

KROJAČEVA ŠKOLA



**MTC**

MANAGEMENT  
TRAINING  
CENTER

# PRODAJA

ZAŠTO PRODAJA?

ŠTA JE PRODAJA?

# Prodaja

širi ugao

STRATEGIJA KOMPANIJE

profit

aktivno povećanje profita

uvećanje kapitala, vlasnika  
kapitala

povećanje prodaje u broju  
ili količini

prodaja po većim cenama

širenje i prodaja palete  
proizvoda

nove prodajne niše

novi kanali prodaje

# Prodaja

uži ugao / elementi prodaje

|                            |                      |                     |                       |                     |
|----------------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| poverenje                  | analiza              | kommunikacija       | prezentacija          | pregovaranje        |
| greške u prodaji           | poslovno okruženje   | konflikti           | promene               | lični razvoj        |
| ciljevi                    | planiranje           | kanali prodaje      | tehnike prodaje       | zaključenje prodaje |
| katogorije klijenata       | održavanje klijenata | strateški klijenti  | cenovna politika      | marketing 1 : 1     |
| proizvod / servis / usluga | novi proizvod        | prodajni menadžment | prodajna organizacija | prodajni tim        |
| upravljanje timom          | kadriranje           | targetiranje        | kohezija tima         | usavršavanje        |
| bonusna politika           | greške               | motivacija          | kontrola              | evaluacija          |

# Prodaja

šta je prodaja?

Prodaja predstavlja skup međusobno povezanih aktivnosti koje kompanija preduzima u cilju plasmana svojih ili tuđih proizvoda/usluga.

~~ubeđenja~~

želja da se  
dokažemo  
(prodamo)

želja da se  
pokažemo

vera u proizvod,  
vera u sebe

Sposobnost prenošenja **uverenja** u vezi sa onim šta nas **ispunjava**, šta nam **znači**, u šta **verujemo**.

Sposobnost da više **ispoljimo empatiju** nego agresivnosti, da više **slušamo** nego što pričamo, sposobnost da **prepoznamo problem**, sposobnost da **rešimo problem**...



# Prodaja

šta je prodaja?

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

*Harvey Mackay*



# Prodaja



oglas u printu, digitalu, bilbordima  
**OGLAŠAVANJE**



promoteri predstavljaju mogućnosti  
**PROMOCIJA**



mediji predstavljaju telefon  
**PUBLICITET**



korisnici šire priču o telefonu  
**PR**



predstavljanje prednosti, osećanja i koristi koja će  
korisnici imati  
**PRODAJA**

OSMIŠLJAVANJE, PLANIRANJE, POKRETANJE, REALIZACIJA,  
KONTROLA...

## MARKETING

# PRODAJA

ROBLEM



# PRODAJA

## SHVATANJE PROBLEMA

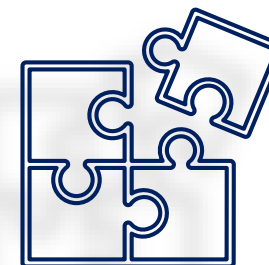
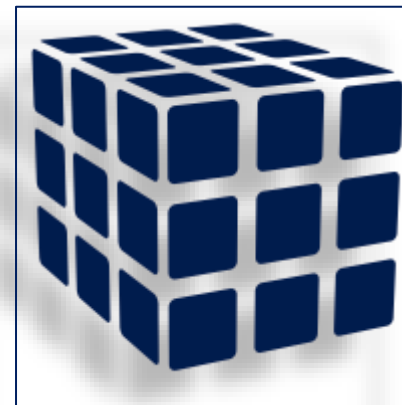
**PROBLEM** – dubina, širina, visina

**NE POSTIJE DVA ISTA PROBLEMA**

- na šta sve utiče?
- ko je u delokrugu problema?
- ko će da učestvuje u njegovom rešavanju?
- vremenski rokovi rešavanja problema?

