

# Ponos i predrasude – PRODAJA OD PRETPOVIJESTI DO DANAS



Darko Balaš  
mr.oec.

Odakle krenuti? Najbolje od početka. Kao što je rekao slavni američko-španjolski književnik George Santayana: “Oni koji se ne sjećaju prošlosti, osuđeni su ponoviti je.”. Ponekad to i nije tako loše, jer, poznavajući onu narodnu: “Ponavljanje je majka znanja”, utvrđivanje činjenica vodi k jasnijoj spoznaji. Ponavljati, ponavljati i ponavljati, Newtonov eksperimentalni model koji je rodio modernu civilizaciju. Nekada dobar, a nekada ne. Paradoks, zar ne?

**K**ao i sa tisućama stvari koje je stvorio čovjek, u skladu s njegovom podvojenom psihologijom, koktelom racionalnosti i iracionalnosti, slabosti i snage, kukavičluka i neopisive hrabrosti, trenucima svemirske lucidnosti i trenucima nespoznajne magle, i prodaju prate dvije, na prvi pogled, dijametralno sukobljene imenice. Ponos i predrasude.

Prevara, nametanje, prodajne prezentacije kojima je isključiva namjena *fire and forget* dok kupcima, koji su psihološki prevareni ostaje gorak okus u ustima i obvezujuća misao koja se s trncima uspinje uz ukočeni kičmeni stup i odzvanja u umu *big benovskim* riječima zakletve: “Nikada više, zadnji put me je natjerala na ovo...”, uspješni prodavač se rađa i postiže rezultate kombinacijom lisičje ljigavosti i pseudo-psihološke primjene alkemijskih formula, koje čuva po cijenu života.

Predrasude koje prodaju prate još od kada je nastala u tamnim dubinama evolucije, kada je prvi neandertalac, pokušavajući uobličiti nekoliko neartikuliranih glasova kojima je bio obdaren, zamijenio svoj kremeniti nož koji je značio razliku između punog trbuha i dana neopisive, tupe gladi; za sjajni, opčinjavajuće svjetlucajući biser, koji je nekom čudnom igrom nemilosrdnih bogova završio kod njegovog najljućeg suparnika u lovu i čije se lice podmuklo ceri izabranici njegova srca, u čijim je očima biserni odsjaj poprimio alarmantnu uzbuenu nemogućnosti produžetka vrste.

## Prodaja kao višesložni proces

Ne, nema alkemije i tajne, nema isključive želje za prevarom i brzim bijegom u nepoznatom smjeru, prodaja se, kao i sve drugo što označava vrhunsku profesionalnost i ozbiljnost, mukotrpno i dugo uči. Nema čarobne formule, osim ako je ona pronalaženje upornosti lak i kada se to čini nemogućim.



Kada učenici, na jednoj od dugotrajnih, spoznajno-ispunjavajućih seansi upitaju: “Profesore, znate li sve o prodaji?”, profesor im odgovara: “Naravno da ne”, jer prodaja se uči svakim susretom, svakim kontaktom kada želimo nekome objasniti svoju novu ideju i ispuniti treću **Maslowljev**u potrebu za pripadanjem, svakim novim, poslovnim pregovorima u kojima želimo dogovoriti profitabilan posao i postati “zvijezda u usponu” svoje tvrtke, svakim susretom s namrgođenim provoditeljem zakona, koji se neobjašnjivo stvorio kraj našeg automobila baš kada smo za neznatnih pedeset kilometara ponosno nadmašili glupi bijeli krug s crvenim obrubom u kojem smo na sekundu ugledali broj 70.

Prodaja je svuda oko nas, u tvrtci, u obitelji, na fakultetu, u školi, na šarenim policama tržnice ispunjene kakofonijom tihih i ne tako tihih glasova bakica koje se kunu u svježinu i organsko porijeklo svojih namirnica, čak i našim vlastitim umovima kada si “prodajemo” još jedno obećanje kako od sutra, ali ovaj put za sigurno, prestajemo pušiti.

Prodaja je proces, koji se uči i nema nikakve razlike u psihologiji učenja od one u postizanju vrhunskih, sportskih rezultata. Upornost, stalno nadograđivanje proučavanjem najnovijih dostignuća, sudjelovanje u prodajnim situacijama i što je najvažnije, uvijek ponovno ustajanje nakon neizbježnih nokauta neuspjeha. Ovdje nam može pomoći davno odvagana i implementirana američka doktrina o čovjeku s margina društva koji ne priznavanjem poraza dobiva i drugu priliku, te na taj način ostvaruje svoje snove.

**Dobra prodaja, rezultat je ukupnosti svih ovih čimbenika. Dobra prodaja znači dobro posloženi mehanizam prodaje, od managera koji u današnjim vremenima mora imati isključivo savjetodavnu ulogu, do ratnika prodavača na prvoj crti bojišnice koji su u tom mehanizmu i najvažniji. Sve ostalo su predrasude.**