, od marketing plana do prodaje i prodajnog mjesta. Odgojio je i mnoge generacije prodavača svih profila na domaćem tržištu i inozemstvu. Kako da to da se stručnjak za marketing veže i za aktivnosti na prodajnom mjestu, govori citat iz intervjua: „Prodajno mjesto je za mene prva informacija o kupcu i potrošaču. Prodajno mjesto treba uključiti u svaki ozbiljan marketing plan.“

### ZAŠTO DOĆI NA PREDAVANJE?

Prodavači su izloženi vatri u prvom redu bojnog polja. O vitalnosti prodavača ovisi egzistencija cijele tvrtke. Za prodajno osoblje tri najvažnije osobine su – entuzijazam, motivacija, upornost. Oduševljeni prodavači stvaraju oduševljene kupce koji su besplatni i najuvjerljiviji promotori marke, proizvoda i usluga. U izboru ljudi moramo paziti još i na to da imaju energiju, spremnost za tvrdi rad, da budu pouzdani, konzekventni i sa smislom za empatiju. Znanje i vještine će steći vježbanjem. Ljude koji imaju entuzijazam vjeruju u svoj posao i zato svoj entuzijazam prenose na druge, jer prodaja je – prijenos osjećaja. Što je to entuzijazam, kako odgajati entuzijaste i zadržati ih kao velike generatore uspjeha, kako ih motivirati da ostanu lojalni? Studije i (vlastita) praksa pokazuju da je za zadržavanje najboljih plaća važna, ali nije na prvom mjestu! Posao mora biti zanimljiv, u pravom okruženju koje stimulira, vizija mora biti dostupna i prepoznatljiva i ljudi u tome moraju participirati. Otkrijte kako izabrati, odgajati i zadržati one koji stalno oduševljavaju kupce iz čega se generira i raste promet i profit.

15:00 – 18:15 MINI TRENING

Dvorana 1

## Insights: tipologija kupaca



### DAVOR BILMAN

Dogodilo vam se da nekim ljudima nikako niste mogli prodati ono što inače veoma uspješno prodajete? Zna li zašto? Zato što su ljudi različiti. Plavom kupcu moramo pristupiti drugačije nego crvenom, žutom i zelenom. Kako? Lako. Vaše prirodno ponašanje možete iskoristiti za vašu uspješniju prodaju na način da ga uskladite s prirodnim ponašanjem vaših kupaca. Učinit ćete to još lakše ako se upoznate s izuzetno uspješnim pristupom prodaji utemeljenim na analizi osobnosti Insights®. Kako prodati više na način kako bi drugi željeli da im prodate, naučit ćete na treningu Insights® uspješna prodaja raznim tipovima osobnosti. Upoznajte samog sebe i prepoznajte svoj tip ponašanja. Prepoznajte svoje prednosti i mane. Prepoznajte koji tip ponašanja je vaš kupac. Naučite se prilagoditi različitim ponašanjima vaših kupaca. Što je važno kod građenja odnosa s određenim tipovima ponašanja?

### ZAŠTO DOĆI NA MINI TRENING?

Sigurno ste čuli za zlatno pravilo u prodaji: „Prodaj drugima onako kako ti želiš da ti se prodaje.“ Većina dobrih prodavača čula je i koristi ovo pravilo, no ono što će vas vrhunske prodavače razlikovati je platinasto pravilo prodaje, a kako ono glasi saznat ćete na treningu. Nakon ovog treninga neće biti kupaca kojima ne možete prodati (a ako se i koji zalomi, znat ćete zašto mu niste prodali).

15:00 – 18:15 MINI TRENING

Dvorana 2

## Dogovaranje sastanaka – master disciplina telefonske prodaje



### VANJA KOKANOVIĆ

Ukoliko pitate bilo kojeg prodavača što im je najteže u procesu prodaje, njih 90% odgovorit će prvi ili „hladni“ poziv. Probijanje do odgovorne osobe, pronaći osobu koja ima sluha saslušati što je to što imate za njih i dogovoriti sastanak, najteži je dio procesa prodaje. Većina prodavača dio od sastanka na dalje može obaviti i s „pola“ snage i na rutinu pronaći što je to što klijentu treba. Nakon ostvarene prodaje većina zaboravlja da je rudarski posao sve to omogućio i ljudi iz sjene ostaju u pozadini, dok se terenskog prodavača hvali jer je dogovorio posao. Svi (većinom) zaboravljaju koliko puta je osoba na telefonu morala čuti: ne zanima nas, nemam vremena sada, pošaljite mail, direktor je izvan ureda, voditelj nabave je na putu, imamo stalnog dobavljača...

