

Kratka crtica o prodaji



Emil Pavić



Svi mi koji se bavimo prodajom znamo kakav je to posao. Onaj koji ga voli reći će “nema boljeg na svijetu” ali ima i onih koji su spletom raznih okolnosti postali prodavači ili prodajni predstavnici i sada su u prilici da se bave ovim za mene tako lijepim ali i teškim zanimanjem.

Naime, prodaja jest interakcija između prodavatelja i kupca ali ona je i mnogo više od toga. Prodajom zapravo vi prenosite dio svoje energije, znanja i iskustva na kupca odnosno stranku koja želi nešto kupiti ili saslušati od vas. No, krenimo redom.

Što je to prodaja?

Prodaja je život. Jednostavno, ja ne poznajem drugi svijet ili drugi način života, naravno u profesionalnom smislu. Ne u onom negativnom kontekstu gdje nekome nešto na brzinu prodaješ i više ga nikada ne sretnoš u životu. Ne na taj način. Za one koji misle, a zašto ne? Zato što ako ste dobri u ovom poslu tada shvaćate da vrijednost stranke ili kupca nije u jednoj prodaji već u prodaji na duge sta-

ze. Cilj je postići da vam se kupci vraćaju i da ih provodite kroz sve poslove koje radite i da oni zapravo uvijek budu vaše tržište. Dakle, jednom kupac uvijek kupac, to bi trebala biti smjernica. Kako je naravno ovo samo pojednostavljena interpretacija pokušati ću to slikovitije prikazati. Naime, dobri prodavači znaju da je prodajni proces kao ples, sve kreće sa pristojnom zamolbom, partner pristaje i onda kreće ples. Kada ples završi partneri nastavljaju ili se pozdravljaju. Oni malo manje uspješni prodavatelji čine greške prije, u tijeku ili na kraju procesa. Zato ću vam u svojem predavanju na konferenciji “Superprodavač” pokušati sažeti sve te osnovne korake kako ne biste grijehili. Jednostavno, prodaja je način života, proces koji nikada ne završava nego se ako ste uspješni on se stalno ponavlja na zadovoljstvo kupca i prodavatelja. Njihova veza svakom prodajom postaje sve čvršća i kreće k neraskidivom. Nakon nekog vremena sve postaje skoro pa osoban odnos i tu više prodajna

cijena ne igra skoro nikakvu ulogu. Ljudi jednostavno vole da ih se vodi i usmjerava, da im se sugerira ili potvrđuje njihove odluke. Zato ste vi tu kao vrsni prodavači, vi uvjeravate svoje kupce ali imate etičnost i štitate njihove interese. Sasvim je legitimno stremiti maksimalnoj zaradi ali treba imati mjeru. Kako npr. odrediti cijenu i pri tome zadovoljiti sve interese, to je vezano uz iskustvo. To je kilometraž.

Zašto se baviti prodajom?

Jednostavno, ako ovo čitate tada ste i vi prodavač. Da niste, prestali bi već nakon prvog odlomka. Niste uredski tip, volite slobodu, volite stvarati nove poslovne kontakte i volite se kretati među ljudima. Sloboda ima svoju cijenu, ona se zove prodajni rezultat. Prodaja je mjerljiva i vrlo jednostavna za ocijeniti uspješnost. Za razliku od drugih zanimanja kod prodaje ili si prodao ili nisi, nema sredine. Ako volite taj osjećaj stvaranja i sreće koja se događa kada nešto uspješno napravi-

te, kada usrećite vašeg kupca te mu na taj način popravite dan i raspoloženje tada ste vi “materijal” za prodavača. Ono na što bih vam posebno skrenuo pažnju jest to da nikako nemojte raditi ovaj posao ako vam se ne sviđa i ako nemate bolji izbor. Znam, teško je, uglavnom se i nude poslovi vezani uz prodaju ali ipak, ukoliko postoji druga opcija prodaju je u tom slučaju bolje izbjeći. Takva prodaja je nažalost, praksa je pokazala, u većini slučajeva unaprijed osuđena na loše rezultate. Najbolje sam prodavao onda kada sam bio uvjeren u sebe i proizvod koji prodajem, nikako drugačije. Da bi zaista bili uspješni važno je i da ste korisnik tog proizvoda ili usluge. Tu nema ili. Ne možete prodavati nešto što niste vidjeli, osjetili, omirisali i što niste koristili. Uzmimo na primjer prodavače automobila.

Znam ih nekoliko koji prodaju jednu marku a privatno voze sasvim nešto suprotno. Živite s time, prodaja je život. Ono o čemu ću govoriti na svojem predavanju na tradicionalno odličnoj konferenciji “Superprodavač” jest ugovaranje prodajnih sastanaka i zaključno zatvaranje prodaje. Kako ugovoriti prodajni sastanak ili kako nekoga pozvati na sastanak, kavu ili ručak i prezentirati mu što prodajemo i zašto je to dobro za njega? Kako nekoga nazvati po prvi puta i dobiti nekakav odgovor?

U koje vrijeme to učiniti? Kako se ponašati kod razgovora i kako konačno zaključiti tu prodaju? To su sve pitanja na koja ću vam dati odgovore poučen iz vlastitog dugogodišnjeg prodajnog iskustva u više različitih industrija. Veselim se našem susretu, vidimo se!

