

Načela profesionalizma u prodaji



2
dio

1 NEKA VAŠ GOVOR IZAZIVA INTERES

Neki ljudi, to i ne shvaćajući, govore monotono, pa njihove, inače vrlo zanimljive misli, postaju dosadne. Pričaju u "prvoj brzini", jednoličnim tonom.

Predlažem da sa sobom ponekad ponese džepni diktafon i snimite se kako razgovarate. Naknadno se poslušati zna biti "rizično" i neugodno. No, svakako vrijedi uloženo jer vidite koliko vas je zanimljivo slušati. **Entuzijazam u glasu uvelike povećava vjerovatnost da ćete slušatelju biti zanimljivi.** Slušatelju je mnogo ugodnije razgovarati s entuzijastom. Ako želite reći nešto vrlo važno, najprije kratko zastanite, recite što želite, a na kraju ponovo napravite malu stanku.

Nastavljamo s nizom kvaliteta koje su zajedničke svim profesionalcima koji pobjeđuju. Opisat ćemo još deset zanimljivih i korisnih načina uspješne prodaje. Iskušajte neke od njih – makar se s nekima i ne složili, mogu vam pomoći da dođete do strategije koja će vas učiniti boljim profesionalcem.

Kao što smo istaknuli, prilikom zaključenja prodaje, ogromna snaga je u tišini.

2 BUDITE POUZDANA I ISKRENA OSOBA

U glavama vaših klijenata pouzdanost i povjerenje su glavne stvari. Kupci, kao i svi drugi, radije posluju s pouzdanim ljudima, pa stoga **uvijek učinite što ste rekli da ćete učiniti.** Ako nešto želite poslati poštom, pošaljite. Ako obećate da će nešto biti dostavljeno u točno određeno vrijeme, neka to bude točno onako kako ste obećali. Ne obećavajte nešto što ne možete ispuniti; ne preuveličavajte činjenice koje nisu istinite.

3 NE BOJTE SE PRIOPĆITI LOŠE VIJESTI

Loša vijest direktno proizlazi iz pouzdanosti vas kao osobe. Ako, iz bilo kojeg razloga, ne možete ispuniti obećanje ili jamstvo koje ste dali klijentu, odmah mu to i recite. Uvijek kontaktirajte vaše kupce kada ne možete dostaviti ili ispuniti ono što ste obećali. Ljudi gotovo uvijek dobrodušno prihvaćaju loše vijesti, ali vrlo rijetko prihvaćaju neprikladnost, slabu uslugu ili neprofesionalnost od strane nekoga tko ne javlja kako nije u mogućnosti izvršiti što je obećao.

4 PRITUŽBE SMATRAJTE NEČIM DOBRODOŠLIM

Kada neki ljudi tvrde da nikad nisu dobili primjedbu, stvari postaju posve jasne. Ili nemaju previše posla ili, isto tako, lažu i o drugim stvarima. Imate li dovoljno posla, s vremena na vrijeme događat će vam se i pogreške. Kao prodavač, često ćete morati podnijeti bijes nezadovoljnog kupca. Ali, mnogo je bolje od kupca čuti istinu, nego da samo prestane trgovati s vama. Evo jednog primjera: zamislite da ste otišli u restoran i dobili loš ručak – hoćete li se kome žaliti? Ne, do sutra, kada ćete reći svima: prijateljima, rođacima, poštaru: *"Ne jedite tamo ni za živu glavu!"*

Prihvatite pritužbe kao stvarnost. Neka pritužbe uvijek imaju prioritet. Sredite

problem odmah, slušajte što vaši kupci govore, shvatite zašto to govore, stavite sebe na njihovo mjesto, pitajte ih što žele da učinite s tim u vezi i dajte sve od sebe da to tako učinite.

Ali, iznad svega, dajte svakoj pritužbi apsolutni prioritet i dajte kupcu do znanja da ste to učinili. Dobra briga o klijentu može odbjeglog kupca pretvoriti u vašeg stalnog kupca.

5 POZITIVNO O DRUGIMA U LANCU PRODAJE

Profesionalni će prodavač uvijek govoriti dobre stvari o svojim kolegama, ostalom osoblju, računovodstvu i administrativnim odjelima. Ako ćete kupcu predložiti da ga posjeti neka druga osoba iz vaše tvrtke, predstavite je kao sposobnu, sa znanjem i iskustvom koje će pomoći vašem klijentu. Više ćete dobroga za sebe učiniti hvaleći druge ljude, nego pokušavajući biti "svepametni", osuđivati sve i svakoga oko sebe.

6 OSLOVLJAVAJTE KUPCA IMENOM

Za većinu ljudi najugodniji zvuk je zvuk njihovog imena. Zovite ih imenom, ali ispravno. U Velikoj Britaniji još uvijek nije običaj da prodavač oslovljava kupca imenom, ne dopusti li on to izričito. U Sjedinjenim Američkim Državama potpuno je prihvatljivo koristiti kupčevo ime od samog početka. Običaji se razlikuju diljem svijeta.

