

LJUBAV MOŽEŠ IZRAZITI NA PUNO NAČINA

ALI I REĆI NA PUNO JEZIKA LJUBI I PRIČAJ



SVE TO MOŽEŠ UPISOM U ŠKOLU ABC STRANI JEZICI

Ulica Petra Berislavića 13
Zagreb - CENTAR
www.abc-strani-jezici.hr



se sviđjeti to što ćete čuti.

Takav stav prodaju čini još jednom od ljudskih aktivnosti u kojoj su ljudi zadovoljni onim što su postigli. *Status quo*¹ stanje čini ih sretnima. Još kada tome dodamo da većina vlasnika tvrtki i (prodajnih) *managera* smatra da je jedan trening prodajnih vještina u dvije-tri godine dovoljan da njihove ljude pretvori u (vele)majstore prodaje, onda može biti jasno otkuda toliko nezadovoljstvo kupaca. Zašto je tako? Neki prodavači pogrešno smatraju da je glavni argument zašto se ništa ne može promijeniti činjenica da se kupci razlikuju po regijama, kupovnoj moći, obrazovanju i odgoju i slično. Jednostavna vježba, koju provodim na treninzima, uvijek im pokaže da su razlike među kupcima (kada govorimo o prodajnoj komunikaciji), bez obzira na regiju, kupovnu moć ili vrstu proizvoda vrlo male, skoro zanemarive. Što je još gore, druga jednostavna vježba pokaže na kraju da je skoro tri četvrtine

¹ Latinski - trenutno stanje.

problema vezano za internu (ne) komunikaciju unutar tvrtke i loše međuljudske odnose, a tek jedna četvrtina problema dolazi zbog neplaćanja, krize na tržištu, jeftine konkurencije i slično.

Drugi prodavači misle da znaju sve. Nije problem ako se radi o sladoledaru, koji pomiješa okuse, pa konačni rezultat ispadne zanimljiva mješavina koju ćete baciti u smeće, no što kada se takav „prodavač“ uhljebi na mjestu premijera ili predsjednika države? Ili, da šteta bude manja, osnuje tvrtku i zaposli isto takve *genijalce* da budu *manageri*? Opet, iskustvo s treninga govori mi da sudionici koji dolaze s *managerskih* pozicija u velikim tvrtkama imaju problem komunikacije s okolinom i u timu, pa na treninge dolaze sa stavom: «*Meni ovo ne treba. Ja znam sve o tome*». Zbog dva razloga vam ne smijem reći koliko su loši njihovi rezultati tijekom testiranja na treninzima – kao prvo, radi se o profesionalnoj tajni i, kao drugo, izazvao bih paniku među vlasnicima

i djelatnicima u tvrtkama.

Dozvolite greške sebi (i drugima)

Greške imaju svoju svrhu - da nešto naučimo. Strah od promjena je jedna od blokada na putu našeg daljeg razvoja. To je ponekad polazna točka da bi se krenulo ka bilo kojim promjenama. Razmislite kako bi bilo strašno da nema promjena. Sve se stalno mijenja, čak i kad mislimo da nije tako. Sve ili raste i razvija se, ili opada i odumire. Oni koji imaju svoj biznis i razumiju dinamiku biznisa znaju da kada imamo stabilan period i ne činimo ništa na njegovom razvoju, on je najčešće već u opadajućoj fazi.

Nekome će ovo već biti dovoljno da može da prihvati promjene kao normalan dio svakodnevnice. Za one koji su nekada negdje naučili da su promjene rizične, i kojima navedeno objašnjenje ne pomogne da uklone otpor prema promjenama, potrebno je ukloniti zaglavljenu emociju stra-

ha od greške, jer sama promjena nije dovoljna da se oslobode zaglavljene emocije.

Među najčešćim greškama su one u komunikaciji. Nerazumijevanje trenutka ili emocija sugovornika, pogrešna riječ, pogrešan ton glasa ili pogrešno odabran trenutak druga strana lako može shvatiti kao provokaciju, nedostatak interesa ili emocionalno zahlađenje.

Od 25 nezadovoljnih kupaca, njih 24 će otići drugom dobavljaču bez svađe, dok će samo jedan kupac reklamirati svoje nezadovoljstvo proizvodom ili uslugom. Taj jedan kupac donijeti će dobavljaču korisne informacije o mogućim poboljšanjima, no *manageri* i djelatnici takve ljude najčešće ne slušaju. Bježe od njih. Tjeraju ih od sebe.

I tada pokazuju da ne shvaćaju da je jedno od glavnih pravila u životu – uspjeti zahvaljujući greškama. A osnova uspjeha je: pokušaj, pogriješi, nauči i pokušaj ponovo. ■