

SANDLER®

Sandler Pravilo #1: DA LI ZNATE DA PADNETE?

Dragan Vojvodić



Lesson

If I talk authentically,
I am treated authentically

Sandler Pravilo #1: DA LI ZNATE DA PADNETE?



Dragan Vojvodić, Sandler Srbija

Trener netradicionalne prodaje,
zvaničan zastupnik kompanije Sandler

Živimo u Supermen civilizaciji koja isključivo priznaje da smo savršeni. Čak i kompanije u kojima smo zaposleni jedino očekuju da smo savršeni. Slabosti su nedopustive. Ali kako onda neko može da mi pomogne ako ne zna šta mi je slabost? Šta će vam treninzi prodaje ako ne znate koje su vam slabosti? Kako priznati slabosti svom šefu ili direktoru kada ću posle toga dobiti ili otkaz ili ću im jasno dati do znanja da sam zamenjiv? Znači, moram da se pretvaram da sam odlično i kad nisam i moram reći šefu i drugima ono što žele da čuju, ne zbog mene već zbog njega jer je moja neiskrenost muzika za njegove uši jer može da se nada ispunjenju plana na kraju meseca. A najbolje se razvijamo kada sebi priznamo slabosti i neko drugi može da mi pomogne! Ali kako da priznam slabosti kada živim i radim u priči Carevo Novo Odelo gde se svi nadaju i svi znaju istinu ali niko ne želi da je na glas kaže do jednog malog i neopterećenog dečaka koji je dreknuo: *Hej ljudi, pa ovaj nema ni gaće na sebi!*

Dakle, teraćete vas da ispunjavate planove prodaje. Kada napravite uspeh, to je odlično, ali šta ćete kada ošinete o patos? Kako se nosite sa padom? U stvari da li znate da padnete, jer ako znate onda se nećete plašiti pada jer znate kako da ustanete. Hrabri ljudi priželjkuju pad jer znaju da se iz pada najbolje uči. Ako ste trenirali džudo, aikido, skijanje....čemu su vas prvo učili? Padu! Ako želite da pobedite morate da znate da padnete. Da li vas uče u prodaji kako da padnete? Jedna od Sandler formula za uspeh koji ima 10 glasi: *morate biti emotivno i mentalno jaki!* Dakle, slab čovek će priželjkivati da čuje Da od potencijalnog kupca. To je vrlo riskantno. Zašto? Šta ćemo ako čuje Ne? Jer ako ne zna kako da se nosi sa Ne, sledećeg dana njegova Lična uverenja će biti zagađena mnogim Ne, što dalje kontroliše njegovo ponašanje koje će vremenom postajati sve neproduktivnije. Ako i napravi prodaju, zasluge će pripisati svojoj ingenioznoj i briljantnoj strategiji prodaje, ali ako ošine o patos i ne napravi prodaju, neuspeh će otpisati od sebe i pripisati kome?, pa da kupac ne zna šta hoće, visoka cena, konkurencija ima bolje uslove....Ali, podsetiću vas na divno i istinito Sandler Pravilo: ***Ne postoje loši kupci, samo loši prodavci!***

Šta ako vam kažem da u prodajnim razgovorima i na telefonu trebate da trenirate sebe da čujete Ne? Jer ako znate da čujete Ne, svakako ćete dobro podneti Da. Sa druge strane, pogledajte psihologiju kupca: ako tražim od njega Ne, sigurno će se pored mene osećati mnogo prijatnije i udobnije nego kada tražim Da. Zašto? Zato što čim moje stanje uma hoće prodaju, stavljam pritisak na kupca! Do prodaje se ne dolazi prodajom, već drugim putevima. **ZAPAMTITE: *Tražite Ne i čućete Da. Tražite Da i odbiće vas!!!!***

Ako napravite 20 telefonskih poziva danas, koja je verovatnoća da ćete čuti Ne? Mnogo veća nego Da. Zašto se onda ne fokusirate da tražite Ne, jer samo kada to znate, put do njegovog Da je bezbedan. Pravilo: Teško je doći do Da ako ne znate kako da predete Ne!