Budite posebno pažljivi kada koristite telefon. Ipak, uvijek dopustite da kupac imenom oslovi vas. Nikad se ne predstavljajte s "titulom" ispred imena, kao što je, primjerice, gospodin, gospođa, gospođica ili gospodična. Pokušajte zapamtiti imena svih ljudi u kupčevom okruženju, a ne samo onih s kojima najizravnije kontaktirate. Neki krivo poučeni prodavači misle da je važna samo osoba koja odlučuje o kupnji. S istim poštovanjem ponašajte se i prema tajnicama, recepcionarima, inženjerima, tehničarima – nema kraja ovoj listi – želite li zadržati svoj autoritet. Mnogo se puta događa da čovjek s kojim ste tijekom vremena izgradili dobar poslovni odnos ode

Canon imageRUNNER je potpuno komunikacijsko rješenje. Jednim uređajem riješite svoje potrebe za ispisom, kopiranjem, skeniranjem i faksiranjem. Ubrzajte protok dokumenata preusmjeravanjem faks dokumenata na e-mail...

imageRUNNER

you can
Canon

Inteligentno poslovanje...



telefaks



**RENT A
Canon**

tel 01 6222 122

NAJAM

Modeli koji podržavaju FAX-TO-MAIL funkciju*



iR2016i
iR2020i



iR2270
iR3570



iR2570Ci
iR3570Ci



KSU Company

01 6222 122

Jurja Dobrile 50
10410 V. Gorica
web shop
www.ksu.hr

*uz dodatnu fax karticu i Send KIT.

na novo radno mjesto, a na njegovo dođe druga osoba iz odjela. Niste li prethodno izgradili uljudan odnos, može vam se dogoditi, u ovoj novoj situaciji, da ona krene raditi s vašim konkurentom.

7 RECITE "HALVA"

Jeste li ikad pomišljali da pošaljete zahvalnicu ili čak kratko pismo zahvale kupcu koji je odlučio poslovati s vama? Ovim možete proizvesti mnogo "pozitivnih vibracija". Treba vam samo nekoliko minuta da zahvalnicu napišete i ubacite u poštanski sandučić.

Najuspješniju trgovinu automobilima u Velikoj Britaniji vodi i posjeduje gospodin Ray Geddes (*The Northey Arms Garage*, grad Melksham, pokrajina Wiltshire). Uvijek kada sam nešto kupio, na kraju dogovora, Ray bi se srdačno rukovao sa mnom. Iskreno bi me pogledao u oči i rekao: "Richard, hvala ti što posluješ sa mnom."

8 NE GOVORITE "ODOZGO", "S VISOKA"

Kad se obraćate potencijalnom kupcu "s visoka", vrlo je vjerojatno da će se on prema vama postaviti neprijateljski, zauzet će obrambeni stav. Komentari poput: "Pa, čini mi se da vam nije jasno" ili "Najvjerojatnije ne znate za ovo ...", bili oni istiniti ili ne,

impliciraju da vi znate više, da ste iskusniji, da više vrijedite. **Razvijte dobru komunikaciju** tako da kažete: "Pa, čini mi se da znate ...". Uvijek je **puno bolje sugovornika uzdizati nego "prizemljivati"**.

Prodaja je komuniciranje. To je stvaranje okruženja i klime obostranog poštovanja i povjerenja, što postupno vodi sklapanju posla.

Nikad nije uputno upućivati zamjerke kupcima, zato što su u prošlosti kupili neki drugi proizvod ili uslugu. Vrlo često i oni sami znaju da su kupili loše ili da su donijeli pogrešnu odluku. Nema nikakvog razloga da im na tu ranu "stavljate sol". Pronalazeći im zamjerke, samo ćete ih "pogurati" u pravdanje prvotne odluke.

Zapamtite: prodavač mora biti dobar slušatelj.

9 BUDITE ZAPAMČENI KAO JEDINSTVENI

Razvijte svoj vlastiti jedinstveni stil. Učinite nešto što će se uvijek pamti ili povezivati samo s vama.

To može biti vaš entuzijizam, dizajn vaših poslovnih kartica ili neka lako pamtljiva izreka. U svakom slučaju, izbjegavajte biti naporni, nezgrapni.

Svi znamo da je rukovanje važno. Sigurno je da umjereno čvrst stisak ruke donosi više koristi od mlakog rukovanja.

10 NE SJEDAJE ČEKAJUĆI U PREDVORJU

Ovo može zvučati malo neobično, jer su stolice u predvorjima očito postavljene da bi se na njima sjelo. Ali, vi ste *profesionalni prodavač*. Vi ste pripremljeni i jako motivirani. **Sjedenjem na stolici u predvorju, izgubit ćete na vašoj dinamičnosti.**

Osoba koja na njima sjedi nalazi se u donekle nepovoljnom položaju. Kada netko drugi uđe ili samo prođe predvorjem, osoba koja sjedi čekajući izgleda mu pomalo beznačajno. Nažalost, mnogi ljudi gledaju nekoga tko sjedi i čeka na sastanak "s visoka". Kad vaš partner konačno dođe po vas, a vi morate "ispuzati" iz onog niskog stola, *odmah* ste se zatekli u nepovoljnijem položaju.

Zato u predvorju *uvijek stojite* i pristojno odbijte ponudu ili upute da sjednete. Siguran sam da ćete se osjećati jačim i samopouzdanijim kad nakon toga uđete na dogovoreni sastanak.

Tekst preuzet iz knjige: "Super-prodavač: putokaz za izvrsnu profesionalnu prodaju" Autor: Richard Denny, Nakladnik: M.E.P. Consult, Zagreb