

NOVA PERSPEKTIVA PRODAJE

Prodaja je egzaktna znanost. Rezultati svakog prodavača ili prodajnog tima (sektora) mjerene se konkretnim brojevima. S druge strane, sve tehnike prodaje provjerene su i primjerene konkretnim situacijama i kontekstu. Ipak, prodaju ne čine samo brojevi i tehnike. Prodaja je više od toga, jer se bazira na emociji i

Slušam da bih razumio, gledam da bih shvatio, sudjelujem da bih ostvario promjenu!

emocionalnoj strukturi pojedinca (prodavača). Jedan od najvažnijih elemenata uspjeha ili neuспеха jest njegova sposobnost upravljanja emocijama.

U suštini, EMPATIČNA PRODAJA je cjelovitost prodaje. Zato i kažemo da je to verzija 2.0 prodajne DNK. Jedna linija DNK strukture su brojevi (racionalnost, mozak), a druga su emocije (intuicija, srce).

Dakle, prvi korak jest **krenuti od drugog** i pokušati spoznati očekivanja, motivaciju i navičke osobe s kojom komuniciramo. Prodavač zasigurno mora imati određenu karizmu i snagu karaktera, u određenim fazama pregovaranja i zaključivanja prodaje riječ je o presudnim karakteristi-

kama. No u temelju vještine pregovaranja ipak je sposobnost empatije koja može ublažiti „težinu“ ega i pomoći nam da se izborimo s vlastitim demonima pretjerane samodopadnosti i arogancije.

Kako dakle možemo malim koracima poboljšati odnos sa svojim klijentima i promjenom iznutra postići vanjske promjene, u smislu poslovne učinkovitosti i vlastitih prodajnih vještina. Prvi je korak **slušanje**. Dijalog je iznimno koristan alat u svakom poslu, a u procesu prodaje riječ je o ključnom elementu koji u ranim fazama pregovaranja može odnijeti prevagu u vašu korist. Koliko god bili ponosni na znanja i informacije koje posjedujete, pokušajte se svladati i poslušati što vam sugovornik želi reći. Zastanite i obratite pozornost na sadržaj i formu onoga što vam kupac govori, aktivno sudjelujte u tom dijalogu, ne okljevajte da postavite pitanje ako vam nešto nije jasno i dajte sugovorniku do znanja da želite čuti ono što vam govori te da vam do svijesti dopiru njegove riječi; slušajte i aktivno sudjelujte istodobno. Vještinu aktivnog slušanja nije lako svladati jer zahtijeva visoku razinu koncentracije, ali vježbom ćete zasigurno postupno postići sve bolju komunikaciju.

Drugi je važan element empatične prodaje – **promatranje**.

Prodaja je uzajamni i dinamični odnos dvije strane koji uključuje brojne varijable ovisne o kontekstu. Iskustvo prodavača i očekivanje kupca moraju se ispunjavati uspješnom komunikacijom i prepoznavanjem. Ovaj tekst otkriva nekoliko učinkovitih načina usavršavanja prodajnih vještina i razvoja emocionalne inteligencije kao temelja uspješnog poslovnog odnosa.

