

**SANDLER®**

**Zaronite duboko, zaronite tiho  
i postanite nepredvidivi!**

Dragan Vojvodić





**Dragan Vojvodić, Sandler Srbija**

Trener netradicionalne prodaje,  
zvaničan zastupnik kompanije Sandler

# Zaronite duboko, zaronite tiho i postanite nepredvidivi!



**Predstavljamo vam sa ponosom najnoviju generaciju Sandler nuklearne nevidljive podmornice *stealth* tehnologije!**

Sandler filozofija prodaje je već 50 godina jaka i čvrsta kao i najnovija nuklearna podmornica. Kao što trendovi u savremenom poslovanju idu dalje i konstantno se menjaju, tako je i Sandler® u skladu sa vremenom i zahtevima tržišta, uveo u rad novu nuklearnu nevidljivu podmornicu.

David Sandler® osnivač Sandler Sales Instituta je još pre 50 godina inspirisan filmom iz drugog svetskog rata shvatio da je podmornica kao oružje vrlo efikasna pod vodom, ali kada je na površini, ranjiva je i bez obzira na njen arsenal naoružanja, postaje lak plen protivnika. Ali kada zaroni, njeno pravo svojstvo dolazi do punog izražaja. Takođe je shvatio da je tradicionalna prodaja postala prevaziđena jer kao i brod na površini koji daje jasne signale da će da napadne, i na taj način protivnik jasno zna da dolazi pretnja. U odnosu na tradicionalne profesionalce prodaje koji mašu zastavicom: *dolazim da vam stavim ruku u džep*, Sandler istreniran profesionalac će uraditi sve ono što potencijalni kupac ne očekuje od njega. Kao što bi veliki Sun Cu rekao: *Zbunite protivnika, postanite nepredvidivi*.

David Sandler je shvatio da kao kapetan ne možemo voziti ni upravljati podmornicom na osnovu emotivnih odluka (dete), već isključivo na osnovu intelektualno-racionalnih (odrasli) i to je bio okidač da se stvori verovatno najinovativnija tehnologija ne samo prodaje već i komunikacije na svetu.

Principi ronjenja Sandler podmornice® su i dalje ostali isti: ne možemo preskakati komore dok nisu ispunjene vodom po redosledu. Ne možemo rizikovati brod a ni posadu na osnovu emotivnih odluka. Kapetanu je dato na upravljanje životima ljudi kao i veoma skupa mašina.

Kako funkcioniše Sandler Podmornica:

Prvo ćemo stvoriti određeni odnos sa sagovornikom ali ne onaj predvidivi i dosadni koji svi očekujemo kroz priču o politici, sportu, vremenu itd. Zapamtite da se najbolji odnos stvara kada ne želimo da ga stvorimo. Zašto? Zato što kada želimo da ostvarimo nameru, ona nas upravo sabotira. Primer: g-dine kupče, bez obzira što možda budete hteli da kupite polisu životnog osiguranja, ako osetim da vaši motivi nisu duboki, ipak vam neću prodati polisu i nemojte se zbog toga ljutiti na mene. Fer? (da li osećate u stomaku jačinu ove rečenice koja momentalno stvara poverenje i odnos?)

Predugovor služi da se na početku dogovorimo šta će biti na kraju sastanka. Deluje sumanuto, jer smo navikli da čujemo: razmislićemo, javićemo se...Već na početku morate znati da ćete na kraju čuti DA ili NE. Profesionalci u Sandleru su naučeni da nikada ne čuju: razmislićemo, pošaljite nam nešto na mail.

Moramo da naučimo da zatvaramo prodaju na početku a ne na kraju. Ako jurite da čujete DA na kraju razgovora ulazite u ogroman rizik da postanete inficirani virusom *Neplaćeni Savetnik*-uradite sve a ne dobijete ništa, samo nahranjen ego lažnim obećanjem. Zato naučite da pomognete sagovorniku da sazna nešto o sebi što do sada nije znao. Morate biti hrabri da postavljate teška pitanja i tražite istinu. Bol je najveći ljudski pokretač. Nemojte prodavati prednosti proizvoda, to svi rade i postajete predvidivi i sami sebi kopate rupu u koju ćete upasti a okrivćete kupca.

