



Prodajni tim zasnovan na tehnologiji



Jordan Ledwein
AI stručnjak za prodaju

Hajde da prvo sklonimo loše vesti: prodaja je teška — i postaje sve teža.

Ali... šta ako bih vam rekao da stojimo na ivici revolucije — ne one koja nas zamenjuje, već one koja nas unapređuje? Govorim o izgradnji tehnologijom osnaženog prodajnog tima — tima generatora prihoda, oblikovanog na preseku ljudske veštine i mašinske preciznosti.

Nisam ovde da „prodajem teoriju“ — ovde sam da vas provedem kroz to kako da implementirate sistem koji spaja Sandler Selling Method sa modernom AI, ne u nekoj futurističkoj fantaziji, već odmah, sada — unutar vašeg CRM-a.

Poslednju deceniju proveo sam kao Sandler trener i HubSpot partner, opsesivno istražujući fascinantno mesto gde se sreću AI i prodaja. Ono što je počelo kao „usputno“ istraživanje na ručku, evoluiralo je u lični brend — The AI Sales Guy — i osnovno uverenje: nisam ja oluja — to je vetar u naša leđa. Hajde da ga iskoristimo.



Okruženje se menja... svidalo nam se to ili ne

Možda ste primetili: savremeni prodavac se davi. Ne u lead-ovima — mada nekvalifikovanih ima napretek — *već u svemu ostalom.*

Prema HubSpot-u, Oracle-u i drugim industrijskim liderima, današnji prodavci jedva da provode trećinu vremena u stvarnoj prodaji. Ostatak vremena? Pojedu ga stvari poput ažuriranja CRM-a, interne komunikacije, formatiranja ponuda i stalno stresnih „šetnji“ kroz sisteme koji nisu napravljeni imajući prodavce na umu. To nije samo neefikasno — to je neodrživo.

Krivci su jasni:

- Neefikasni procesi koji stvaraju trenje.
- Nedostatak uvida u poslove i prodajne razgovore.
- Slabo usvajanje CRM-a, jer alati deluju kao nadzor, a ne kao podrška.

Razmislite: koliko često članovi vašeg tima jure poslove bez izlaza? Koliko follow-up poruka „ispadne iz radara“? Koliko talentovanih prodavaca tiho odustaje jer ih njihovi alati ili slabo služe — ili ih uopšte ne služe?

Evo „tihe istine“ koju treba reći naglas: **ne borimo se samo sa složenijim prodajnim ciklusima — već se takmičimo i sa kupcima koji sada koriste sopstvene AI alate.** A ono što nam je radilo prošlog kvartala možda je već danas zastarelo.





AI prednost: više od prenaduvane priče

Ovde postaje uzbudljivo. Stojimo na ivici tektonskog pomaka u prodajnim rezultatima, pogonjenog veštačkom inteligencijom.

Procena je da će do kraja ove godine 75% prodajnih timova koristiti AI alate. To nije prenaduvana priča. To je evolucija u pokretu.

Da, ima skeptika: „AI? Zvuči kao još tehnologije radi tehnologije.“ Ali to je staro razmišljanje. Mi danas ne dodajemo buku — mi je sečemo i probijamo kroz nju.

Hajde da se odmaknemo:

- **Točak nije zamenio putnika — produžio je putovanje.**
- **Štamparska presa nije ubila jezik — pojačala ga je.**
- **Internet nije zamenio misao — povezao ju je.**

A sada? AI je naš motor ubrzanja. Nije štaka za nevešte — već multiplikator sile za sposobne.

Stiv Džobs je jednom računar nazvao „biciklom za um“. AI je raketa za um. Ne čini vas samo bržim — čini vas *boljim*.

Stari kompromisi — brzina naspram kvaliteta, skala naspram personalizacije — nestaju. Sa AI-jem možemo isporučivati *pametnije, brže, dublje*. Od uvida iz poziva, preko nacрта mejlova, do istraživanja koje je ranije trajalo satima — sada je sve udaljeno nekoliko sekundi.

Ovo nije automatizacija radi automatizacije. Ovo je preciznost. Ovo je vrhunska tehnologija. A jedino smisljeno pitanje u 2025. je: hoćemo li to primeniti pre — ili posle — konkurencije?

Stari playbook je „pukao“

Stari priručnik — „igra brojeva“ — više ne radi. Ne možete samo „odvrnuti“ još poziva, poslati još mejlova i očekivati eksponencijalni rast. Većina nas je već udarila u taj zid.

Pobednička formula u 2025. i dalje nije u tome da radimo više. Radi se o tome da radimo *prave stvari* — bolje i brže — uz alate koji su zaista inteligentni.

AI je filter, pojačivač i ogledalo:

- **Filter:** uklanja buku. Fokusira se samo na ono što je važno.
- **Pojačivač:** skalira vaše najbolje ponašanje kroz ceo tim.
- **Ogledalo:** pokazuje šta radi — i šta ne radi — u realnom vremenu.

Pogledajmo podatke. Prema Gong-u i drugima, evo pet najčešćih AI use-case-ova u prodaji trenutno:

- Rezime i analiza poziva
- Generisanje mejlova i sadržaja
- Automatizacija beleški
- Istraživanje naloga (account) i kupaca
- Koučing i trening

Primećujete nešto? Većina timova tek grebe površinu — koristi AI za rezimee i nacрте mejlova. To je dobro. Ali **prava prilika je dublje: u koučingu, strategiji, inspekciji poslova (deal inspection)**. Tu je prednost.



