

SANDLER®

**Da li vam se smučilo
da trošite vreme na pravljenje
ponuda koje idu prvo
kod konkurencije na sto?**

Dragan Vojvodić



Da li vam se smučilo da trošite vreme na pravljenje ponuda koje idu prvo kod konkurencije na sto?



Dragan Vojvodić, Sandler Srbija

Trener netradicionalne prodaje,
zvaničan zastupnik kompanije Sandler

Koliko puta ste u razgovoru sa potencijalnim klijentom dobili zahtev da mu pošaljete ponudu jer je „zainteresovan“, ali želi da vidi šta nudite? Koliko vremena, energije ali i emocija trošite na pravljenje ponude a gde u dubini duše znate da od toga nema ništa i da će odmah završiti kod konkurencije na stolu? Kako znate da ide kod konkurencije na sto? Pa, tako što i vi dobijate konkurentne ponude, zar ne? Ali, zašto šaljete ponude nekvalifikovanim sagovornicima? Da li zato što imate menadžera nad glavom koji jasno kaže da mora da se pošalje ponuda da ne biste izgubili kupca? Ali, ne možete izgubiti nešto što niste ni imali!

Ali, zašto šaljete ponude nekvalifikovanim sagovornicima? Da li zato što imate menadžera nad glavom koji jasno kaže da mora da se pošalje ponuda da ne biste izgubili kupca? Ali, ne možete izgubiti nešto što niste ni imali!

Da li ste se zapitali da ponuda predstavlja određeni kompanijski dokument sa određenim poslovnim informacijama. Na ponudi stoje: rokovi isporuke, metodologija izvođenja usluge, cena, lager robe.....Zašto tako lako dajete te informacije koje odlaze na „Javnu licitaciju“, kod konkurencije koja kada „iskasapi“, vašu ponudu, može saznati na koji način posluje? Zašto radite stvari koje vam smetaju a pri tom se ljutite što vas kupci ucenjuju dodatnim popustima i drugim ponudama! Radimo nešto što nam smeta a mi smo upravo odgovorni za to??? Ali nije najgora stvar ne napraviti posao, već što ćemo sa istim uverenjima i obrascima ponašanja, i idući put uraditi istu stvar.

Strategija prodaje Hopijum = Opijum i nije ozbiljna strategija profesionalca prodaje. Dakle, konflikt je vrlo vidljiv: imam plan prodaje koji moram da ispunim i zato sam pritisnut da šaljem ponude. Zato, umesto da šaljemo ponude, bolje je da naučimo da kvalifikujemo sagovornika. Ne zaboravite jedno od Dinamičkih pravila koje ljudi uče u Predsedničkom Klubu: **ponuda može otići samo kao pisana potvrda koja dokazuje da ste dogovorili usmeno sve elemente saradnje!** Zato, nikada više nemojte započinjati inicijalni kontakt putem ponude jer je to najbolji način da sebi i zatvorite vrata. Zašto? Pa,...zato što je dobio informacije i više mu ne trebate!

Želim vam uspešnu prodaju,

Dragan Vojvodić

SANDLER®

© 2024 Sandler Systems, LLC. Sva prava zadržana.

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

www.go.sandler.com/serbia