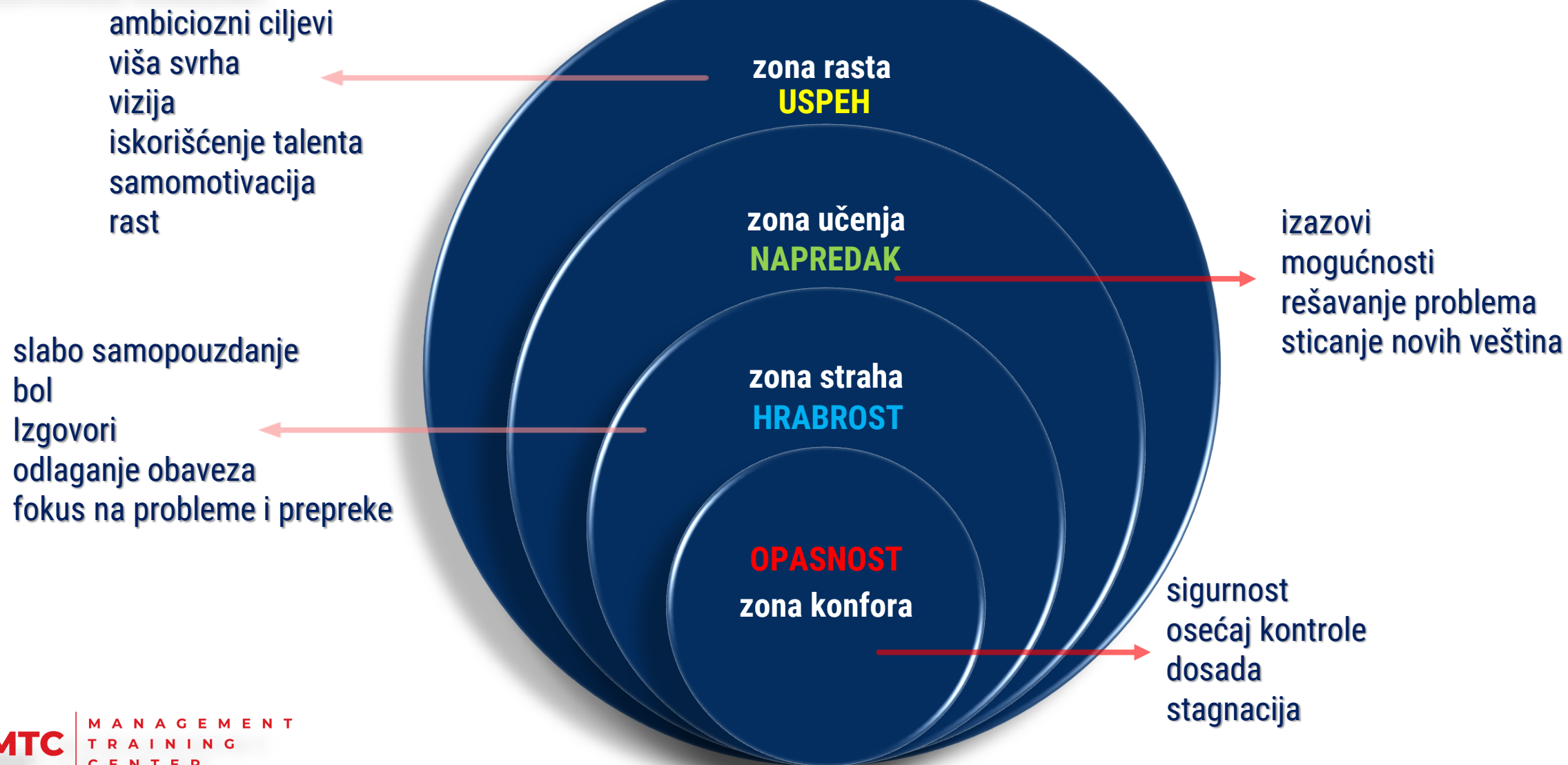
**PROBLEM** – rešavanje kao sastavljanje puzle

- kreće se od logično lakih delova (ivice)
- prave se manje celine (odvajanje puzli po bojama)
- stalna vizualizacija rešenja (gledanje u sliku koja se sklapa



# PRODAJA

## REŠAVANJE ROBLEMA



# Prodaja

u 21. veku?

- 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 ...
- odluku o kupovini često donosi više ljudi ...
- sama prodaja je skuplja za prodavca, manji profit ...
- održavanje odnosa sa kupcima je kompleksnije ...

**fokus je na dugoročnoj relaciji, ne na prodaji**

## SISTEM PRODAJE

problem rizika – strah od greške – šta je rešenje?

# Prodaja

ko su prodavci?

