

Sadržaj

Uvod:

Prevazilaženje prepreka na putu ka uspešnoj prodaji	7
1. Razvijanje ličnosti vrhunskog prodavca	11
2. Psihologija zaključenja prodaje	45
3. Kako da izađete na kraj sa bilo kojim prigovorom	69
4. Tehnike uspešnog zaključenja prodaje I	91
5. Tehnike uspešnog zaključenja prodaje II	115
6. Udvostručavanjem svoje produktivnosti – udvostručite svoj prihod	145
Zaključak	173
O autoru	175

UVOD

Prevazilaženje prepreka na putu ka uspešnoj prodaji

Kad sam počeo da prodajem, danju posećujući potencijalne kupce od kancelarije do kancelarije, a tokom večeri od kuće do kuće, užasavao sam se zaključenja prodaje.

Ja bih svakodnevno odlazio da prodajem, neustrašivo se suočavao sa potencijalnim kupcima lice u lice i sa velikim entuzijazmom deklamovao sve informacije o robu koju sam prodavao. Da bih se potom, na kraju, zagrcnuo i snebivajući se i oklevajući upitao: „I šta ste sada odlučili?”

A onda bi mi potencijalni kupac na to pitanje po pravilu odgovorio: „Pa dobro, biće mi potrebno malo vremena da razmislim o tome.”

Kasnije sam naučio da su reči: „Moram o tome još jednom da razmislim” ili „Potrebno mi je još malo vremena da o tome razmislim”, učtivo obraćanje mušterije da mi, u stvari, kaže: „Zbogom zauvek, nikada se više nećemo videti.”

I tako sam postao uveren da će svi ljudi morati „samo malo da razmisle” i da će se moj telefon usijati od silnih kupaca koji će prosto izgarati da kupe moju robu. Ali, niko me nikada nije pozvao.

Konačno sam shvatio da nisu proizvod, cena, tržište ili konkurencija bili ti koji su blokirali moju prodaju. Već ja sam. Preciznije rečeno, bio je to moj strah da postavim pitanje o zaključenju prodaje.

Jednog dana sam jednostavno rešio da mi je svega dosta – i nezadovoljstva i neuspeha. Već sam tokom prve sledeće posete,

kad mi je potencijalni kupac rekao: „Dopustite mi da razmislim o tome, pa vi ponovo navratite”, rekao nešto što mi je potpuno promenilo život.

Odgovorio sam, sa knedlom u grlu: „Izvinjavam se, ali je nemam običaj da ponovo dolazim.”

„Izvinite,” rekao je on, pomalo iznenađeno. „Vi ne dolazite po drugi put?”

„Ne,” odgovorio sam. „Vi već sada raspolazete svim neophodnim informacijama da biste mogli da donesete odluku na licu mesta. Zašto to jednostavno ne kupite?”

On je pogledao u mene, potom u moju brošuru, a onda ponovo u mene i rekao: „Pa dobro, ako vi ne možete da svratite ponovo, mogao bih to da kupim.”

Izvadio je svoju čekovnu knjižicu, potpisao porudžbinu, platio mi i zahvalio se na poseti. Izašao sam sa porudžbinom u blagom šoku. Upravo sam 'probio led', jednom rečju, naučio sam osnovnu stvar koja mi je donela veliki napredak u poznavanju i tehnici prodaje.

Otišao sam do sledećih vrata, održao prezentaciju pred donosiocem odluke i upotrebio iste reči kad mi je rekao da će da razmisli: „Ja ne dolazim po drugi put.”

On je rekao: „U redu, onda ću to da kupim sada.”

Nakon moje treće prodaje za manje od četrdeset pet minuta, u poređenju sa mojim uobičajenim procentom prodaje, ja sam prosto lebdeo u oblacima! Kroz svega mesec dana, oborio sam sve rekorde u prodaji u okviru moje kompanije, bio sam unapređen u menadžera prodaje i povećao svoj prihod dvadeset puta. Imao sam trideset dva prodavca pod mojom nadležnošću, koje sam sve obučio da zatraže nalog pri prvom susretu. Posao je cvetao!