Kakve lekcije možemo naučiti od cigana na semaforu koji prose? Oni traže novac, zar ne? A šta mi tražimo od potencijalnih kupaca? U čemu je razlika između nas i njih? Postaviću vam teško pitanje i odgovorite sebi iskreno: *kako se osećate kada vas odbiju ili vam kažu Ne?* Da li vas frustrira? Da li ste posmatrali cigane na semaforu kako se ponašaju kada ih odbijete i kažete im Ne? Vrlo samouvereno nastave do sledećih kola. Oni su imali sjajne učitelje, verovatno mnogo bolje nego mnogi tradicionalni treneri prodaje koji su možda vama držali treninge. Učitelji su ih učili da svakako nastave dalje ka sledećim kolima bez obzira na Ne ili odbijanje. Šta uradi prosečan profesionalac prodaje? Odmah se uhvati da preslaže vizitkarte sa jednog kraja stola na drugi ili je odjednom shvatio da nije sredio kataloge u plakaru. Cigani su naučeni da idu dalje bez obzira kako se osećaju. To je i definicija posvećenosti. Kako opstati na semaforu ili na raskrsnici i tražiti novac sa verovatnoćom da će čuti odbijanje? Teško, ukoliko nisu sebe pripremili na pad i znaju kako da padnu. Oni već unapred očekuju Ne i znaju kako da se nose sa tim. Ali takode znaju da ako svakodnevno rade produktivno ponašanje bez obzira kako se osećaju, da mora doći red da čuju i Da tj, da dobiju novac. Pitaću vas ponovo: *koja je razlika između njih i nas u prodaji?* Sigurno ste primetili kada jurnu na neka dobra kola očekujući da će baš od njega dobiti novac! A taj neko im samo zatvori prozor i krene napred a da bi onda i vi bili zbunjeni da baš neki vozač prosečnog automobila im da određenu sumu novca! Vidite, nije svako kvalifikovan da od njega dobiju novac! Dobar automobil ne znači novac i prosečan stariji automobil ne znači da neće dobiti novac! Pitanje je: *kako vi kvalifikujete sastanke i znate gde ne treba gubiti vreme?*



Ali ko to u meni ne može da prihvati pad? Moje Ego stanje Dete ne može da podnese pad i emotivno doživljava odbijanje. Na dubokom psihološkom nivou, svako odbijanje je odbijanje deteta od dojenja ili negiranje njegovog postojanja. Na dubokim psihološkim nivoima, mi smo kontrolisani roditeljskim trakama i kao sisari primati, bez roditelja ne možemo da opstanemo u ranim fazama života u surovom svetu. Takođe, problem je što poistovećujemo odbijanje ili pad sa sopstvenim Identitetom-osećajem vrednosti o sopstvenom Ja. Mogu omanuti samo i isključivo kao Uloga, ali kao Identitet je nemoguće omanuti jer je moje Ja uvek vredno, ali ga zagađuje Uloga koja je loša. Problem je što HR, kompanije, direktori prodaja i dalje poistovećuju Identitet sa Ulogama i ljude prave još gorim nego što jesu. Zašto su nam dosadili tradicionalni treninzi? Zato što smo uvek isti, nismo napravili nikakav pomak u sebi i zato što nam niko nije pomogao da razmrsimo najdublji unutrašnji konflikt koji nosimo u sebi od momenta kada smo rođeni: *Jedino mogu da padnem kao Uloga a kao Identitet sam uvek vredan*. Kompanije se ne bave ovim jer „nemaju vremena – žele 3 u 1 i vruću vodu!“ Ali, Vi preuzmite odgovornost za sopstveni život. Uspeh u prodaji primarno veze nema sa jeftinim tehnikama ili trikovima.

Uspeh u prodaji zavisi od toga da li znate da padnete koliko ste spremni da idete dalje bez obzira kako se osećate! I na kraju, ako stremite da u životu postanete najbolje što možete, ne možete sami! Treba vam pomoć!

Sandler Trening – ozbiljan program za ozbiljne ljude!

Dragan Vojvodić
CEO Sandler Srbija
+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