**Finansijski stručnjak** treba da ubedi kolege u vrednost određenih investicija ili razloga za kontrolu troškova.

**Inženjer** ili **programer** treba da motiviše direktora da počne sa proizvodnjom novog modela uređaja, odnosno programa, na osnovu predložene šeme.

**Menadžer** treba da dobije podršku kolega u vezi sa primenom novog načina organizacije.

**Marketing stručnjak** treba da uveri kolege zašto kampanja treba da se vodi oglasom koji možda nije lep na oko ali je profitabilan.

Ne postoji zanimanje ili profesija na svetu koja nije prodajno usmerena... Samo je pitanje šta se prodaje i da li se plaća novcem, protiv uslugom, zadovoljstvom korisnika koje prati i zadovoljstvo prodavca...

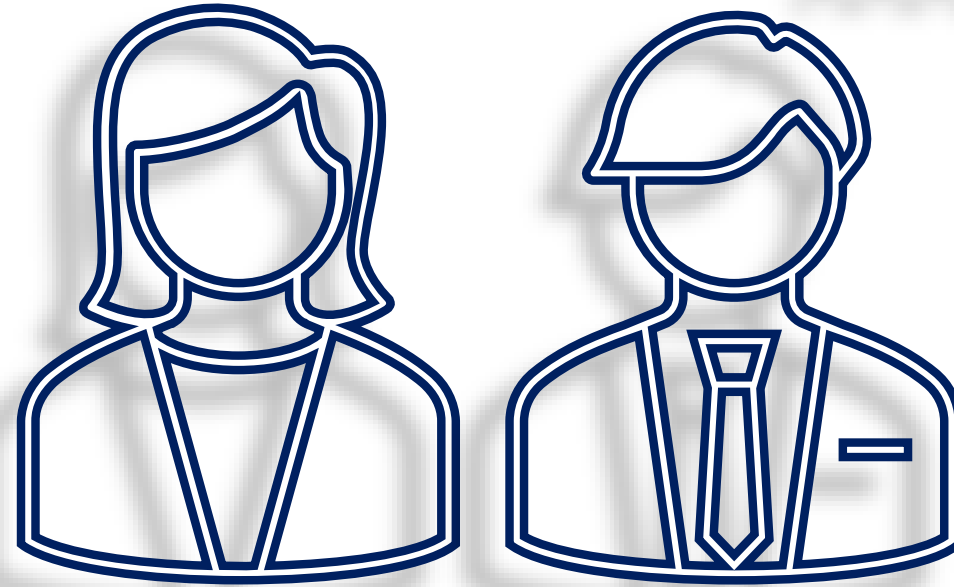
# Prodaja

da li se prodavci rađaju?

Da li se prodavci rađaju ili **postaju** ?

Da li postoji „**standardna**“ prodaja?

Da li prodavac sme sebi da dozvoli da se ne usavršava?



- Da li znate nekog fudbalera koji **ne trenira**?
- Da li znate nekog doktora koji posle studija **nije** išao na specijalizacije?
- Da li znate nekog advokata koji posle studija **nije** išao ni na jedan kongres?

# Prodaja

najbitnija pozicija ?



Da li znate koja je najbitnija pozicija u svakoj privrednoj organizaciji?

**PRODAVAC !!**

Samo prodavac pravi dodatnu vrednost ...

Prodavac zarađuje za vlasnike, za magacionere, za vozače, za pravnu službu, za HR, za finansije...

Osim šturih kurseva i seminara da li ste čuli da postoji škola za prodaju?

# Prodaja

kakav prodavac treba da bude?

**savestan:** savršeno upoznat sa poslom koji obavlja

**usklađen:** trezven prilikom razgovora

**visokih ljudskih vrednosti:** međjuljudsko ponašanje

**stručno obučen:** suštinska poslovna znanja

**samosvestan:** sposoban za samostalne procene

**spreman na saradnju:** entuzijasta, voljan za rad

**elegantan:** vodi računa o svom izgledu

**tačan:** precizan tokom procesa prodaje

**komunikativan:** lako opušta sagovornika

**radan:** primeren dobrom imidžu kompanije

**samopouzdan:** samopouzdanje i samopoštovanje

**samoinicijativan:** sam započinje i završava posao

**obrazovan:** savršeno poznavanje prodajnih procesa

**željan znanja:** neprestano usavršavanje

**pozitivnog stava:** stimuliše kolege i partnere za posao

**pouzdan:** kvantitet i kvalitet posla urađenog na vreme

ZA PRODAJU NIJE DOVOLJNA VEŠTINA I INTUICIJA – PRODAJA JE  
**PREFINJENI SPOJ PSIHOLOGIJE, UMETNOSTI I ZNANJA**

# Prodaja

ko su kupci?

