

Prodaja na malo

Miodrag Kostić

LINK*group*

T GALLERY



T Gallery - Aloha Tower Marketplace - Honolulu

T GALLERY



T gallery - South Street Seaport Marketplace - New York



???

Šta pomislite kad čujete reč
PRODAVAC ili PRODAJA?

*“Postoje gore stvari u životu od smrti!
Jeste li ikada proveli večer u društvu prodavca osiguranja?”*
-- *Woody Allen*

LINKgroup



Lopov i prevarant?

- napadni prodavac usisivača
- putujući prodavac knjiga
- prodavac životnog osiguranja
- ili ... Amway, Avon, Zepter

LINKgroup



Koliko je siguran maloprodajni biznis?

- 8 od 10 radnji, preživljava, ne napreduje
- Posle 5 godina pola radnji izaći će iz biznisa
- Posle 10 godina samo 2 od 10 radnji su još u biznisu
- I to u normalnim okolnostima, bez ekonomske krize!



Od čega zavisi uspeh maloprodaje?

1. Lokacija

ne treba samo lokacija, lokacija, lokacija već često uspeh na lošoj lokaciji, gubitak na dobroj

2. Roba koja se prodaje

ne treba najbolja roba po najboljim cenama već najčešće dobra roba i povoljne cene

3. Prodavci koji uspešno prodaju

loši prodavci upropastiće najbolji proizvod i vrhunsku lokaciju
dobri prodavci čine čak i prosečan proizvod i lokaciju uspešnom



???

Šta je za vas definicija prodaje?

Recite šta podrazumevate pod pojmom prodaja?

*“Osnovni zadatak prodaje nije da proda,
već da obezbedi ponovljenu porudžbinu!”*

-- Harvi Mekej

LINKgroup

Prodaja je profesija davanja, a ne uzimanja

**Vaša lična definicija prodaje određuje vaše ponašanje
i okvire Vašeg uspeha kao prodavca**

“Prodaja je davanje dovoljnih informacija kupcu kako bi doneo inteligentnu odluku o kupovini, bilo to **da** ili **ne**..”

-- *Ron Martin*

“Prodaja nije uveravanje kupaca zbog čega treba da kupe od nas, već stvaranje uslova u kojima će oni uveriti sami sebe!”

-- *Harvi Mekej*



???

Recite nam ko su vaši kupci?

Kako bi ste ih opisali sa socijalnog, ekonomskog, finansijskog aspekta?

*“Ako ne posvetite potrebnu pažnju svojim kupcima,
neko drugi će to sigurno učiniti!*

-- Nepoznati izvor

LINKgroup

Zašto je važno poznavati kupca?

Šta je Pareto princip?

80% događaja rezultat je 20% uzroka

Vilfredo Pareto

1870 uočio da 80% prihoda Italije ide na 20% ljudi



- 20% onoga što činite donosi 80% rezultata
- 20% kupaca donosi vam 80% prihoda
- 20% prodaja donosi vam 80% profita
- 20% problema vaših kupaca predstavlja 80% prodajnih šansi

*“Osnovni zadatak prodaje nije da proda,
već da obezbedi ponovljenu porudžbinu!”*

-- Harvi Mekej

Sistem prodaje na malo

Proces prodaje – uticanja na kupce je ...

- **Komunikacija**
- **Transakcija**
- **Relacija**

Prodaja ima svoj početak ... trajanje ... kraj

“Put od hiljadu kilometara počinje se prvim korakom!”

-- Lao Ce

Prodaja je **PROCES** ...

A za uspešno upravljanje procesom
uvek nam je neophodan **SISTEM!**

SISTEM = PROCEDURE

“Sreća je naklonjena pripremljenom umu!”.

