

SANDLER®

DA LI VAM SE SMUČILO DA ŠALJETE PONUDE KOJE IDU KOD DRUGOG NA STO?

Dragan Vojvodić



Nemojte Pucat
Pod Pritiskom!

Ako nemate sistem-proceduru
pre zarona, bićete u problemu!

Dragan Vojvodić

Sandler Center Croatia Slovenia

DA LI VAM SE SMUČILO DA ŠALJETE PONUDE KOJE IDU KOD DRUGOG NA STO?



Dragan Vojvodić, Sandler Srbija

Trener netradicionalne prodaje,
zvaničan zastupnik kompanije Sandler

Kao što i sami već znate, a pogotovu oni koji su postali Sandler fanovi, jedno od starih Sandler pravila jeste: **Nemojte započinjati prvi kontakt putem ponude jer će vam verovatno biti i poslednji!** Zašto je ovo bolna istina? Zato što mu verovatno više nećete ni trebati. Uradili ste posao umesto njega! Sada je spreman da nastavi dalje svoju igru-ucenjivanje vaše konkurencije istom ponudom.

Pre izvesnog vremena, pozvan sam na sastanak u jednu vrlo uspešnu nemačku kompaniju koja je bila zainteresovana da razvija ljude u prodaji. Pitao sam odmah na početku sagovornika koja su njegova očekivanja od našeg sastanka. On je rekao da ukoliko mu se dopadne Sandler program, da bi mi na kraju razgovora zatražio ponudu jer je to kompanijska politika. *Znači želite ponudu od mene, upitah? Da! Šta za vas predstavlja ponuda upitah?* Onako zbunjeno me gleda: *Ne razumem! Šta za vas znači ponuda, ponovih?* Moj sagovornik je i dalje bio zbunjen. *Petre, upitah ga, na telefonu si mi rekao da tvoji prodavci puno vremena troše na slanje ponuda? Da tako je. I ja bih trebalo da ih naučim kako da kvalifikuju sagovornike? Tako je, nastavi. Pa ako ti ja pošaljem ponudu a pre toga nismo dogovorili sve elemente o početku saradnje, biću im loš primer kao trener, zar ne?* Petar je ćutao par sekundi i rekao: *Hm, u pravi si, šta predlažeš onda? Predlažem ukoliko naš razgovor bude imao smisla za obojicu da jedan drugom to na kraju kažemo i da mi onda zakažemo sastanak sa gen direktorom. Kako ti se čini?* Petar je potvrdno odreagovao. **POUKA:** Zamislite da sam poslao ponudu i onda čekam i čekam a trebam da učim moje studente u Presidents Clubu da rade suprotno? Da sam poslao ponudu, čitav vikend bih razmišljao o njoj, zar ne? Ali vikend je za porodicu a ne za razmišljanje o ponudi! Koliko puta ste poslali važne ponude važnom klijentu i čitav vikend proveli pod strepnjom šta dalje?

Podeliću sa vama još jedan svež primer: Tokom razgovora sa direktorom jedne IT kompanije, vrlo otresito i pomalo neprijatno mi je rekla da joj pošaljem ponudu pa ako su zainteresovani, javiće mi se. Rekao sam: *Da li mogu da vam postavim pitanje i ne morate mi dati odgovor. Recite Dragane! Koliko ljudi vas dnevno zove kao ja? Stalno nas zovu! Oprostite, Vas lično koliko vas zove dnevno?* Par sekundi ćutanja i reče: *Niko! Zato što nemaju hrabrosti da vas zovu i nemaju rečnik šta da kažu, jeli tako?* Uz malo oklevanja, reče: *Tako je. Vidite ja sam vas ipak pozvao, šta vam to govori o meni. da imam hrabrosti i da imam rečnik! Jer način na koji razgovaram sa*

vašim potencijalnim kupcima! Dakle, vi ste direktor, ja sam direktor. Dva direktora razgovaraju na istom nivou. Zašto me ne pozovete u goste i na kraju sastanka ćete imati jasnu sliku da li mogu da treniram vaše ljude ili ne? Posle par sekundi ćutanja, ona reče: Četvrtak u 10, može?

Dakle, POUKA ovog scenarija jeste da vaši potencijalni kupci NE ZNAJU da kupuju, jer da znaju da kupuju nikada ne bi tražili ponudu. Zato im vi morate pomoći kako da vas kupe, jer ako to njima dozvolite, uglavnom će kupovati kroz ponudu, gard i predrasude. Ne zaboravite još jedno jako Sandler pravilo: **Način na koji kupuju od vas je 180 stepeni suprotan od načina kako prodaju!** Kada kupuju prema vama će biti nadmeni, arogantni i nepoverljivi jer imaju moć novca i moć odluke, ali kada prodaju biće sve suprotno jer im upravo trebaju moć novca i moć odluke.

