



SANDLER TRENING

Prodaja nije umetnost.

Prodaja je nauka, a način na koji je izvodimo može biti umetnost!

Tri najveće greške u profesionalnoj prodaji koje ne bi trebalo da ponavljamo!

Vaše poznavanje ljudskog ponašanja, na koji način razgovarate od prvog susreta pa sve do momenta prezentacije, može biti presudno i može imati mnogo veći uticaj na sagovornika i zatvaranje prodaje nego vaše poznavanje proizvoda ili usluga koje nudite. I tu verovatno leži najveća zamka i nepoznanica za profesionalce prodaje: **znanje o proizvodu je vaš najveći neprijatelj u prodaji!!**

Sledeća tri pravila su danas opšte prihvaćena kao standard učenja u Sandleru® i kao takva će vam pomoći da razmislite o njima i razvijete više stanje svesnosti zašto ako ih i dalje koristite, mogu biti okrenute protiv vas:

Dajemo znanje koje je okrenuto protiv nas!

Većina ljudi u prodaji je zaslepljena sopstvenim poznavanjem proizvoda ili usluga i na prvom inicijalnom sastanku, uglavnom na pitanje: *Šta nudite?*, kreće provala znanja i informacija o tome šta rade i šta nude. Ne zaboravite da je znanje zastrašujuće za potencijalnog klijenta. Zašto imamo potrebu da dajemo znanje? Jer verujemo ako to ne uradimo, da se nećemo dopasti sagovorniku koji će otići nezadovoljan i nećemo napraviti prodaju. Naravno, ovo su samo naše subjektivne pretpostavke iz projekcije subjektivnih strahova. Problem je i u tome što nas tradicionalni treneri uče da baš dajemo znanje ne bi li smo oduševili sagovornika! Ali ne kupuje oduševljen, kupuje onaj koji shvati da ima problem i da može da ga reši sa vašim proizvodom.

Većina profesionalaca prodaje se trudi da na sastanku pokaže znanje i na taj način nesvesno pomaže sagovorniku da samo potvrdi ono što već ionako skoro sve zna o vašem proizvodu. Ne zaboravite da su kupci postali sofisticirani i nekad bolje poznaju ono čime se bavimo nego mi sami. Ali svrha sastanka nije reći sagovorniku ono što već zna; **svrha sastanka je pomoći mu da sazna nešto što ne zna. O kome? O sebi pre svega!**

Ako mu ne pomognete da sazna nešto novo o sebi, da li će imati dovoljno razloga da radi posao sa vama? Verovatno ne! Zašto kupci ucenjuju popustima? Zato što nemaju druge razloge da plate više, jer ste došli samo da potvrdite da ono što oni misle, misle ispravno! Na koji način im sada pomažete da saznaju nešto novo što do sada nisu znali?

Čekate da posle prezentacije zatvorite prodaju a ona se zatvara odmah na početku!

Za većinu ljudi u prodaji važi razmišljanje da je prezentacija taj magičan deo u razgovoru koji će preovladati za kupovinom i svu svoju energiju fokusiraju tu. I onda se priča i govori na koji način proizvod rešava potrebe i slično. Prodavci su tu opremljeni sa Power Point prezentacijama, katalozima, listama sadašnjih klijenata...I sve to zaista može biti vrlo impresivno. Na površini razmišljanja potencijalnog kupca, to izgleda vrlo moćno. Međutim pošto sagovornik po prvi put vidi vaše rešenje, on će reći verovatno najočekivaniji odgovor u prodaji: *moram da razmislim!* Verovatno noćna mora za sve ljude u prodaji. Zašto sav novac stavljamo na crveno? Ne smete dozvoliti da pokušavate da zatvarate prodaju na kraju jer je suviše riskantno. Zašto? Jer kada date ekspertizu i znanje, ili mu više nećete trebati ili ćete mu trebati kako bi još dobio informacija od vas. Da bi radio posao sa vama? Verovatno ne, već da bi još kredibilnije mogao da pregovara sa vašom konkurencijom na osnovu info koje mu vi dajete.

Koristimo način prodaje koji je postao predvidiv.

Ako smo iskreni prema sebi, prve tri rečenice kada pozivamo nekog telefonom za koga verujemo da je možda interesantan kao klijent jesu: *Dobar dan, Ja sam (ime i prezime), Zovem iz firme...i nudimo...* Iskreno ove rečenice govore o nama u našem interesu. Ako poznajemo konkurenciju, shvatićemo da rade gotovo identične stvari! Kako se obično završi ovaj razgovor? Verovatno: *Nismo zainteresovani ili Pošaljite nam ponudu!* Kakav užasan način da se započne i završi razgovor! Kako očekujemo da budemo uspešni kada kupci znaju sve o nama-znaju šta ćemo reći? Ali ko je kupce naučio da nas kontrolišu i tako dobro poznaju? Pa...mi sami!

Tradicionalna prodaja je toliko dugo već u upotrebi da je kupci savršeno poznaju i postalo im je lako da nas kontrolišu i manipulišu. Ako vam se često dešava da vas ucenjuju konkurentskim ponudama, popustima, ne znate kako da drugačije završite razgovor nego: *poslaćemo vam ponudu*, ili se često osećate kako vas iskoriste za informacije a završe posao sa drugim onda je vreme da postavite sebi pitanje: ***Koja je moja odgovornost da naučim da ne radim iste stvari kao i drugi?***

Ne zaboravite veliku istinu o kupcima: Oni ne znaju drugačije da komuniciraju sa vama nego preko ponuda. Takav način razgovora nije dobar ni za njih ali ni za vas. Vaš novi zadatak treba da bude da naučite vaše potencijalne kupce kako da vas kupe, jer oni to ne znaju. Ako im date veliku slobodu da oni to sami rade, učiniće to na verovatno dva najnepopularnija načina: kroz ponudu i spuštanje cene!

Ukratko o Sandler Training-u

Sandler Training je globalna organizacija (verovatno najveća) sa više od 500 Sandler® trenera lociranih u 29 zemalja i materijalima prevedenim na 19 jezika. Sa više od 40 godina iskustva u radu sa malim, srednjim i organizacijama Fortune 500, pomažemo u implementaciji Sandler Sistema Prodaje® koji smanjuje rizike poslovanja a povećava predvidivost očekivanih ishoda.