-- *Gete*

* Vežba: Cepanje papira

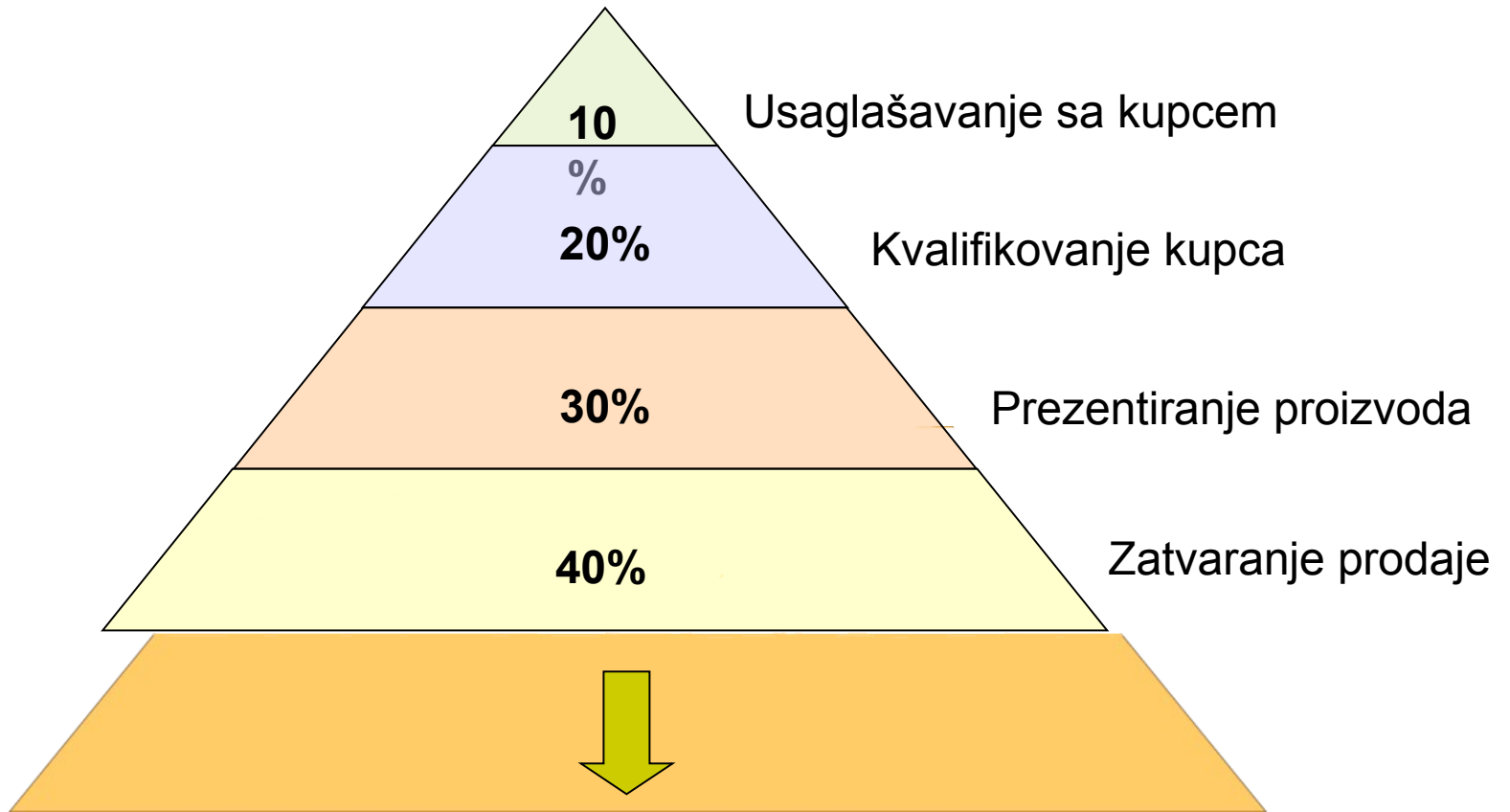
Kako izgleda prodavati u 21 veku?

(priroda prodaje se promenila)

