

# SADRŽAJ

---

<i>Uvod</i>	9
1. Mentalna igra prodaje	17
2. Odredite i ostvarite sve svoje prodajne ciljeve	55
3. Zašto ljudi kupuju	69
4. Kreativna prodaja	103
5. Kako ugovoriti više poslovnih sastanaka	127
6. Moć sugestije	151
7. Zaključivanje prodaje	169
8. 10 ključnih čimbenika uspješne prodaje	211
<i>Focal Point (Točka žarišta)</i> – napredan edukativni i savjetodavni program	233
<i>O autoru</i>	235

# UVOD

---

*Mašta je, doslovno, radionica u kojoj se oblikuju svi planovi nastali u ljudskom umu.*

NAPOLEON HILL

Ovom knjigom želim vam ponuditi niz zamisli, strategija i tehnika, koje možete odmah primijeniti kako biste uvećali svoju prodaju, na brži i lakši način no ikada ranije. Na stranicama koje slijede naučit ćete kako na bolji način iskoristiti svoje potencijale i izvući više iz svoje karijere u prodaji, no što ste ikada mogli i zamisliti. Naučit ćete kako udvostručiti, utrostručiti, pa čak i učetverostručiti svoju prodaju i prihode kroz nekoliko mjeseci ili čak svega nekoliko tjedana.

Ova knjiga pisana je verzija mog edukativnog audio programa *Psihologija prodaje*, koji je postigao međunarodni uspjeh. Od trenutka kada je ovaj program prvi put objavljen, preveden je na šesnaest jezika i koristi se u 24 zemlje. Radi se o najbolje prodavanom edukativnom programu o profesionalnoj prodaji ikada objavljenom.

## Postanite milijunaši!

Prema istraživanju, koje je obavljeno na prodajnim agentima koji su odslušali audio program, više je agenata postalo milijunašima slušajući i

primjenjujući ove zamisli, no pomoću bilo kojeg ikada osmišljenog edukativnog programa o prodaji. Koristeći ovaj materijal, osobno sam školovao više od 500 000 agenata prodaje diljem svijeta, u tisućama raznih kompanija i iz doslovno svake grane privrede. Program doista djeluje!

## Moja priča

Nisam maturirao. Umjesto toga, kao mladić, otišao sam upoznavati svijet. Nekoliko godina radio sam razne fizičke poslove, dok nisam uštedio dovoljno novaca da počnem putovati. Na put sam krenuo norveškim teretnim brodom, preko sjevernog Atlantika, a zatim sam putovao biciklom, autobusima, kamionima i vlakovima po Europi, po Africi i, konačno, otišao na Bliski istok. Nikada nisam propustio niti jedan obrok, ali sam mnoge od njih *odgodio* u nedogled.

Kada nisam bio u mogućnosti da pronađem neki fizički posao, iz očaja sam se počeo baviti prodajom. Izgleda da većina odluka, koje u životu donesemo, podsjeća na vožnju unatrag noću, kada udarimo u nešto, a zatim izađemo iz automobila, kako bismo pogledali u što smo udarili. U ovom slučaju, za mene je to bio posao u prodaji.

---

**Izgleda da većina odluka, koje u životu donesemo, podsjeća na vožnju unatrag noću, kada udarimo u nešto, a zatim izađemo iz automobila, kako bismo pogledali u što smo udarili.**

---

## Osnovna obuka

Dobio sam posao u prodaji, s plaćanjem na osnovi izravne provizije od prodane robe. Dobio sam i trodjelni program obuke u prodaji: "Ovo su ti kartice za izvještaje o prodaji; ovo su ti brošure; tamo su vrata!" Obožan ovom "obukom," započeo sam karijeru u prodaji metodom *prvog poziva*\*, danju kucajući na vrata ureda, a navečer na vrata privatnih stanova i kuća.

Osoba koja me zaposlila nije mogla ostvariti prodaje. No, rekao mi je da je prodaja “igra brojeva.” Rekao je da samo moram razgovarati s velikim brojem ljudi i da će, u konačnici, naići netko tko će i kupiti. Ovo nazivamo metodom “bacanja blata o zid.” (Ako bacite dovoljno blata o zid, ponegdje će se nešto od tog blata i zadržati na zidu.) Nisam dobio mnogo uputa i znanja, no to je bilo sve što sam imao za početak.

