

KROJAČEVA ŠKOLA



MTC

MANAGEMENT
TRAINING
CENTER

PRODAJA

TEHNIKE PRODAJE

Za prodaju nisu dovoljni veština i intuicija, prodaja je sofisticirana aktivnost između umetnosti, nauke i upornosti.

**Svaki dan mi prodajemo svoje ideje, životne planove, vreme, entuzijazam.
Kupci su ljudi koje srećemo.**

Charles Schwab

Tehnike prodaje

prodavac profesionalac

U prodaji **ne postoji talenat** već neprestano učenje, planiranje, rad na prikupljanju informacija, rad na terenu, analiza rada / podataka, ponovno učenje, planiranje...

Prodavci profesionalci, zaslužuju najviše standarde života za njih i njihove porodice.

Da bi ih ostvarili i uživali u radu, moraju da **podignu letvicu** sopstvenih radnih standarda.

Podići će je tako što će se neprestano **usavršavati**.

Usavršavaće se tako što će se **pripremati** za svaku prodaju i svaku prodaju **analizirati**.

Svaku analizu prihvatiti i izvući **pouku** iz nje.

Sve pouke će **primenjivati** u narednim prodajnim aktivnostima.

Ne postoje **dva ista kupca**, ne postoje dva ista motiva kupovine, svaka prodaja je **drugačija**, ne postoje iste prodaje, **ne postoji šablon**.

Tehnike prodaje

karakteristike prodavca profesionalca

Osnovna **karakteristika prodavca** je kompletnost i volumen delovanja

Termin "**volumen delovanja**" predstavlja 5 važnih elemenata:

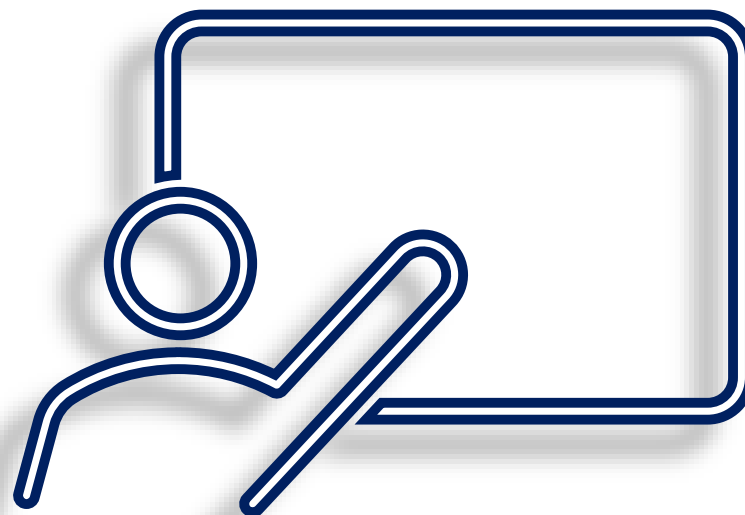
Eksplicitno znanje (**ŠTA** ja to znam?)

Veština (**KAKO** ću to što znam saopštiti?)

Iskustvo (**KOLIKO** ću reći?)

Vrednost (**ZAŠTO** ću reći?)

Mreža klijenata (**KOME** ću reći?)



Tehnike prodaje

faze prodavca profesionalca

Prodavac iza sebe ostavlja 4 faze koje je u procesu učenja prošao:

- **Ne znam da ne znam !!**
- **Znam da ne znam !!**
- **Znam da znam !!**
- **Ne znam da znam !!**



Tehnike prodaje

profesionalac VS trgovac

Da li je prodavac iskreno zainteresovan da pomogne kupcu ili je samo zainteresovan za svoj bonus - **to kupci osete.**

Kao i u svakoj drugoj profesiji, profesionalci trpe negativne posledice zbog onih koji se ne ponašaju profesionalno - **TRGOVACA**

Trgovci pogrešno veruju da je cilj prodaje da se kupac **natera** da kupi nešto što mu **ne treba** ili što ne želi, po ceni koju **ne može** da priušti.



Tehnike prodaje

prodaja je jednostavan proces?