Tri vrste AI koje prodajni timovi mogu da koriste

Nije svaki AI isti — i važno je da znate koju vrstu koristite. Posmatrajte AI za prodaju kao spektar: od kreativnog asistenta, preko autonomnog operatera, do „tihog“ partnera.

Evo kako ja kategorizujem ključne vrste na tom spektru:

1 Generativni AI – *Kreator*

To su alati poput ChatGPT-a, Claude-a i Copilot-a. Generišu sadržaj, odgovaraju na pitanja, brainstormuju i ideiraju sa vama. Odlično za pisanje mejlova, kreiranje prezentacija ili pripremu za poziv.

Posmatrajte to kao svog „pametnog praktikanta“ — brzog, elokventnog i neumornog.

2 Agentic AI – *Operater*

Ovde se stvari podižu na viši nivo. Agentic AI ne samo da predlaže — on *radi*. Date mu cilj („Rezerviši mi restoran u Rimu“) i on preduzima akciju. Radi kroz alate i sisteme u vaše ime.

To je vaš izvršni asistent — samo što nikad ne spava i nikad ne zaboravlja.

3 Embedded AI – *Integrator*

Tu se dešava prava „magija“ za prodajne timove. Ugrađena (embedded) veštačka inteligencija utkana je direktno u platforme koje već koristite — Salesforce Einstein, HubSpot CoPilot, Microsoft Copilot i Google Gemini.

Ne traži vašu pažnju. Radi *uz vas, u okviru vašeg* toka rada. To je vaš kopilot — uvek uključen, uvek „na oprezu“, uvek vas usmerava.

Znajte sa kojom vrstom radite. Znajte kada da koristite koju. A onda odlučite gde se AI može uklopiti u vaš svet.

Teorija ne zatvara poslove

Samo izvedba — uz alate primerene situaciji — može dosledno donositi prihod današnjim prodajnim timovima. Poslednjih nekoliko godina snažno se oslanjam na dve platforme koje menjaju način na koji elitni prodajni timovi rade. Ne sledeće godine. Sada.

To su:

Fathom: AI-osnaženi saputnik za prodajne pozive

Fathom nije samo još jedan alat za transkripciju. To je „meeting intelligence” motor — namenski građen za prodaju.

Evo šta ga čini ključnim:

- **Sandler rezime:** svaki poziv se automatski analizira i razlaže po Sandler Selling System-u — rapport, pain, investment, decision, outcome. Bez dodatnih koraka.
- **CRM sinhronizacija bez dodira:** transkripti, snimci, rezimei i sledeći koraci idu direktno u CRM jednim klikom — ili bez ijednog.
- **Automatske akcione stavke:** Fathom identifikuje zadatke i sledeće korake u realnom vremenu i kreira follow-up u vašem sistemu. Ne gubite momentum.
- **Pitajte Fathom:** pretražite bilo koji deo poziva. Treba DISC-stil follow-up mejl? Gotovo. Treba povratna informacija za koučing o vašem nastupu? Gotovo.
- **Deal Intelligence:** „odmaknite kameru”. Fathom spaja svaki poziv kroz životni ciklus posla, daje stratešku jasnoću kroz pipeline, i potom ažurira CRM deal-ove i property-je posle svakog poziva.



Sandler Sales HubSM : Metodologija se spaja sa tokom rada

Nismo stali na analizi — izgradili smo nešto još temeljnije. Sandler Sales Hub je naš odgovor na dugogodišnji problem: metodologija često „živi“ van toka rada.

To smo promenili.

- Direktno integrisan u CRM-ove poput HubSpot-a, Sales Hub radi sledeće:
- Prikazuje pravo Sandler usmerenje *baš u trenutku kada je važno*
- Ističe propuštene korake u vašim poslovima — pre nego što vas koštaju
- Osnružuje prodavce „just-in-time“ koučing sadržajem, bez napuštanja zapisa o poslu

Ukratko, utkujemo učvršćivanje ponašanja, metodologiju i CRM u jedan jedinstven sistem bez trenja.

To nije „enablement“. To je evolucija.



Prodaj pametnije, ne teže.

Više nismo u eri u kojoj puka jurnjava sama po sebi pobeđuje. Pobednici u 2025. i dalje biće oni koji grade sisteme, a ne samo pipeline. Oni koji kombinuju majstorstvo ljudskog ponašanja sa mašinama koje nikad ne zaboravljaju follow-up. Oni koji metodologiju ugrađuju duboko u dnevni ritam rada — ne kao naknadnu misao, već kao konkurentsku prednost.

Budućnost ne pripada onima koji se plaše AI-ja. Pripada onima koji ga **treniraju da radi za njih**.

Zato, evo poziva na akciju:

Oснаžite svoj tim. Izgradite svoj "stack". Ojačajte svoj sistem.

Jer kada se Sandler susretne sa AI-jem, ne skalirate samo napor — skalirate izvrsnost.

Ako želite da razgovaramo o tome kako se sve ovo povezuje sa vama i vašim timom — i kako vaša organizacija može prestati da samo „preživljava“ tehnološki talas i počne da ga jaše — hajde da se povežemo.