Zatim mi je netko rekao da prodaja zapravo nije “igra brojeva,” već da se radi o “igri odbijanja.” Što te više puta odbiju, to je veća mogućnost da ćeš nešto prodati. Osažen ovim savjetom, trčkarao sam od vrata do vrata, kako bi me što više puta odbili. Rekli su mi da sam “nadaren za priču”, pa sam koristio taj svoj dar. Kada je neka osoba djelovala nezainteresirano, govorio sam brže i glasnije. Međutim, iako sam jurio od jednog potencijalnog kupca do drugog, iako sam svima pričao brže i glasnije, jedva sam spajao kraj s krajem.

## Prekretnica

Nakon šest mjeseci borbe za prodaju, zarađivao sam tek toliko da platim svoj sobičak u malom pansionu. Tada sam konačno učinio nešto što je promijenilo moj život: otišao sam do najuspješnijeg momka u našoj kompaniji i upitao ga, u čemu se njegov pristup poslu razlikuje od moga.

Nisam se bojao napornoga rada. Ustajao sam u pet ili šest ujutro, pripremao se za radni dan i u sedam ujutro već sam bio na parkiralištu, čekajući da moji prvi potencijalni kupci stignu na posao. Radio sam po cijele dane, išao od ureda do ureda, od kompanije do kompanije. Kucao sam na vrata privatnih stanova i kuća sve do devet ili deset sati navečer. Ako bi svjetlo u kući bilo upaljeno, pokucao bih na vrata.

Najbolji agent prodaje u mom uredu, koji je bio svega nekoliko godina stariji od mene, imao je sasvim drugačiji pristup. Stizao je u ured tek oko devet ujutro. Nekoliko minuta nakon toga, potencijalni kupac ušao bi u njegov ured, sjeli bi i započeli razgovor. Nakon nekoliko minuta

---

\* «Prvi poziv» (odn. cold calling, «hladan poziv») odnosi se na prvi telefonski poziv potencijalnom kupcu od strane prodavača, a bez prethodne komunikacije. (prim. prev.)

razgovora, potencijalni bi kupac izvadio svoju čekovnu knjižicu i napisao ček za naš proizvod.

Zatim bi agent izašao van i zaključio još nekoliko prodaja, a onda bi ručao s nekim potencijalnim kupcem. Poslijepodne bi zaključio još nekoliko prodaja, a zatim bi možda otišao na piće ili na večeru s još jednim potencijalnim kupcem. Prodavao je pet ili deset puta više od mene ili od bilo koga u našem uredu, a izgledalo je kao da jedva išta radi.

## Tajna je u obuci

Ispostavilo se da je u mladosti radio za kompaniju koja se nalazila na popisu Fortune 500. Ta je kompanija u njega uložila 16 mjeseci intenzivnog obučavanja u procesu profesionalne prodaje. S tim vještinama mogao je raditi u bilo kojoj kompaniji, u bilo kojoj privrednoj grani i prodati bilo koji proizvod ili uslugu na, doslovno, bilo kojem tržištu. Znao je kako prodati i stoga je mogao steći ogromnu prednost u prodaji pred ljudima poput mene, iako je radio upola manje vremena od mene. Ovo mi je otkriće promijenilo život.

Kada sam ga upitao u čemu se njegov pristup poslu razlikuje od moga, rekao je: “Pa, pokaži mi svoju prodajnu prezentaciju, a ja ću ti dati svoje mišljenje o njoj.”

To je bio moj prvi problem. Nisam imao pojma kako bi “prodajna prezentacija” trebala izgledati. Čuo sam da to postoji, ali nikada nisam vidio niti jednu prodajnu prezentaciju.

Rekao sam: “Ti mi pokaži kako ti to radiš, a onda ću ti ja pokazati svoju prezentaciju.”

Bio je strpljiv i ljubazan prema meni. Rekao je: “U redu, ovo je osnovna prodajna prezentacija, od početka do kraja.” Zatim mi je pokazao, korak po korak, prodajnu prezentaciju našega proizvoda.

Umjesto korištenja “govora” ili domišljatih rečenica, kojima bi privukao pozornost ili slomio otpor kupca, postavljao je niz logičnih pitanja, od općih prema konkretnima, koja su bila savršeno prilagođena stvarnom

potencijalnom kupcu. Kada bi bio pri kraju sa svojim nizom pitanja, kupcu bi postalo savršeno jasno da mu naš proizvod može biti od koristi. Sve što je još trebalo učiniti bilo je – konačnim pitanjem zaključiti prodaju.