### ZAŠTO DOĆI NA MINI TRENING?

Kako postati produktivniji u dogovaranju sastanaka i ove negativne odgovore pretvoriti u završno – vidimo se u našim prostorima u srijedu u 12 h. Koje tehnike koristiti u procesu dogovaranja sastanaka kako bi postotak uspjeha bio veći? Kako pomoću tehnika dogovaranja sastanka stvoriti „Zicera“ za svog terenskog prodavača? Kako voditi telefonski razgovor i stvoriti potrebu kod kupca? Kako „proći“ tajnicu direktora? Kako napraviti pripremu poziva na psihološkoj, a kako na tehničkoj razini? Odgovore na ova i slična pitanja saznajte na treningu.

## PRIJAVNICA ZA KONEFERNCIJU



# SUPERPRODAVAČ

Naziv tvrtke:

OIB:

Ime i prezime osobe/osoba:

Naziv dva mini treninga na koje se prijavljujem/o:

Adresa:

Telefon:

Fax:

E-mail:

Potpis i pečat:

Molimo da ispunjenu prijavnicu pošaljete na fax: 01/49 21 743 ili e-mail: [poslovnisavjetnik@ripup.hr](mailto:poslovnisavjetnik@ripup.hr) poštom na adresu:  
CENTAR ZA MANAGEMENT I  
SAVJETOVANJE d.o.o., Zagreb,  
Dragutina Golika 109.

15:00 – 18:15 MINI TRENING  
Dvorana 3

### Prodajna prezentacija u 20 minuta. Zašto baš mi?



#### MLADEN JANČIĆ

Cilj treninga je pokazati kako strukturirati učinkovitu poslovnu prezentaciju i to B2B auditoriju. Na treningu će učesnici, na osobnom primjeru, dobiti priliku da kroz analizu dinamike prezentiranja unaprijede kvalitetu prezentacije. Kada se dešava inicijalna odluka o kupnji, što je to *slide "WIN"*, koje stvari reći kao otvaranje, a koje kao rezime, te zašto baš mi, odgovore na ova i slična pitanja potražite na ovom mini treningu.

#### ZAŠTO DOĆI NA MINI TRENING?

Na treningu će se definirati najvažniji faktori uspješne prodajne prezentacije i to posebno u B2B poslovnom okruženju, tj. scenarij prezentiranja pred grupom ljudi, na tenderu ili slično. Kao alat će se koristiti Power Point, a polaznici treninga će imati priliku napraviti usporedbu sa svojim osobnim prodajnim prezentacijama i načinom njihove izvedbe. Trening će također dati odgovore u kom periodu se u većini slučajeva dešava inicijalna odluka o kupnji (*Initial Purchasing Decision*), što trebate govoriti kada je pažnja slušatelja najveća, što na početku, a što na kraju prezentacije. Učesnici će provjeriti na koji način definirati diferencijalne benefite svoje kompanije koji trebaju biti korišteni u samoj prezentaciji, te dominantne motivacijske faktore neophodne za uspješnu prodajnu prezentaciju.

15:00 – 18:15 MINI TRENING  
Dvorana 4

### Prodajni proces baziran na izgradnji povjerenja



#### ALAN RAMIĆ

Sudjelovanjem na dodatnom mini treningu polaznici će sastaviti osobnu piramidu odnosa te će uz pomoć ovog alata moći targetirati osobe s kojima imaju mogućnost izgraditi prodajni proces ili poslovni odnos temeljen na povjerenju. Analizirat ćemo koje su prodajne situacije prikladne za rad baziran na izgradnji povjerenja. Razmotrit ćemo kako možemo "klasični" prodajni proces pretvoriti u proces izgradnje odnosa s klijentom te kako pri tome raste povjerenje između nas i klijenta. Pri tome ćemo se usredotočiti na temeljna uvjerenja i vrijednosti koje su potrebne u organizaciji kako bismo kreirali mogućnost da izgradimo kvalitetne odnose s klijentima, a s time i uzajamno povjerenje.

#### ZAŠTO DOĆI NA MINI TRENING?

Radom u malim grupama, koristeći vlastite primjere i iskustvo, vidjet ćemo kako možemo prilagoditi naš trenutni način rada u prodaji i vođenju prodaje. Zajedno ćemo kreirati korake koje možemo početi primjenjivati već slijedećeg radnog dana, koji ne zahtijevaju intenzivno ulaganje. Ove prilagodbe dosadašnjeg načina rada mogu nam pomoći da se u poslovanju s klijentima razlikujemo od konkurencije i postignemo bolje prodajne rezultate na kvalitetan način.

# SUPERPRODAVAČ