

S druge strane je ponos

Što bi se dogodilo, da prije spomenuti neandertalac nije trampio nož za biser, koji je zapao za oko njegovoj dragoj i tako se nezgodno nalazio u rukama prvog konkurenta? Bi li, legao zadovoljan sa spoznajom da mora krenuti u novu potragu za izabranicom, koja će osigurati njegovo osobno produženje nakon života? Naravno, da ne bi.

Prodajom je osigurao produženje vrste. Kroz dugu povijest ljudske trgovine, od žitarica i stada ovaca Sumerana koje su mijenjali za drugu dragocjenu robu i iz kojeg razloga su razvili kotač kao jedan od najvećih izuma civilizacije, preko puta svile kojim su u neposredni kontakt dolazila društva zapada i istoka, do modernog završetka lanca vrijednost preko kojeg posluju svjetske korporacije i omogućavaju širenje vrhunske tehnologije, prodaja je onaj, najvažniji, posljednji korak koji omogućava napredak, razmjenu ideja i isplatu plaća. Bez završnog koraka prodaje, proizvodi bi se gomilali na skladištu uzrokujući nesagledive fiksne troškove, vrhunski ekonomisti, koji nabavljaju materijale, inženjeri koji osmišljavaju najmoderniju tehnologiju u odjelima za istraživanje i razvoj, inženjeri i radnici u odjelima proizvodnje, srednji i top *management* koji se bave misijom, vizijom, ciljevima i programima, svi kotačići u mehanizmu poslovnog sustava, ostali bi bez realizacije, bez prihoda, bez dobiti i profita. I u konačnici, bez plaće.

Isto tako, trulim i neprodanim rajčicama, baka s tržnice ne bi uspjela pokrpati duboki rascjep između mršave mirovine i konstantno rastućih troškova života.

Treba li biti ponosan na zanimanje prodavač, bez obzira bila to baka na tržnici, trgovkinja u lokalnoj trgovini cipela ili *manager* prodaje koji je upravo dogovorio prodaju i instalaciju milijunskog poslovnog sustava? Odgovor se nameće sam. Treba svladati predrasude i biti ponosan na poslove u svezi prodaje, jer je ona onaj završni korak koji zatvara lanac vrijednosti i osigurava egzistenciju milijunima ljudi u pozadini.

Na kraju krajeva, ostaje i onaj najvažniji dio, ispunjavajući dio prodaje, koji treba pratiti ne samo nju, već i sve drugo što radimo u životu. To je svakako ljubav prema poslu koji činimo, jer jedino ćemo na taj način u njega uložiti cijelog sebe i rezultati ne mogu izostati. Rezultati koji u prodaji osiguravaju egzistenciju za tolike druge. Ljubav, kao začim svim jeli- ma, najbolja je vodilja k uspješnom stvaranju

Ponos i predrasude! Uvijek u kolopletu vječne igre pobjede i poraza, uspjeha i neuspjeha, bogatstva i siromaštva. No, i dalje svi kupuju, i dalje svi prodaju. Zašto? Zato što bolji sustav zadovoljavanja ljudskih potreba još uvijek nije niti determiniran, a kamoli primijenjen. Svaki manager prodaje mora biti svjestan ove dvije oportune činjenice koje prate prodaju od samog njenog nastanka i uvijek, ali baš uvijek ugraditi ponos ispred predrasuda u umove svog prodajnog tima. To će biti njegov najveći, prodajni uspjeh! To je i jedini cilj njegove funkcije!

ugodne prodajne atmosfere, ugodnom prvom kontaktu, ugodnom prodajnom razgovoru i u konačnici, ugodnom zaključenju prodaje.

A nakon toga, jedino što nam ostaje je osjećati se ugodno, jer smo poput plavog duha iz boce osigurali ispunjenje potreba naših klijenata. Stvorili most između mašte i stvarnosti, omogućili posjedovanje nečega što je netko žarko želio. I to je najveća nagrada, koju osoba koja se bavi prodajom može dobiti. Široki osmijeh zadovoljnog kupca.

Mogu li to uništiti nekakve predrasude, strahovi ili sveopća percepcija kako je prodaja nešto što se nameće, nešto što je u samom svom korijenu loše? Nikada! Prodaja je jedini način, kako izgraditi tisuće dobrih kontakata, upoznati tisuće različitih ljudi iz različitih

kulturoloških sredina i u svima njima zajedno, pronaći nešto zajedničko. Sreću zbog ispunjene želje! Ozarena lica najvrjedniji su rezultat prodaje. Od razdraganog dječjeg, na kojem možemo pročitati nevjerojatnu sreću zbog nove igračke, do onog ispunjenog osmijehom, umirovljenika, kome smo omogućili putovanje koje je priželjkivao i o kojem je maštao cijeli život.

Naravno, i jedino, poštenom prodajom i građenjem dugoročnih odnosa s klijentom koji dugoročni mogu ostati, temelje se isključivo na povjerenju. Znam, danas, u doba virtualne stvarnosti i računala, koja mogu simulirati dobro smišljene algoritme ponašanja kupca i njegovu reakciju na svaku našu manipulaciju, gdje se matematički točno može predvidjeti rezultat nekih akcija, teško je spoznati činjenicu kako se prodaja elementarno promijenila i elementarno ostala ista. S jedne strane osuđivana i svrstavana u najgora zanimanja, a s druge strane, jedina poslovna funkcija koja čovjeku, plemenu, organizaciji, državi i multinacionalnim udruženjima i korporacijama može osigurati egzistenciju.

Hm, kada malo bolje razmislimo o svemu, kada povežemo sve ono što prodaja osigurava i sve ono što nam donosi; možemo doći samo do jednog zaključka. Bez prodaje ne bi ni nas bilo, jer svi budući, dragi očevi, moraju svladati predrasudu kako je „prodati“ svoju naklonost ljepšem spolu nešto loše i biti ponosni na konačni proizvod koji nude izabranici svojega srca i budućoj majci. Ljubav djeteta i produženje vrste! ■



NLINE-AKADEMIJA.COM

Upoznajte svijet menadžmenta, marketinga i javnog nastupa!

Uz naše video edukacije otvorite novu dimenziju poslovanja!

Nudimo Vam 4 poslovna smjera koja možete pogledati na bilo kojem mjestu u bilo koje vrijeme!

Za VAS organiziramo i vršimo:

- SEMINARE, RADIONICE,
- BUSINESS CONSULTING

Želite unaprijediti poslovanje?

Želite povećati rezultate?

Trebate procjenu i nove ideje?

Tu smo za VAS!

Više na: www.online-akademija.com mob: +385 92 308 4765