Zapamtite: ljudi ne kupuju vaše proizvode ili usluge. Ljudi kupuju način kako da vas kupe! Oni to ne znaju. Ono što vide na vama poželeeće da vide kod sebe.

Zašto šaljem ponude? – kompenzacija: trudimo se da kompenzujemo sve ono što ne umemo da uradimo i onda se nadamo da će parče papira sa našim najboljim prednostima i cenom oboriti sagovornika sa stola. Ne zaboravite da ako niste dogovorili sve elemente o početku saradnje pre ponude, nećete ni posle! Drugo: određenu ponudu može dobiti isključivo kvalifikovan sagovornik! To znači da je prošao elemente kvalifikacije u vašem Sistemu prodaje koji vam jasno kaže da taj sagovornik može dobiti vašu ponudu.

Roditeljske trake: često su zahtevi za ponudom vrsta retoričke komande sa znakom uzvika na kraju! Taj znak uzvika pravi čitavu razliku. Ne zaboravite naše roditelje koji su nam ozbiljno govorili da je deo lepog ponašanja i odgovoriti starijem kada te nešto pita.

Direktor jedne firme mi je rekao da su prošle godine njegovi prodajni inženjeri poslali ponuda u vrednosti od 500.000 eur i da je povrat poslova kroz ponude bio jedva 10%. Pitao sam ga šta je uradio kako bi rešio problem? Rekao je da je imao trening prodaje dva dana i kada sam ga pitao kolika je investicija bila u trening, rekao mi je 1.000 eur!!! **Ako sam vas razumeo, problem od 0,5 mil eur ste hteli da rešite sa 1.000 eur rešenjem???!!!!!** Eto, to su inače predrasude o poslu kojim se bavim: dva dana kateringa, malo šale, poneki power point slajd.....

Međutim problem je veći što operativni menadžeri insistiraju da njihovi prodavci šalju ponude jer veruju u najozloglašenu matematiku u prodaji: što više pošalješ, možeš se više i nadati! Ovo je najgori način da ubijete u pojam ljude u prodaji! Ne zaboravite Sandler pravilo: **Ne možeš sa svakim da radiš! Ako ti se svaka prilika čini kao prilika, to je uvod u frustraciju!** Dakle, kada ćete kao profesionalni prodavci početi da doživljavate katarzu–samo kada shvatite da možete da birate!

Morate da naučite kako da kvalifikujete ili diskvalifikujete sagovornike. Ako se vaš um već toliko navikao da bude biran, bežite odatle! To vam neće doneti željenu penziju!

Pogledajte istinu: kada vas neko zove telefonom da vam proda, prve tri rečenice su: predstavljanje, firma i šta nude! Ko malo poznaje ljudsku dinamiku, shvatiće da je ova vrsta poziva jedna vrsta potrebe za dopadanjem jer mama je rekla da je deo lepog vaspitanja da kažeš čiki kako se zoveš! U ovoj situaciji, uvek ste BIRANI! Ali ako niste izabrani, postajete frustrirani! Kada ja započinem telefonski razgovor, započnem sa: Pozvao sam vas da vidim da li ste kvalifikovani za ovo čime se moja kompanija bavi! Svaki sagovornik na ovom odgovori: Da čujem! **POUKA:** Naučite da birate i bićete slobodni! To je stanje Uma koje kontroliše vaše ponašanje na dnevnom nivou!

Za kraj: umesto slanja ponuda, naučite novi rečnik koji konkurencija ne koristi a kupci ga ne poznaju i izgradite hrabrost da izgovorite novi rečnik i verujte mi, to će vam doneti željenu penziju a vi ćete postati bolji ljudi!

Postavite sebi pitanja: -zašto radim prodaju uopšte: da li zato što mogu da ostvarim životne ciljeve ili zato što nemam ništa drugo? -da li imam Sistem za prodaju koji mi pomaže da predvidivo dođem do rezultata? -da li me šalju na treninge prodaje koji vredaju moju inteligenciju? -na šta sam spreman kako bih uzeo kontrolu života u svoje ruke a zbog sebe i moje porodice?

Ako imate i jedan odgovor potvrđan, pozovite me i dođite kod nas u Sandler!

Dragan Vojvodić
Trener iz oblasti Ljudske dinamike
+381 63 7722 122
www.go.sandler.com/serbia
dragan.vojvodic@sandler.com

SANDLER®

© 2024 Sandler Systems, LLC. Sva prava zadržana.

SANDLER (stilizovano) je registrovani zaštitni znak kompanije Sandler Systems, LLC.

www.go.sandler.com/serbia