## Odmah krenite u akciju

Sve sam zapisao. Ohrabren novim pristupom prodaji, izašao sam i još jednom krenuo u posjete potencijalnim kupcima. No ovaj put sam, umjesto *držanja govora*, postavljao *pitanja*. Umjesto da kupca obaspem podacima o karakteristikama proizvoda i dobrobitima koje on pruža, usredotočio sam se na to da doznam što više o kupčevoj situaciji i na koji mu način mogu pomoći. S ovom novom metodom – moja prodaja je porasla.

Zatim sam doznao za *knjige* o prodaji. Nisam imao pojma, da su neki od ponajboljih agenata prodaje na svijetu zapisali neke od svojih najučinkovitijih prodajnih zamisli u *knjigama*. Počeo sam čitati sve što sam mogao pronaći o prodaji, svakoga dana provodeći prva dva sata proučavajući literaturu i vodeći bilješke.

A onda sam doznao za *audio edukaciju*. To mi je promijenilo život. Počeo sam slušati audio programe, satima i satima, dok sam išao od jednog ureda do drugog. Slušao sam ih ujutro; slušao navečer. Ponavljao sam i uvježbavao najbolje rečenice i izraze najboljih agenata prodaje, sve dok ih nisam znao recitirati i u snu. A moja prodaja je rasla i rasla.

Nakon toga sam otkrio i *seminare o prodaji*. Mislio sam da sam umro i stigao u raj. Nisam imao pojma koliko se može naučiti na jednom seminaru o prodaji. Počeo sam pohađati svaki seminar ili tečaj za koji sam čuo, čak i ako sam zbog njih morao prevaljivati velik put, što sam i činio, i što sam si konačno mogao i priuštiti. A moja je prodaja i dalje rasla.

## Promaknuće u rukovodstvo

Moja je prodaja toliko porasla da me kompanija unaprijedila u šefa prodaje. Rekli su mi: “Svejedno što radiš, ali pronađi ljude koji žele ući u prodaju i podijeli to s njima.”

Počeo sam regrutirati agente prodaje na ulici i preko novinskih oglasa. Pokazao sam im svoju metodologiju i postupak prodaje. Istoga trena kada su izašli kroz vrata – počeli su prodavati. Danas su mnogi od njih milijunaši i multimilijunaši.

## Budite najbolji

Jednostavna ideja, koja mi je promijenila život, bilo je otkriće “Zakona uzroka i posljedice.” Ovaj zakon kaže da za svaku posljedicu postoji uzrok i da se sve događa s nekim razlogom. Uspjeh nije slučajan. Ni neuspjeh nije slučajan. U stvari, uspjeh je *predvidljiv*. On ostavlja tragove.

---

**Uspjeh nije slučajan. Ni neuspjeh nije slučajan. U stvari, uspjeh je *predvidljiv*. On ostavlja tragove.**

---

Evo jednog važnog pravila: “Ako radite ono što rade ostali uspješni ljudi, i uporni ste u tome, nema toga što bi vas zaustavilo u postizanju rezultata poput njihovih. A ako ne radite poput njih, ništa vam ne može pomoći.”

Upamtite da su svi oni, koji su danas među 10 posto najboljih, započeli među 10 posto najlošijih. Svi oni, kojima danas dobro ide, nekoć su imali loš radni učinak. Svi, koji su danas na vrhu, počeli su od dna. A ono što povezuje sve te vrhunske ljude je činjenica da su *učili od stručnjaka*. Otkrili su što čine vrhunski agenti prodaje, pomoću čega postižu uspjeh, a onda su i sami počeli raditi tako, bili u tome uporni, sve dok i sami nisu počeli postizati iste rezultate. To možete učiniti i vi.

## Primijenite stečena znanja

Ponekad svojoj publici na seminarima o prodaji postavim ovo pitanje: “Koje je najpopularnije pomagalo za vježbanje u Americi?” Nakon male stanke, kažem im: to je *pokretna traka*. Amerikanci potroše više od jedne milijarde dolara godišnje na kupnju pokretnih traka.

Zatim ih upitam: “Ako kupite pokretnu traku i odnesete je kući, o čemu ovisi učinak, dobrobit koju ćete dobiti od te pokretne trake?”

Njihov je odgovor: “Učinak ovisi o tome koliko je često koristite i koliko vremena provedete koristeći spravu.”

U čemu je poenta? Neupitno je hoće li vam pokretna traka omogućiti željene rezultate. To je već utvrđeno. Svima je poznato da će pokretna traka, ako je redovno koristite, kroz duži period, sigurno pridonijeti vašem zdravlju i kondiciji.