S vremenom sam naučio da je poznavanje ključnih veština zaključenja prodaje od suštinskog značaja da zaradite svotu novca za koju ste zaista sposobni.

Proučio sam, vežbao i koristio bezbrojne tehnike zaključenja prodaje, koje su sve obuhvaćene u ovoj knjizi, i obučio sam više od 1.000.000 prodavaca da postanu prave zvezde u oblasti prodaje.

Jedina i najveća prepreka velikom uspehu u prodaji jeste vaša sposobnost da navedete potencijalnog kupca da preduzme

konkretnu akciju. Svrha ove knjige je da vam pokaže kako da uklonite ovu prepreku da biste uspeali sve da prodate i zaradite novac koji želite.

Svi vrhunski prodavci su dobri u zaključenju prodaje. Oni umeju profesionalno da ispitaju stvari, da identifikuju potrebe, izgrade poverenje, odgovore na prigovore i da na nekoliko različitih načina upute pitanje u vezi s porudžbinom. Oni razumeju zašto potencijalni kupci oklevaju i odlažu, i znaju kako da formulišu njihove ponude tako da prevaziđu ove prepreke. Upravo iz tih razloga, oni se pridružuju skupu od 20 odsto najuspešnijih prodavaca koji zarađuju sav novac.

Kad sam ja počeo da prodajem, nisam bio nimalo obučan. Meni su dali da pročitam samo neke brošure i rekli mi da „izađem i da razgovaram s ljudima”. Bio sam veoma nervozan prilikom prvog obraćanja telefonom ili posete potencijalnim kupcima, jer sam se užasno plašio da ću biti odbijen, što se često i dešavalo. Išao sam od kancelarije do kancelarije i vukao se od vrata do vrata, zarađujući jedva za život.

Veliko pitanje

Jednog dana sam počeo da se pitam: „Zbog čega su neki prodavci uspešniji od mene?” To pitanje mi je promenilo život.

Od tog dana pa nadalje, pitao sam druge prodavce za savet, posebno kako da odgovorim na primedbe i prigovore i kako da zaključim prodaju. Pročitao sam svaku knjigu koju sam mogao da pronađem i vežbao najbolje odgovore koje su sadržale. Slušao sam audio programe u kojima su vrhunski prodavci objašnjavali svoje tehnike. Pohađao sam seminare o prodaji i pratio ih s velikom pažnjom.

Pre svega, preduzeo sam akciju u pogledu svega što sam naučio. Ako bi mi to zazvučalo dobro, odmah bih izašao i isprobao to uživo na pravim potencijalnim kupcima. Kasnije sam otkrio da je jedini način da stvarno nešto naučim da se jednostavno izložim situacijama u kojima postoji realna mogućnost da uspem ili pretrpim neuspeh.

Iznad svega, naučio sam kako da upitam za porudžbinu i da zaključim prodaju. Tehniku zaključenja prodaje koju bih otkrio

vežbao sam nekoliko puta sa neodlučnim kupcima da bih konačno dostigao tačku kada se više uopšte nisam plašio da zamolim kupca da donese konačnu odluku. Ova veština me je brzo odvela iz sirotinjskog sveta u svet bogatih, preobrazivši mene, prodavca novajliju, u pravog umetnika prodaje, zbog čega sam sa lakoćom izbijao u sam vrh svake trgovinske organizacije za koju sam ikada radio.

Velika spoznaja

Kasnije sam naučio izvanrednu stvar: ako potpuno usavršite zaključenje prodaje i ako zračite samopouzdanjem u pogledu sposobnosti da zatražite nalog na kraju svoje prodajne prezentacije, pre svega ćete biti agresivniji u ispitivanju potencijalnih kupaca. Više ćete poštovati sebe i imaćete daleko lepšu sliku o sebi. Iz dana u dan ćete biti preduzimljiviji u prodaji, pa ćete čak i svoje vreme koristiti bolje i racionalnije.