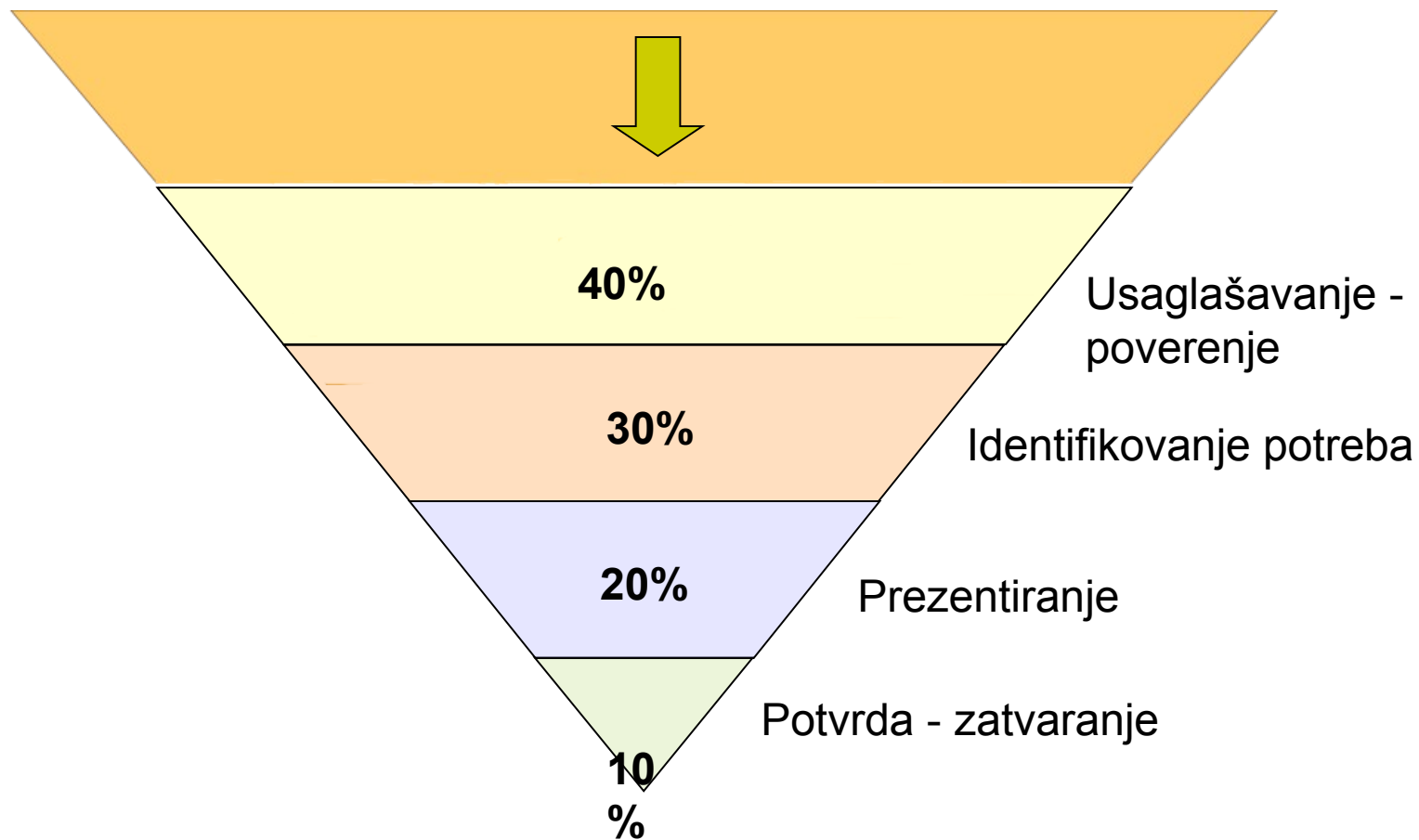
- Kupci su pametniji, obrazovaniji, imaju više izbora ...
- Prodaja je duža, teže se odlučuje ...
- Konkurencija je mnogo agresivnija i jača ...
- Kupci su mnogo oprezniji, cinični, neodlučni ...
- Cena postaje važna od samog početka prodaje ...
- Većina proizvoda svrstava se u iste grupe ...
- Odluku o kupovini često donosi više ljudi ...
- Sama prodaja je skuplja za prodavca, manji profit ...
- Održavanje odnosa sa kupcima je kompleksnije ...

Problem rizika – strah od greške – šta je rešenje?