Kada ste saznali njegov Bol, uzroke bola, implikacije na posao i njega lično vreme je da pričate o budžetu. Upamtite: *morate unapred znati da li ćete biti plaćeni za vreme koje izdvajate.*

Takođe moramo znati kako će odluka biti doneta i na koji način će se vrednovati novi dobavljač. Ovo je vrlo važno kod kompleksnih prodaja gde morate znati ko je skriveni snajperista iz grma koji vas može skinuti.

Kada ste saznali Bol, Budžet i proces Odluke zapravo ste kvalifikovali ili diskvalifikovali sagovornika. Ne zaboravite da vas kupci kvalifikuju. Morate promeniti sistem uverenja da vi podjednako birate sa kim ćete raditi. Naučite da idete na kvalifikovane sastanke.

Sada je sagovornik kvalifikovan da dobije ono što želi od vas-expertsko znanje. Zašto je kvalifikovan? Zato što vam je rekao da ima Bol koga želi da se reši, da je spreman da investira u rešenje Bola i da će odluka biti vrednovana na određen način. Zapravo komora Ispunjenje Ugovora je samo formalnost jer je prodaja već zatvorena. Primetili ste da u Sandler Podmornici ne postoji prezentacija. Zapamtite: Kada radite prezentaciju i sagovornik je očekuje da dolazi, na šta ih nesvesno pripremamo? Pa, na gard i predrasude. Ne radite to.

Upamtite moćno Sandler pravilo: *Najbolja prezentacija koju će klijent dobiti je ona koju nikad neće ni videti.* Kada ne očekuje prezentaciju, emotivno je opušten. Bazična ljudska dinamika kaže da ne možete nikom ništa prodati dok taj neko ne shvati da mu treba, a kako će da shvati kad je u gardu!

I kada ste prodali, morate i potvrditi prodaju, zato poslednja komora Sandler Podmornice kaže: *Nateraj ga da se predomisli, traži da čuješ Ne!* Upamtite: Radujte se u kolima a pred sagovornikom ostanite smireni. Ne zaboravite stavku koja se zove: Osveta dobavljača. Nemojte sutradan da vam zazvoni telefon gde vam sagovornik kaže da ipak mora još da razmisli. Srećne uši vam ne trebaju u prodaji, one hrane Ego!

Radite pametnije i mudrije a ne teže!

Neki od Sandler principa:

- Nije svaki sagovornik kvalifikovan da postane vaš klijent
- Kupci će vas naterati da hranite ego ili ćete imati hrabrosti i znanja da hranite vaše porodice, ali ne možete i jedno i drugo
- Naučite da prodajete danas a savetujete sutra
- Ako se ponašamo predvidivo, tako ćemo biti i tretirani.
- Zar to nije već i suviše bolno iskustvo
- Sagovornik koji vas pažljivo sluša, neće postatati vaš klijent
- Sagovornik se mora kvalifikovati da dobije vašu ponudu

Ovi i mnogi drugi Sandler principi su i dalje čvrsti i jaki kao Gibraltar jer su stvoreni na osnovu dubokog i iskrenog poznavanja ljudske prirode. Zato je David Sandler stalno govorio svojim studentima: *Vi niste u prodaji, Vi ste u poslu sa ljudima i zato naučite dobre stvari o ljudskom ponašanju!*

*Ako su vam se zaista smučili dosadni, predvidivi i već viđeni treninzi prodaje, pregovaranja i slično a verujete da ste gladni pravog znanja koje preseca dah, javite se u Sandler Institut. Možda vas čeka promena života!*

Dragan Vojvodić  
CEO, Sandler Srbija  
+381 63 77 22 122  
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](http://www.go.sandler.com/serbia)