Zato što znate da možete da zaključite prodaju, vi ćete se uglavnom sve vreme osećati kao pobednik. To samopouzdanje će pozitivno uticati na vaše potencijalne kupce, povećavajući verovatnoću da kupe baš od vas. Vaša celokupna karijera kao prodavca će krenuti uzlaznom putanjom ka sve većem i većem uspehu.

Najbolja vest je da se veštine prodaje, uključujući one koje se tiču zaključenja, mogu naučiti. Ako umete da vozite kola, možete da naučite kako da zaključite prodaju.

Najbolja vest je da se veštine prodaje, uključujući one koje se tiču zaključenja, mogu naučiti. Ako umete da vozite kola, možete da naučite kako da zaključite

prodaju. Jedini razlog zbog kojeg danas možete da budete nervozni u pogledu zaključenja prodaje je taj što još niste ovladali tim procesom. Ali, kad jednom naučite da zaključite prodaju, koristeći proverene metode, moći ćete da ih koristite uvek iznova. I kako ih budete primenjivali, bićete sve bolji i bolji prodavac.

Za veoma kratko vreme, vi ćete biti jedan od najuspešnijih i najplaćenijih ljudi u vašoj oblasti, a vaši budući uspesi će biti praktično neograničeni.

1.

RAZVIJANJE LIČNOSTI VRHUNSKOG PRODAVCA

*Jedini pravi životni cilj je da budemo ono
što uistinu jesmo i da postanemo ono
za šta smo sposobni.*

Robert Luis Stivenson

Dostizanje vrhunske veštine u zaključenju prodaje je unutar-nji zadatak. Taj proces započinje u vama. U prodaji, vaša ličnost je važnija od vašeg poznavanja proizvoda. Važnija je od vaše veštine prodaje. Važnija je od proizvoda ili usluge koju prodajete. U stvari, vaša ličnost određuje čitavih 80 odsto vašeg uspeha u prodaji.

To se lako može dokazati činjenicom da postoje prodavci koji mogu prodati ogromne količine robe čak i sa veoma konkurentnim, skupim proizvodom na tržištu na kojem cene padaju jer je ponuda veća od potražnje. U isto vreme, postoje ljudi koji slabo prodaju ekskluzivan proizvod na tržištu koje prosto cveta.

Kako da postanete psihički jaki

Psihičke pripreme su veoma slične fizičkim. Fizičke pripreme zahtevaju odgovarajući način ishrane i vežbe. Psihičke pri-

preme zahtevaju odgovarajuću *mentalnu* dijetu i redovne vežbe. Kako budete postajali psihički jači, tako ćete postajati srećniji, zadovoljniji, a u isti mah ćete prodavati sve više i više robe.

Vrhunski prodavci imaju visok nivo samopouzdanja i samopoštovanja. Samopouzdanje je prirodan način da se više svidite sebi i da više poštujete sami sebe. Što budete zadovoljniji sobom, to ćete imati više samopouzdanja u istraživanju, prezentaciji i zaključenju prodaje.

Bez samopouzdanja praktično ne možete da budete uspešni u prodaji. Ako nemate samopouzdanja, stalno ćete pronalaziti izgovore kako biste izbegli da razgovarate s potencijalnim kupcima ili preduzeli konkretne korake u situacijama kada postoji mogućnost da pretrpите neuspeh ili da vas odbiju.

Budite samodopadljivi i vodite računa o sebi, pa će vam se istinski dopadati i drugi ljudi, a u isti mah ćete biti i daleko uspešniji u komunikaciji s njima.

Zapamtite, što se više dopadate sebi, to će vam se i drugi više dopadati. A kako vam se drugi budu više dopadali, tako će oni imati više poverenja u vas. Što budu imali više poverenja, to po-

stoji veća verovatnoća da će od vas kupiti ono što prodajete.