Fokus je na dugoročnoj relaciji, a ne na prodaji



Stari sistem prodaje



Novi sistem prodaje

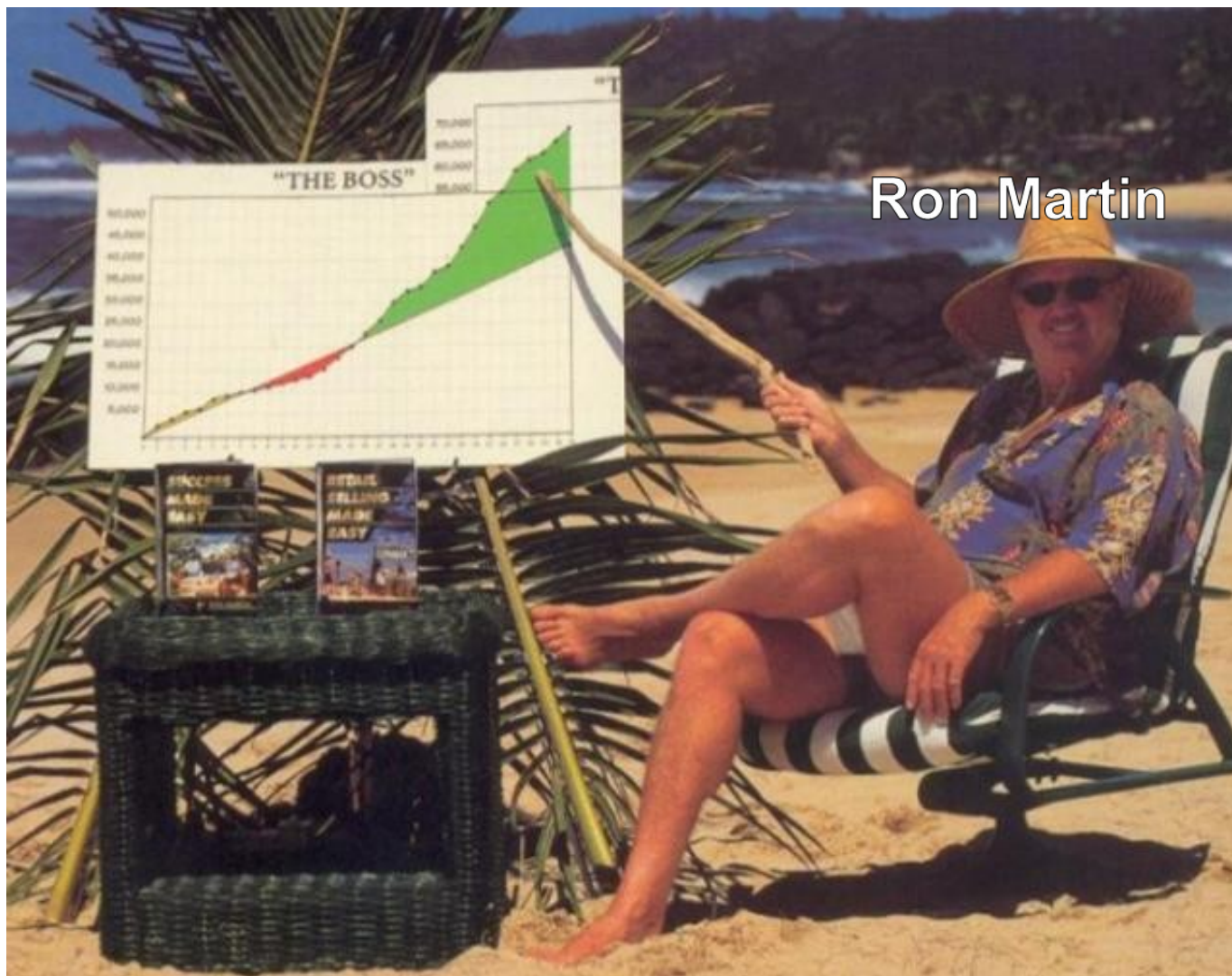
David Sandler - 7 razloga zašto koristiti sistem

1. Sistem vas održava u potrebnim okvirima tokom prodaje, kako Vas tako i kupca.
2. Sistem vam štedi vreme tokom prodaje.
3. Sistem pruža zajednički jezik Vama i menadžeru prodaje, za analizu i retrospekciju.
4. Sistem vam pomaže da prepoznate probleme u prodaji i ukazuje kako da je unapredite.
5. Sistem će vam vremenom pružati sve jači prodajni alat.
6. Sistem vam omogućava da eliminišete loše navike i da duplirate prodaju .
7. Sistem vam dozvoljava da ne brinete o tome šta i kako da radite, već da fokusirate svu svoju energiju na ponašanje reakcije kupca.

Koje su faze uspešne prodaje?

