

Ako im se dopadate,
i ako vam veruju,
i ako imaju pouzdanja
u vas, i ako se mogu
osloniti na vas...
onda će **MOŽDA**
kupiti od vas.

- Džefri Gitomer



Ljudi ne vole da im
se prodaje...



... ali vole da kupuju!



“Zašto kupuju”

Odgovor na to pitanje je potreban svakom prodavcu.

“Zašto ljudi kupuju?” je hiljadu puta važnije pitanje nego “Kako ću prodati?” Čekajte, dozvolite da to ispravim... To je milion puta važnije nego “Kako ću prodati?” Ne, dozvolite da se ispravim... To je milijardu puta važnije nego “Kako ću prodati?” Da li razumete šta želim da kažem?

Nedavno sam proveo tri dana u našem studiju ispitujući mušterije naših mušterija “zašto kupuju.” Odgovori su bili kombinacija zdravog razuma, neočekivanih informacija, propuštenih problema i neverovatne mogućnosti.

Oduvek me fascinira to što kompanije troše hiljade sati i milione dolara na obučavanje ljudi “kako da prodaju”, a da ne posvete ni minut, niti deset dolara, na “zašto ljudi kupuju”. A “zašto ljudi kupuju” je najbitnija stvar.

Možda mislite da znate zašto kupuju, ali verovatno nemate pojma o tome. Dokaz? Podeliću s vama nekoliko znakova upozorenja koji pokazuju da možda nemate pojma zašto kupuju.

- 1. Žale se na cenu.**
- 2. Traže da im pošaljete ponudu.**
- 3. Tvrde da su zadovoljni postojećim dobavljačem.**
- 4. Niko vam ne uzvraća pozive.**
- 4,5 Žalite se na usporenu ekonomiju.**



Ako vam ovo zvuči poznato, možda ste član velikog kluba. Predstaviću vam kolekciju elemenata koji objašnjavaju zašto mušterije kupuju. Elementi nisu složeni po nekom određenom redosledu, ali sve su to valjani razlozi koje sam dobio pravo iz usta mušterija iz svih mogućih vrsta delatnosti.

1. Dopada mi se moj dobavljač.

DOBRO ZAPAMTITE: Dopadanje je najsnažniji element u prodajnom odnosu. Pre neki dan sam čuo izjavu čoveka koji za sebe tvrdi da je stručnjak za prodaju. Rekao je: “Ne morate se dopasti svojim mušterijama, ali one moraju da vam veruju.” Koji idiot! Možete li da zamislite direktora kompanije koji pri donošenju odluke o kupovini kaže: “Verujem tom tipu, ali on mi se stvarno ne dopada.” Dopadanje vodi do poverenja. Poverenje vodi do kupovine. Kupovina vodi do dobrog odnosa. To nije ciklus života, to je ciklus života prodaje.

2. Razumem šta kupujem.

3. Vidim šta osobu i kompaniju od kojih kupujem čini drugačijima od drugih.

4. Vidim vrednost proizvoda koji kupujem.

5. Verujem svom dobavljaču.

6. Imam puzdanja u svog dobavljača.

7. Mogao bih se zakleti u svog dobavljača.

8. Osećam se prijatno uz svog dobavljača.

9. Osećam da njegovi/njeni proizvodi zadovoljavaju moje potrebe.

10. Cena mi izgleda povoljna, ali ne obavezno i najniža.

11. Vidim da će ovaj proizvod ili usluga povećati moju produktivnost.



12. Vidim da će ovaj proizvod ili usluga povećati moj profit.

12,5 Vidim da moj dobavljač želi da mi pomogne u poboljšanju mog posla kako bi poboljšao svoj. Moj dobavljač je za mene vredan resurs.

Dakle, eto nekoliko razloga da se malo zamislite. Ako pronađete svoj razlog, prodavaćete kao od šale. Krenite, učinite to. Odmah!

“Džefri”, zacvilili ste, “reci nam – kako!”

Dobro, evo šta treba da učinite:

- 1. Nazovite šest** svojih najboljih mušterija.
- 2. Pozovite ih** na seminar o poboljšanju NJIHOVOG poslovanja.
- 3. Ponudite im FANTASTIČNU** hranu.
- 4. Recite im** da ćete ih 15-20 minuta ispitivati o tome kako biste mogli poboljšati međusobni odnos.
- 5. Smislite šest pitanja** o tome kakve su njihove potrebe i šta žele od svog dobavljača/partnera.
- 6. SNIMITE celu stvar.** Najbolje kamerom, ali i zvučni zapis će biti dovoljan. Zatim odslušajte snimak 100 puta.

Dao sam vam nekoliko odgovora na pitanje zašto mušterije kupuju. Međutim, važnije pitanje je: zašto VAŠE mušterije kupuju? Mislite da znate? Želite li hladan šamar? NIKAD IH TO NISTE PITALI!

Zapanjuje me što se na tako očiglednu stvar tako često zaboravlja.



Besplatan Crveni savet: Želite li spisak pitanja koja možete da postavite? Sastavio sam listu od nekoliko pitanja kojima možete započeti. Otidnite na sajt www.gitomer.com, registrujte se ako ste nov korisnik i kliknite na polje u kome piše *WHY THEY BUY*.

Prodaja je teranje na
povraćanje.

Vaša mušterija želi da kupi.

Imate vruć popis dobrih
mogućnosti ?

Dobrih - za koga?

Koliko je među njima
dobrih za vas? Kladim se da
je taj spisak (znatno) kraći.