Mi uvek radije prihvatimo preporuku od nekoga za koga imamo osećaj da mu se dopadamo, nego od nekoga za koga nismo sigurni. Radije kupujemo od ljudi za koje osećamo da im je stalo do nas. Budite samodopadljivi i vodite računa o sebi, pa će vam se istinski dopadati i drugi ljudi, a u isti mah ćete biti i daleko uspešniji u komunikaciji s njima.

Preuzmite odgovornost za svoj život

Ponekad upitam prodavce iz publike: „Koliko ljudi je ovde samozaposleno?”

Otprilike 10 do 15 procenata publike podignu ruke. Potom ponovo postavim pitanje: „Koliko ljudi je *stvarno* samozaposleno?”

Jedan po jedan prodavac shvati šta podrazumevam pod tim. Jedan po jedan dižu ruke. I potom iznenada shvate da su svi samozaposleni.

Najveća zabluda u koju možete ikada da upadnete je da pomislite da radite za nekog drugog osim za sebe. Od trenutka kada se latite prvog posla pa sve do penzije, vi ste samozaposleni. Vi ste *predsednik* vaše preduzetničke korporacije, u kojoj svoje usluge prodajete na tržištu po najvišoj mogućoj ceni. Imate samo jednog zaposlenog – sebe. Vaš zadatak je da prodate najkvalitetnije i najviše svojih usluga tokom čitavog radnog veka.

Vrhunski prodavci prihvataju sto odsto odgovornosti za sopstvenu ličnost i sve ono što rade. Preuzimaju potpunu odgovornost za svoje aktivnosti i rezultate. Oni obijaju da pronalaze izgovore i krive druge. Oni kažu *ne* kritikovanju i žalbama. Vrhunski prodavci kažu: „Za sve što se desi, ja odgovaram, jer to zavisi od mene!”

Posmatrajte sebe kao samozaposlene

U studiji sprovedenoj u Njujorku pre nekoliko godina, istraživači su otkrili da tri odsto najuspešnijih ljudi u svakoj oblasti sebe vide kao samozaposlene. Oni su tretirali kompaniju kao da pripada njima lično. Sebe su smatrali odgovornima za svaki aspekt njihovog života. Sva zbivanja u kompaniji su shvatili lično, upravo tako kao da su posedovali sto odsto njenih akcija.

Menadžer prodaje kompanije Fortjun 500 jednom mi je ispričao veoma zanimljivu priču. Rekao mi je da je bio sa svojim najboljim prodavcem kada je sa glavnim klijentom pregovarao o konačnim preduslovima i uslovima ugovora vrednog 200 miliona dolara. Tokom pauze, klijent ga je pozvao u stranu i upitao, pokazujući na prodavca: „Ovaj čovek poseduje vašu kompaniju, zar ne?”

Menadžer prodaje je, s obzirom na to da je poznavao dotičnog prodavca, bio pomalo iznenađen. On je rekao: „Šta vas je navelo da to pomislite?”

„Pa dobro,” rekao je klijent, „na svim mojim sastancima s njim, on je sve vreme upućivao na kompaniju rečima ‘moja kompanija’ i ‘moji ljudi’ i tako dalje. On zvuči tako kao da u stvari poseduje celu kompaniju. Da li je to tačno?”

Moj prijatelj, menadžer prodaje, nasmejao se i rekao: „Da, na neki način, on zaista poseduje kompaniju.”

Vi ste šef

Kao predsednik korporacije svojih ličnih usluga, vi ste sto odsto odgovorni za sve što se dešava u vašem poslu. Vi upravljate obukom i razvojem i kontinuiranim usavršavanjem svojih veština. Vi upravljate prodajom i marketingom, proizvodnjom i kvalitetom i ličnom organizacijom i efikasnošću. Vi ste šef.