Ron Martin

1. Uspostavite komunikaciju
2. Pružite informaciju
3. Pomozite u donošenju odluke o kupovini

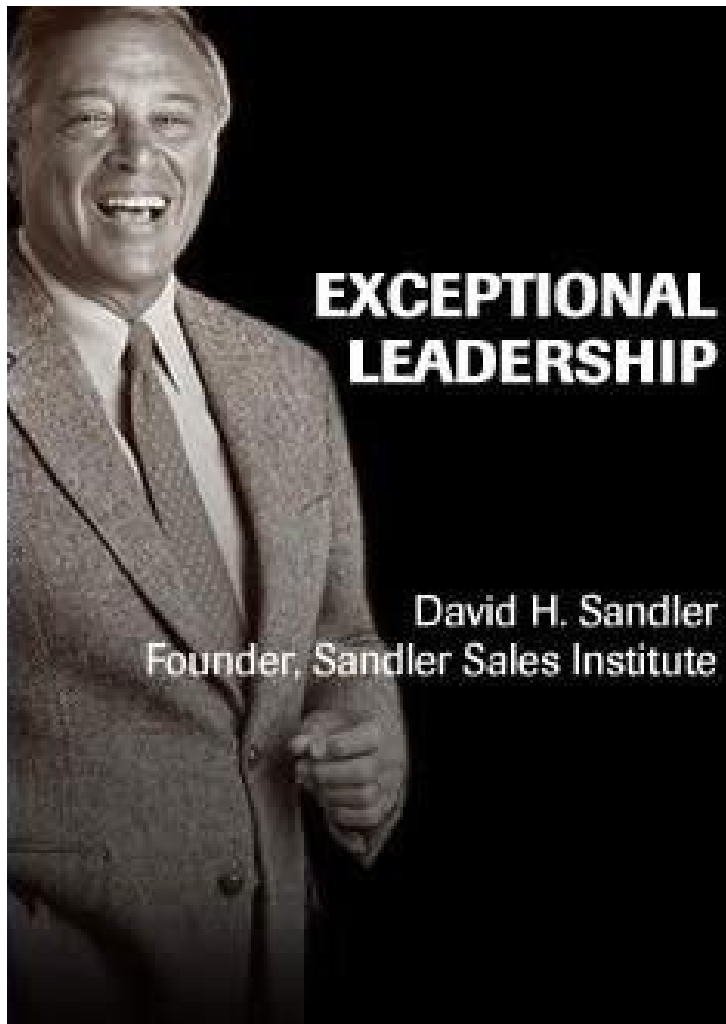


Ron Martin

Koje su faze uspešne prodaje?

David Sandler

1. Uspostavljanje komunikacije-razumevanja, početak izgradnje odnosa sa kupcem
2. Izgradnja i razvijanje ugovora – definisanje pravila međusobne interakcije
3. Otkrivanje kupčevog problema – 5 želja i potreba važnih kupcu
4. Otkrivanje budžeta – rešavanje problema cene koštanja – novac
5. Otkrivanje procesa odlučivanja – zatvaranje - odgovor DA ili NE
6. Prezentovanje rešenja kupčevih patnji, problema – šta želite da uradim sada
7. Post prodaja – potvrđivanje prodaje



David Sandler

LINKgroup

Koje su faze uspešne prodaje?

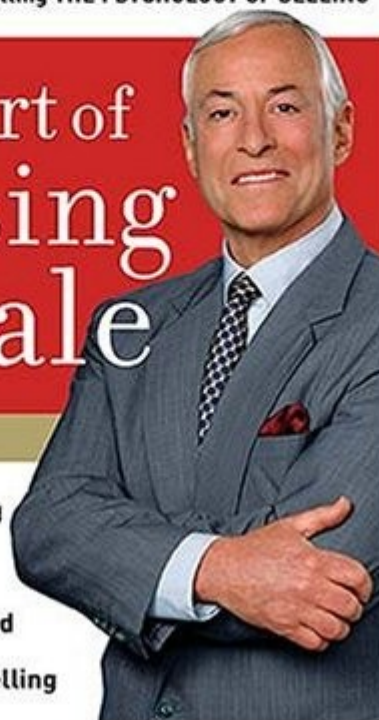
Brian Tracy

1. Izgradnja poverenja
1. Otkrivanje želja i potreba
1. Demonstriranje da proizvod rešava potrebu
1. Potvrđivanje prodaje

BRIAN TRACY

Author of the Best-Selling THE PSYCHOLOGY OF SELLING

The Art of Closing the Sale



The Key to Making
More Money
Faster in the World
of Professional Selling

Koje su faze uspešne prodaje?

Anthony Robbins

1. Kvalifikujte kupca (šta ih motiviše)
2. Usaglasite se sa kupcem (rapport)
3. Ustanovite kontrolu i kontinuitet (šta kako i kad da kažete)
4. Ostvarite da se obavežu verbalno (da im se vaš proizvod dopada)
5. Ostvarite entuzijazam (pozitivne emocije)
6. Ostavite utisak potpune iskrenosti
7. Zatvorite – direktno zatražite da kupe