**GLASAČI** koji svaki dan izlaze na izbore... i to na više izbora... svakodnevno.

**KRVOTOK** svake organizacije jer omogućavaju da kompanija funkcioniše, opstane i razvija se.

**KUPAC** je kao devojka / momak koga želite da osvojite!

- humorom
- harizmom
- morate da budete zanimljivi, elokventni...

Koliko god je teško osvojiti željenu osobu, još teže je zadržati pored sebe... isto kao i **KUPCE**

**KUPCE** svaki put moramo iznova iznenaditi / **oduševiti**:

- zadovoljstvo ostaje u ljudima a oduševljenje se prenosi u proseku na petoro drugih ljudi
- nezadovoljstvo se prenosi u proseku na desetero drugih ljudi

# Prodaja

ko su kupci?

Prilikom procesa kupovine, svaki kupac sebi postavlja ova pitanja:

1. Da li **želim** da razgovaram sa ovim prodavcem?
2. Da li ću prodavca **slušati u dobroj nameri**?
3. Da li mi **treba** ovo šta mi prodavac nudi?
4. U koliko kupim ovo što mi prodavac nudi, da li je to ono šta **JA želim**?
5. Da li je ovo šta mi se nudi **najbolja opcija**?
6. Da li moram **sad** da kupim ovo što mi se nudi?

Pripremite odgovore na ova pitanja !



**Prodaja**  
ko su kupci?



**KUPAC JE BOG ??**

ne zaboravi !!

**PRODAVAC JE MALO BOŽANSTVO !!**



**Prodaja**  
ko su kupci?



**AKO JE KUPAC / KORISNIK SREĆAN**  
**KOMPANIJA JE SREĆNA**



# Prodaja

ko su kupci?

**ŽENE su odgovorne za 85% ukupnih kupovina !!**

**91% žena oseća da ih oglašivači ne razumeju !!**

**I ako kupujete proizvode za muškarce, ogromna je verovatnoća da će ih za muškarce kupiti žene!!**

% u kome žene donose odluku o kupovini:

automobili – 65%

kompjuteri – 66%

medicinske usluge – 80%

bankarske usluge – 89%

stanovi / kuće – 91%

hrana – 93%

lekovi bez recepta – 93%

# Prodaja

kako prodaja nastaje?

- **od želje ili potrebe** – inicirane od strane **KUPCA**
- iz želje, iz emocija („potrebe“ za nekim proizvodom / servisom / uslugom)
- iz potrebe da se reši problem...
  
- **od želje ili potrebe** – inicirane od strane **PRODAVACA**

Kako stvoriti želju ili potrebu za proizvodom / servisom / uslugom?

- **izazvati interesovanje**
- **ukazati na potrebu**



# Prodaja

šta kupac kupuje?

## VERU i NADU

Nije slučajno što su to ženska imena... prodaja je više **ženska** nego muška igra

Ali ima više muških prodavaca nego ženskih !

Ali... **Prodaja je ženska igra**... Zašto??



# Prodaja

je ženska igra...

ko **UPRAVLJA** sa više stvari istovremeno?

ko poklanja više pažnje svome izgledu **IZGLEDU**?  
– žene znaju kako da izgledaju dobro!

ko poklanja više pažnje **DETALJIMA**?  
– žene vode računa o sitnicama!

žene subolji **KOMUNIKATORI**!  
ko **POSTAVLJA VIŠE PITANJA**?  
ko **PAŽLJIVIJE SLUŠA**?

ko je više zainteresovan za **HARMONIJU**?

ko pravi tačniju **LISTU OBAVEZA**?



**CILJ PRODAJE NIJE DA SE PRAVI NOVAC**

**CILJ PRODAJE JE VRHUNSKO ZADOVOLJAVANJE POTREBA  
KLIJENATA**

**KAO REZULTAT TOGA DOLAZI NOVAC**



# PITANJA?

**NARUČI** knjigu „Akademija Prodaje“ sa 20 modula, detaljnim opisom programa i mnogo primera:

mail na: [office@mtc.edu.rs](mailto:office@mtc.edu.rs)