Zaista je neverovatno koliko ljudi sebe vide kao pasivne, a ne kao aktivne članove kompanije. Umesto da preuzmu odgovornost za svoj život i da promene stvari koje im se ne dopadaju, oni pasivno čekaju da im kompanija izađe u susret i uradi sve umesto njih. Većina odraslih ne investira u svoj lični i profesionalni razvoj. Oni ne čitaju, ne slušaju audio programe, niti pohađaju kurseve. Već očekuju da sve kompanija uradi za njih i ne samo da plati za to, već i da im dâ slobodno vreme da bi unapredili svoje veštine kako bi mogli da zarade više novca. Uostalom, razmislite sami.

Budite agresivni u pogledu učenja

Posvetite se tome da se obučite koliko god je moguće više. Iskoristite svaki posao kao priliku da ovladate što većim brojem veština koje ćete moći da koristite u preostalom delu života. Budite agresivni u pogledu unapređivanja svog znanja. Ako vaša kompanija pruža bilo koje prilike za obuku, prihvatite ih odmah. Ne odlažite. Svaka nova veština koju naučite je investicija u vašu budućnost.

Sve što danas imate u životu je rezultat izbora koje ste načinili do sada. Vaša trenutna situacija je rezultat i vaših aktivnosti i *neaktivnosti* u prošlosti. Svotu novca zaradite danas zahvaljujući onome što ste uradili i onome što ste propustili da uradite. Ponekad stvari koje ste propustili da uradite, kao što je upotpunjavanje obrazovanja ili unapređivanje vaših veština na kojima ste počeli da radite u jednom trenutku, imaju veći uticaj na vašu budućnost nego one koje ste u stvari uradili.

Pobednici naspram gubitnika

Razlika između pobednika i gubitnika u ovoj oblasti je potpuno jasna. Pobednici uvek prihvataju odgovornost za posledice svojih postupaka. Gubitnici to nikada ne rade, već umesto toga uvek imaju nekakve izgovore i objašnjenja zbog čega loše obavljaju svoj posao.

Gubitnici imaju bolest zvanu *izgovoritis*, koju mi definišemo kao „zapaljenje žlezde koja proizvodi izgovore.” To je bez razlike *fatalno* po uspeh. I kad osoba jednom oboli od izgovoritisa, ona, umesto da napreduje, pronalazi izgovore za sve teškoće u životu.

Pobednici su okrenuti rešenju. Oni uvek tragaju za načinima da reše probleme i da izađu na kraj sa izazovima s kojima se svakodnevno suočavaju.

Pobednici su drugačiji. Pobednici su okrenuti rešenju. Oni uvek tragaju za načinima da reše probleme i da izađu na kraj sa izazovima s kojima se svakodnevno suočavaju. Oni neprestano pokušavaju da pronađu nove metode. Pa, ako jedna nije delotvorna, oni u tom slučaju pokušavaju s nekom drugom. Jednom rečju, oni nikada ne razmatraju mogućnost neuspeha.

Budite spremni da vredno radite

Glavna razlika između uspešnih i prosečnih prodavaca sastoji se u tome što uspešni prodavci rade daleko *vrednije*. U istraživanjima autora Tomasa Stenlija za njegovu knjigu *The Millionaire Next Door*, 85 odsto samoukih milionera, koje je intervjuisao, pripisalo je svoj uspeh „izuzetno vrednom i naporom radu.”

Iznova i iznova, kada bi uspešne ljude u okviru bilo koje oblasti upitali, oni bi odgovarali ovim rečima: „Ja nisam bio pametniji od drugih ljudi, ali sam bio spremniji da radim vrednije i naporanije od njih.”

Prosečni ljudi *žele* da rade vredno. Oni nameravaju da rade *vredno* i *marljivo*. Oni planiraju da se maksimalno potrudu – jednom u budućnosti. Pa čak tvrde da rade vredno i žale se na to kako marljivo rade, ali u stvari uopšte ne rade.