Anthony Robbins

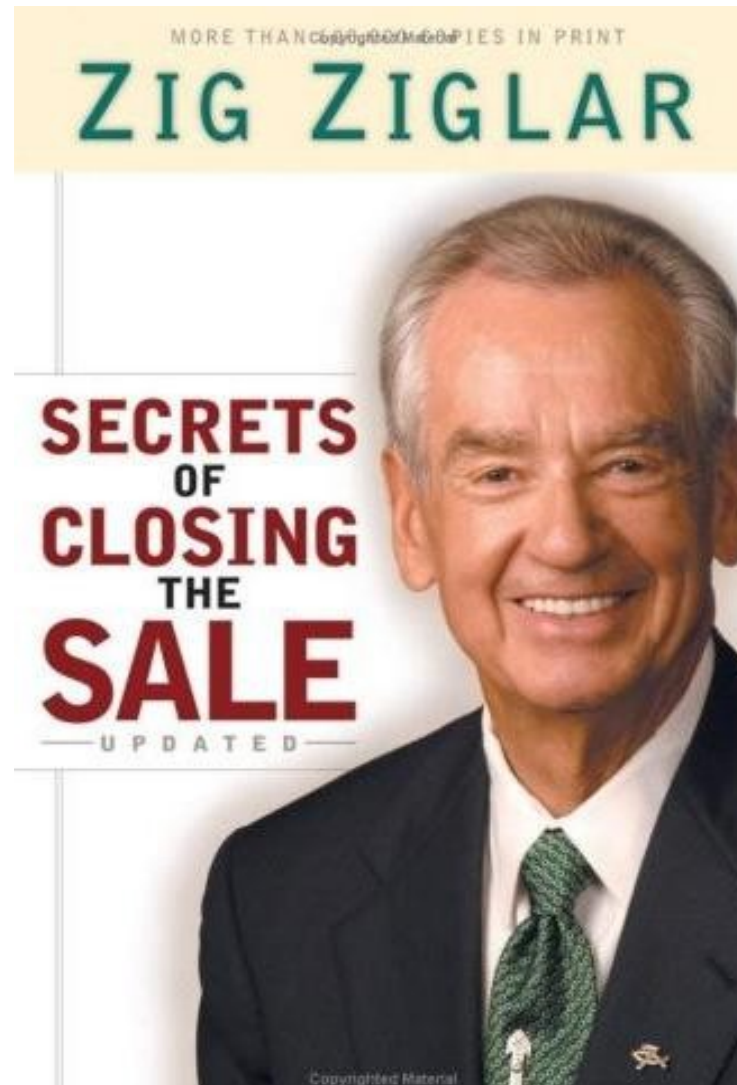
Koje su faze uspešne prodaje?

Zig Ziglar

1. Razvijte osobine dobrog prodavca
1. Razvijte veštine procene kupaca
1. Razvijte planiranu prodajnu prezentaciju
1. Razvijte tehnike zatvaranja prodaje

Zig Ziglar

“Možete imati sve što poželite
ako pomognete drugim ljudima
da ostvare svoje želje.”



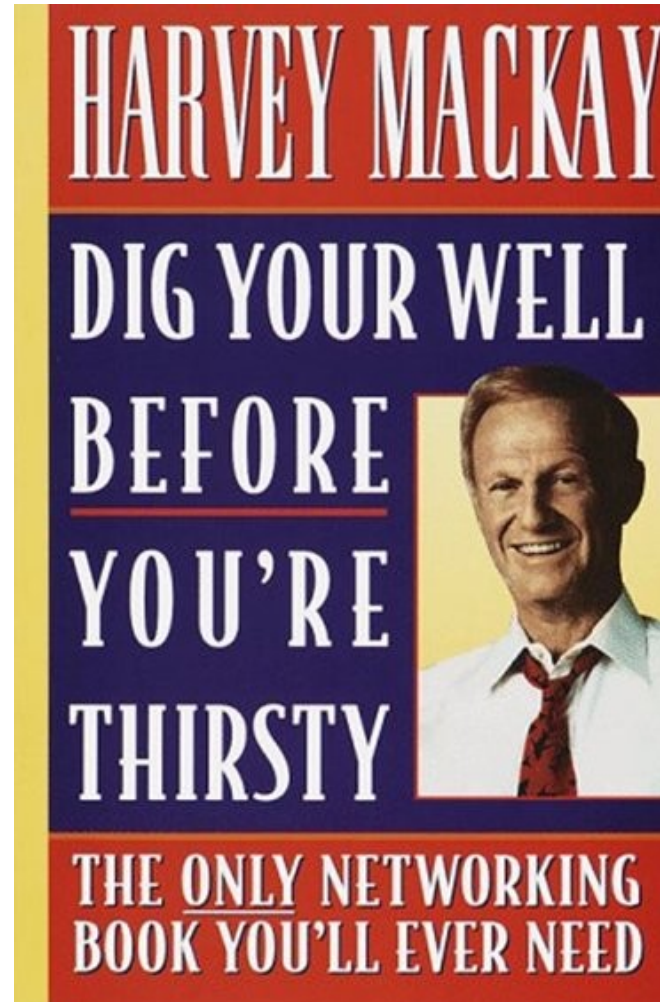
Koje su faze uspešne prodaje?

