



Danijel  
Bičanić

U susret konferenciji SUPERPODAVAČ 2015.

# JESTE LI PREPORUČLJIVI?



Siguran sam da i vi spadate u značajan broj poduzetnika kojima barem 50% novih klijenata dolazi putem preporuke drugih zadovoljnih klijenata. I to je sjajno! No, može li bolje? MOŽE! Ukoliko ste sebe, vašu uslugu ili proizvod i vaš posao učinili "preporučljivim". Što znači biti preporučljiv?



## Recommendation

**Možda i najvažniji savjet za kraj... Ponašajte se prema svakom klijentu kao da je onaj prvi klijent sa kojim ste poslovali. Sjetite se sa koliko ste entuzijazma, energije i motivacije pristupili tom, prvom klijentu. Ako sa svim vašim klijentima postupate na takav način, dobit ćete više preporuka nego što ste ikad mogli sanjati!**

Pojam - preporučljiv prije svega označava uslugu, pružatelja usluge/proizvoda ili tvrtku (obrt) koji je primjenila 3 jasna koraka u izgradnji vlastitog prodajnog poslovanja. To su:

Oblikovanje i pružanje usluge koja kvalitetom daleko nadmašuje sva očekivanja klijenata - ukoliko sustavno radite na unapređenju kvalitete usluge ili proizvoda, tada ste odradili "lavovski" dio posla. Oduševljen klijent je klijent koji je izuzetno "lak na okidaču" kad je u pitanju preporučivanje vaše ponude drugim ljudima.

Jačanje samopouzdanja i vjere u vlastitu ponudu - samo onaj poduzetnik koji čvrsto vjeruje u svoju uslugu i u sebe, bit će u stanju u svakom trenutku iskoristiti priliku i pitati za preporuku klijenta. Ako čvrsto ne vjerujete u sebe i kvalitetu i korist onog što nudite za klijenta, zašto bi onda to učinio on ili ona?

### Olakšavanje davanja preporuka

Osmislite kvalitetan sustav poticanja i generiranja preporuka. Neka se vaše preporuke prestanu događati "slučajno"! Pri tom ne mislimo samo na financijsko ili materijalno nagrađivanje ljudi koji vas preporučuju. Omogućite klijentima da lako dijele sadržaje sa vaše web stranice i profila društvenih mreža (radi se o onim malim ikonama Facebooka, LinkedIn-a, Twittera i drugih društvenih mreža koje ćete postaviti na odgovarajuća mjesta). Izradite edukativne materijale koje će vaši klijenti rado preuzeti i predati drugima. Preporučite vaše klijente drugima (ako su i sami u nekakvom biznisu) i dajte im razlog da oni preporučite vas!

Slijedeći korak u proaktivnom generiranju preporuka jeste vlastita spremnost na postavljanje pitanja o mogućim kontaktima koje bi zadovoljan klijent mogao preporučiti.

Mnogi poduzetnici imaju problema sa ovim dijelom generiranja preporuka. Neki od nas se osjećaju neugodno u ovoj ulozi. Smatramo da smo napadni i agresivni ukoliko to činimo. Ukoliko ste ispunili 2. korak u jačanju "preporučljivosti" koji smo ranije naveli, onda ste već puno učinili. Primijenite i slijedeće savjete i pitati za preporuku biti će "lako kao keks":

Naučite prepoznati pravi trenutak - pravi trenutak za postavljanje pitanja o preporuci jeste onaj u kojem imate ispred sebe prezadovoljnog klijenta koji iznosi pozitivne dojmove o vama.

Naučite kako pravilno pitati za preporuku - nemojte pitati: "Znate li nekoga tko bi također želio kupiti..." ili slično. Umjesto toga pitajte: "Tko od vaših prijatelja/partnera/poznanika ima sličnu situaciju, problem/ želju...?"

Zahvalite se na preporuci i dajte povratnu informaciju - bez obzira kako završila preporuka koju ste dobili, javite se obavezno osobi koja vam je dala kontakt i informirajte je o rezultatu.

Ako vam nije rečeno drugačije, odmah djelujte po primitku preporuke - dobiti preporuku zadovoljnog klijenta znači biti ispunjen zadovoljstvom i samopouzdanjem. Iskoristite to stanje i odmah se javite preporučenom kontaktu. Zračit ćete pozitivnom energijom i šanse će vam biti puno veće.