

12 grešaka koje rade prodavači i kako ih ispraviti (1. dio)

1 NEPOZNAVANJE GOSPODARSKE GRANE I KONKURENCIJE

Da li pratite što se dešava u vašoj gospodarskoj grani? Znete li što radi vaša konkurencija? Većina prodavača ne može odgovoriti pozitivno na ova pitanja. Misle kako znaju sve što se dešava i što će se dešavati u njihovoj gospodarskoj grani. Znete li koja su tri glavna trenda u vašoj gospodarskoj grani? Kako će te promjene utjecati na potrebe vaših kupaca, a time i na vaš proizvod i uslugu? Koji su uzroci pojave tih trendova? Zašto se pojavljuju?

Predlažemo da se pretplatite na sve publikacije, tiskane i one *online* u vašoj gospodarskoj grani u kojoj djelujete, kako bi imali uvid u veliku sliku događanja. Pretplatite se i na *online newslettere* koji će vas informirati o svim novostima. Obratite pažnju na trenutne trendove kao i na buduće. Znajući u kojem se smjeru razvija gospodarska grana, te kuda ide, bit ćete u dobroj poziciji kako bi mogli savjetovati vaše trenutne, kao i potencijalne kupce o promjenama i kako im vaš proizvod ili usluga mogu pomoći.

Sjednite i zapišite sve odgovore na ova pitanja. Tko čini vašu konkurenciju i što rade? Znamo kako znate tko vam je konkurencija, čuli ste njihova imena putem telefona i na vašim prodajnim prezentacijama, međutim da li ih stvarno poznajete? Da li znate koje točno proizvode ili usluge prodaju? Po kojoj cijeni? Koje koristi nude za kupce? Ukoliko ne znate, predlažemo da **saznate sve što konkurencija čini**. Pronađite kako prodaju. Pitajte kupce da li ih je konkurencija kontaktirala. Porazgovarajte s potencijalnim kupcima kada spomenu ime konkurencije i pronadite čim više toga o njima. Time ćete **dobiti nove ideje i uvide** u to kako ih možete pobijediti u prvoj slijedećoj prigodi.

2 NERAZLIKOVANJE OD KONKURENCIJE

Morate se razlikovati od konkurencije. Što vas čini različitim od svakog



drugog prodavača u vašoj industriji, u gospodarskoj grani? Koji je vaš USP (jedinствена prodajna ponuda)? Kako će vas potencijalni kupci upamtiti? Da li ćete se izmiješati sa svim drugim prodavačima, a time i pasti u zaborav?

Većina prodavača nikad ne pomisli da bi se trebali **razlikovati**, jednostavno žele biti dobri ili možda samo prosječni prodavači. Žele pokazati potencijalnim kupcima kako su naučili šest različitih načina za sklapanje posla.

Jako velik broj prodavača govori o tome koliko dugo postoji njihovo poduzeće, kako imaju kvalitetnu uslugu i konkurentne cijene. Sva poduzeća zvuče isto, pa kako će onda potencijalni kupac donijeti odluku koga odabrati?

Tko god će **ponuditi najnižu cijenu** ići će kući s potpisanim ugovorom ili narudžbenicom, jer ne postoji nikakva druga razlika između vas i vaše konkurencije

osim cijene proizvoda. Nitko nije prikazao vrijednost za kupca koja bi mu pomogla shvatiti zašto bi netko bio vrijedan plaćanja više cijene. Ukoliko im ne pokažete kako ste drugačiji, vrlo je vjerojatno kako će poduzeće s najnižom cijenom dobiti posao.

Biti drugačiji, poseban, jedinstven u očima vaših kupaca temelj je vašeg uspjeha. U današnje doba morate imati nešto više od same prednosti nad konkurencijom. Moraju vas vidjeti kao jedino održivo rješenje, jedinu strategiju ili priliku za rješavanje problema koje vaše tržište pokušava riješiti.

3 NEDOSTATAK ODNOSA I VJEŠTINE POVEZIVANJA S KUPCEM

Puno prodavača pokušava prodati potencijalnim kupcima prije no što su razvili odnos ili povjerenje u očima kupca. Ljudi kupuju samo od ljudi koji im se sviđaju i

U dva nastavka donosimo korisne savjete kako ispraviti greške koje rade prodavači. U prvom dijelu donosimo 6 grešaka i kako ih je najbolje ispraviti.

kojima vjeruju. Ukoliko vas kupac ne poznaje, smanjuje se i vjerojatnost sklapanja posla.

Izgradnja odnosa je vrlo važan korak u započinjanju suradnje s bilo kojim potencijalnim kupcem. Pronađite jednu stvar koju imate zajedničku i gradite odnos na tome. Nemojte se bojati započeti razgovor, međutim nikako nemojte zaboraviti zbog čega ste tamo. Ne bojte se postati prijateljem s kupcem, jer u konačnici to je ono što i želite, tako da čim prije to postignete, bit će vam lakše sklopiti posao i izgraditi dobar odnos za buduće poslove.