AIDA – Attention – Interest – Desire - Action

- 1. Privucite pažnju** – snažnom izjavom
- 1. Pobudite interesovanje** – funkcionalnostima
- 1. Stvorite želju** – pokažite koje su prednosti
- 1. Pozovite na akciju** - zatvaranje

Harvijevih 66

Informacija koje treba
zabeležiti o vašim kupcima



Harvey Mackay

LINKgroup



???

Vežba kreiranja vašeg sistema prodaje na malo?

Iz kojih se prodajnih koraka sastoji vaš sistem maloprodaje?

“Sistem će raditi za vas čak i kada se ni vi sami ne osećate da radite za sebe.”

— *Ron Martin*

LINKgroup

???



Koje su faze vašeg prodajnog sistema?

Recite koji su koraci u vašem prodajnom procesu prodaje na malo?

“Sistem će raditi za vas čak i kada se ni vi sami ne osećate da radite za sebe.”

-- *Ron Martin*

LINKgroup

Proces od 12 koraka prodaje na malo

1. Pozdravi
2. Pozicioniraj se
3. Usagласi se
4. Informiši o radnji
5. Otkrij želje kupca
6. Prezentiraj
7. Prevaziđi
8. Ugovori
9. Zatvori
10. Dodaj i povećaj
11. Potvrdi prodaju
12. Da preporuči



VEŽBA

Kako otkrivате šta vaši kupci žele?

Recite šta pitate kupca da saznate njihove želje i potrebe?

“Najdublji princip ljudske prirode je težnja za poštovanjem!

-- William James

LINKgroup

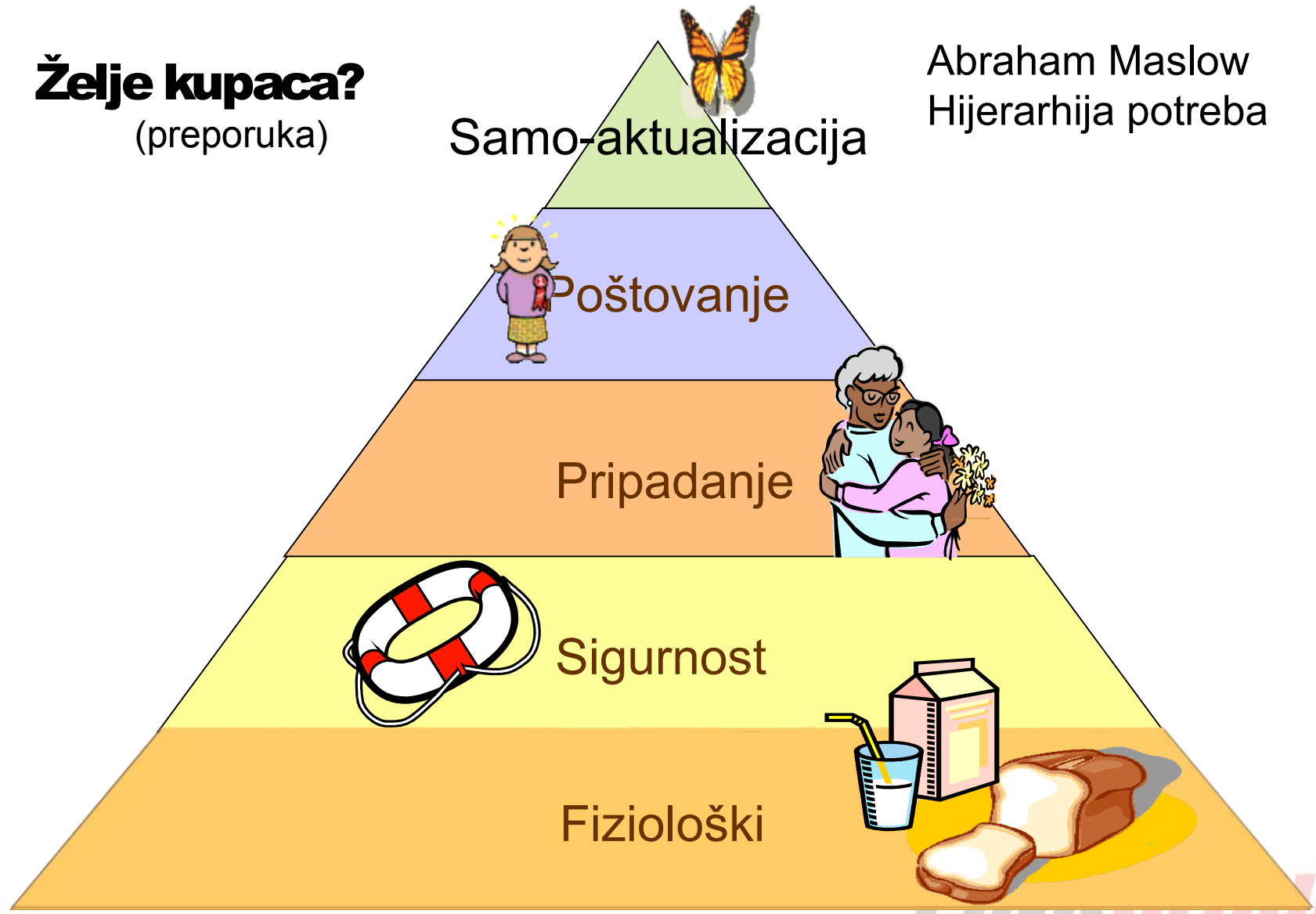
VEŽBA - Kako otkrivajte šta kupci žele?