Strategije i tehnike, koje ćete naučiti u ovoj knjizi, mogu se usporediti s pokretnom trakom. Njihova je učinkovitost neupitna. Koriste ih najbolje plaćeni agenti prodaje iz svih grana privrede diljem svijeta. Iskušane su i provjerene. Što ćete više koristiti ove metode, to ćete biti vještiji u njihovoj primjeni i postizati ćete bolje i brže rezultate. Primjenjujući znanja, koja ćete steći čitajući sljedeće stranice, ući ćete u 10 posto najboljih profesionalnih agenata prodaje u vašem području djelovanja i postat ćete jednim od najbolje plaćenih ljudi na svijetu.

Jesmo li postavili dobar cilj, koji možemo postići zajedno? Ako osjećate da jesmo, započnimo!

*Što god ljudski um može zamisliti i vjerovati, to može i postići.*

NAPOLEON HILL



## MENTALNA IGRA PRODAJE

*Vizualizirajte ono što želite postići. Stvorite mentalnu sliku, koju ćete moći vidjeti, osjetiti, vjerovati u nju. Izradite mentalni nacrt, a zatim započnite graditi.*

ROBERT COLLIER

**N**išta se ne događa dok se ne ostvari prodaja. Agenti prodaje spadaju među najvažnije ljude u našem društvu. Bez prodaje sve bi se aktivnosti našeg cjelokupnog društva zaustavile.

Jedini koji doista stvaraju bogatstvo u našem društvu su *biznisi*. Oni proizvode sve proizvode i pružaju sve usluge. Biznisi stvaraju sav profit i akumuliraju bogatstvo. Biznisi isplaćuju sve osobne dohotke i beneficije. Stanje u kojem se nalazi poslovna zajednica nekog grada, države ili nacije ključna je odrednica kvalitete života i životnog standarda ljudi u tom geografskom području.

### Vi ste važni

Agenti prodaje imaju najveću vitalnu važnost za svaki biznis. Bez prodaje čak se i najveće i najsofisticiranije kompanije gase. Prodaja je svjećica

u motoru slobodnog poduzetništva. Postoji izravna povezanost između uspješnosti prodajne zajednice i uspješnosti cjelokupne države. Što je vitalnija razina prodaje, to je uspješnija i profitabilnija određena grana privrede ili geografsko područje.

Agenti prodaje donose zaradu, kojom se plaćaju sve škole, bolnice, privatne i državne humanitarne organizacije, knjižnice, parkovi i sve one dobre stvari od vitalne važnosti za naš životni standard. Agenti prodaje – kroz svoje prodaje, profite i poreze uspješnih kompanija – plaćaju državnu upravu na svim razinama, socijalne službe, pomoć nezaposlenima, socijalnu sigurnost, zdravstvo i ostale beneficije. Agenti prodaje temeljni su čimbenik, koji nam omogućuje ovakav način života.

## **Agenti prodaje su alfa i omega**

Predsjednik Calvin Coolidge jednom je rekao: “Glavni biznis Amerike je – biznis.” Ako pomnije proučite najvažnije novine, kao što su *Wall Street Journal* i *Investor’s Business Daily*, kao i najveće poslovne časopise – *Forbes*, *Fortune*, *Business Week*, *Inc.*, *Business 2.0*, *Wired* i *Fast Company*, gotovo sve o čemu pišu na neki je način povezano s prodajom. Sva naša financijska tržišta, uključujući tržište dionica, obveznica i roba, kao i trenutne kamatne stope – povezani su s prodajom. Vi, kao profesionalni agent prodaje, imate ulogu “alfe i omega” u našem društvu. Jedino pitanje je – koliko dobro prodajete?

Dugi niz godina rad u prodaji smatrao se drugorazrednim zanimanjem. Mnogi su ljudi osjećali nelagodu kada bi nekome rekli da rade u prodaji. Ljudi su prema agentima prodaje općenito imali mnoge predrasude. Nedavno je predsjednik jedne od kompanija s popisa Fortune 500 rekao novinaru: “U našoj kompaniji prodaju smatramo vulgarnim dijelom našeg poslovanja.”

## **Najbolje kompanije**

Ovaj se stav mijenja velikom brzinom. Danas, najbolje kompanije imaju najbolje agente prodaje. Drugorazredne kompanije imaju drugorazredne agente prodaje. Trećerazredne kompanije na putu su prema poslovnom krah. Najuspješnije kompanije na svijetu su odreda vrhunske prodajne organizacije.