Pokušajte shvatiti obrazac govora, izraze lica i govor tijela jer su sve to stvari koje će vam dati uvid u to kako vaš kupac komunicira, te njegove općenite osjećaje o vama i vašoj ponudi. Ujedno će vam reći i to kako vaša prezentacija napreduje i smjer u kojem trebate povesti konverzaciju.

Stalno imajte na umu koja je korist za kupca i tražite priliku kako bi mu pokazali da vam je to na pameti, a što je ključno u krajnjem sklapanju posla.

4 PRIČANJE UMJESTO SLUŠANJA

Velik broj prodavača vjeruje u to da čim više pričaju bolje će prodavati, a u stvarnosti istina je dijametralno suprotna. Ti isti prodavači jednostavno žele pokazati koliko toga znaju i žele **impresionirati potencijalnog kupca** s time koliko znanja posjeduju o stvarima koje kupcima nisu od nikakve koristi. Smatraju kako sa čim više izgovorenih riječi rade ustvari dobar posao kao prodavači. Obično pričaju o sebi i kako je odlično njihovo poduzeće.

Sigurni smo kako je kupac već čuo slične priče od ostalih prodavača i još jedan sastanak će završiti prije no što je i započeo. Jedan od glavnih razloga zašto prodavači pričaju pretjerano je taj što se nisu temelji-

to pripremili. Nemaju plan kako će ići tijekom sastanka s kupcem te se okreću pričanju. Kada isplanirate ono što ćete reći, nećete upasti u zamku brbljanja o stvarima kojima ćete samo dosađivati kupcu.

5 ZAKLJUČIVANJE O KUPCU UNAPRIJED

Ukoliko zaključujete unaprijed o kupcima, ovisno o njihovom okruženju ili o vrsti osobe za koju pretpostavljate da je ona, propustit ćete puno prigoda za sklapanjem poslova. Ukoliko mislite kako ta osoba neće kupiti ili kako ne izgleda poput tipa osobe koja kupuje vašu vrstu proizvoda, unaprijed odustajete od tog kupca. Razmišljanje o tome kako kupac nema dovoljno novaca je najgora moguća pretpostavka.

Tretirajte sve kupce isto, bez obzira kako izgledaju ili kako se ponašaju. Kvalificirajte ih kako bi otkrili njihove potrebe i da li vaš proizvod ili usluga odgovara tim potrebama. Tek tada ćete moći odrediti da li su stvarno potencijalni kupci ili ne.

Druga pogreška koju čini velik broj prodavača je pretpostavljanje koje su potrebe kupca. Dolaze na sastanak s odlukom kako će pokazati kupcu sve fenomenalne stvari koje ima njihov proizvod, a prije no što su pokušali pronaći prave probleme kupaca.

Postavljajte pitanja kako bi pronašli problem i tek zatim predstavite vaš proizvod ili uslugu kao savršeno rješenje njihovog problema. Naravno, imajte na umu pravu korist za kupca koju će dobiti kupnjom upravo i jedino od vas.

6 POSTAVLJANJE KRIVIH PITANJA ILI NEPOSTAVLJANJE IKAKVIH PITANJA

Većina prodavača postavlja **pitanja koja štete odnosu** s kupcem. Drugi ne postavljaju nikakva pitanja, računajući kako znaju

Savjeti Poslovnog savjetnika

1. Porazgovarajte s potencijalnim kupcima kada spomenu ime konkurencije i pronađite čim više toga o njima.
2. Odredite koji problem tržište teži riješiti i zatim na jedinstven način predstavite vaš proizvod ili uslugu kao rješenje.
3. Vježbajući aktivno slušanje, steći ćete veliku prednost u odnosu na konkurenciju.
4. Napravite scenarij vašeg sastanka s kupcem, što želite reći i što želite postići.
5. Ukoliko pokažete da ste stvarno zainteresirani za kupčevu situaciju, imat ćete bolju prigodu za krajnje sklapanje posla.

sve odgovore i pokušavaju zabljesnuti kupca sa svojim prezentacijskim vještinama.

Neki pak prodavači koriste pitanja samo kako bi zagreblili po površini. Nikad ne dođu do stvarnog problema i ne otkriju okidač koji bi motivirao kupca na kupnju, te su frustrirani kada čuju uvijek isti prigovor – **previsoka cijena**. U stvari nisu pokazali kupcu kako se razlikuju od konkurencije, nisu se potrudili otkriti kupčeve želje i potrebe, te zašto je njihov proizvod vrijedan plaćanja više cijene.

Postavite dosta pitanja i zatim slušajte kako bi otkrili načine kako vaš proizvod ili usluga mogu poboljšati trenutnu kupčevu situaciju. Ujedno s postavljanjem pitanja i stvarnim slušanjem kupčevih odgovora pokazat ćete kupcu da vam je stalo do njih i velika je vjerojatnost da će vam reći iskrene stvari iz kojih ćete moći zaključiti kako im pomoći.

Alen Majer

WWW.PLA VIRADIO.HR



SLUŠAJTE RADIO!
LIVE STREAM

KRALJ ETERA!
PLAVI
RADIO 9
89,1 & 98,0