Recite nam kad se osećate dobro i pozitivno?

Šta vas, lično, stimuliše da se osećate dobro?

Želje kupaca?
(preporuka)

Abraham Maslow
Hijerarhija potreba



Šta vrhunski prodavac najbolje radi?

1. Postavlja pitanja

1. Aktivno sluša kupca

Da li je to lako postići u prodaji?

LINKgroup



1 VEŽBA

Zašto je važno aktivno slušanje?

Da li slušanje znači i aktivno učešće sagovornika?

“Naj moćnija metoda uticanja na ljude je postavljanje pitanja i aktivno slušanje!”

-- Anthony Robbins

LINKgroup

1 VEŽBA – Kako aktivno slušati?

Nastavite gde je vaš kupac stao?

Zamislite da ujutru dolazite na posao. Šta sve radite?

Na dati znak u trenutku prekidate i vaš kolega nastavlja priču

**Slušajte pažljivo kupca a ne sebe
jer ne bi mogli da nastavite priču**



2 VEŽBA

Zašto se postavljaju pitanja?

Zašto je bolje postavljati pitanja nego pričati?

*"Možete reći da li je čovek pametan po njegovim odgovorima,
a da li je mudar po njegovim pitanjima!"*

-- Naguib Mahfouz

LINKgroup



???

Da li imate strah od postavljanja pitanja?

Recite zašto ljudi više pričaju nego što slušaju!

“Onaj ko postavlja pitanja kontroliše konverzaciju!”

-- Brian Tracy

LINKgroup

Otkud strah od postavljanja pitanja?

- Nemam dovoljno vremena za pitanja
- Izgubiću kontrolu
- Kupac će prigovarati
- Ne želim da rizikujem uvredu
- Pitanja će pokrenuti nezgodna pitanja
- Imam iskustva i znam da bi pitao
- Moj posao je da imam odgovor

2 VEŽBA – Kako postavljati pitanja?

**Ako vi to kažete kupci u to sumnjaju
Ako oni to kažu onda je to za njih istina**

Podelite se u grupe od po 2 učesnika i odaberite temu

Prvi postavlja pitanje, a drugi odgovara samo pitanjem

Nastavljate da na svako pitanje odgovarate pitanjem



Kako se utiče na emocije sagovornika?



Ocenite sebe ocenama od 1 do 10

1. Da li sam pozdravio kupca? []
1. Da li sam se pravilno pozicionirao? []
2. Da li sam se usaglasio sa kupcem? []
1. Da li sam kupca informisao o radnji? []
1. Da li sam otkrio želju ili bol kupca? []
1. Da li sam kupcu dobro prezentirao proizvod? []
2. Da li sam uspešno prevazišao sve primedbe? []
1. Da li i kupac i ja podrazumevamo iste stvari? []
- Da li sam direktno pozvao kupca da kupi? []
- Da li sam ponudio dodatne proizvode? []
- Da li sam potvrdio prodaju? []
- Da li sam započeo dugotrajni odnos? []