1. Treba otkriti šta kupac hoće?
2. Kazati mu da mi to imamo!
3. Reći mu kako i za koliko to može da bude njegovo!

JEDNOSTAVNO 😊



Tehnike prodaje

prodajni proces

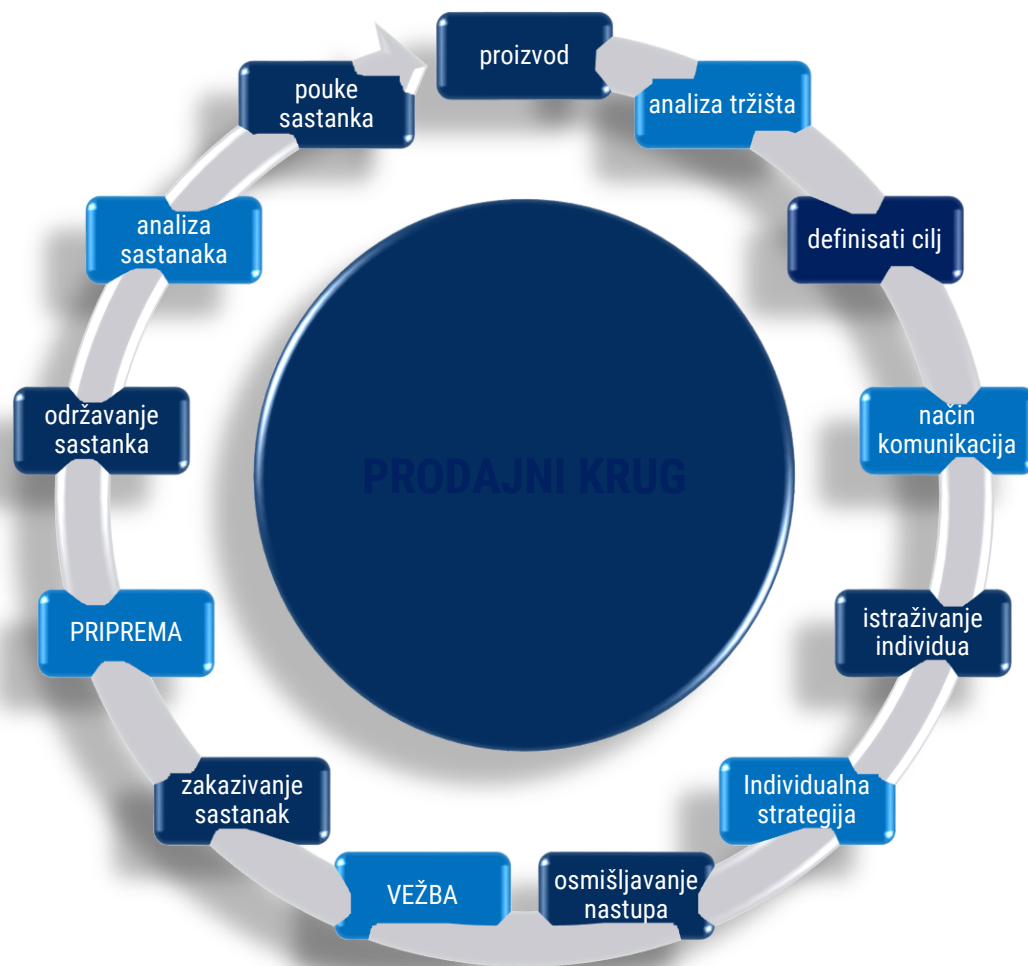
PRIPREMA

PRODAJA

ANALIZA

Tehnike prodaje

prodajni krug



1. PROIZVOD / SERVIS / USLUGA
2. TRŽIŠTE
3. PRECIZNO DEFINISAN CILJ
4. KANALI KOMUNIKACIJE
5. DETALJI O KUPCU / KLIJENTU
6. OPŠTA / INDIVIDUALNA STRATEGIJA
7. PRIPREMITI NASTUP
8. UVEŽBATI NASTUP
9. ZAKAZATI SASTANAK
10. PRIPREMITI SASTANAK
11. ODRŽATI SASTANAK
12. ANALIZA SASTANKA
13. ISKUSTVO I ANALIZU PRIPREMITI ZA SLEDEĆEG POTENCIJALNOG KUPCA / KLIJENTA

Tehnika prodaje PAWNFAB



(Problem) **PROBLEM**

Kupci ne kupuju proizvode, usluge ili ideje, oni kupuju **rešenje** svojih problema.

(Accordance) **SAGLASNOST**

Ako kupac „da“ saglasnost o problem, prodavac nastavlja sa pitanjima i aktivnostima

(Want) **ŽELJA**

Nakon saglasnosti da problem postoji, uvek postoji **potreba da se problem reši**.

(Name) **IME**

Ovo je trenutak kada se **iznosi osnovni koncept rešenja problema** sa imenom rešenje

(Features) **KARAKTERISTIKE**

Karakteristike **ne prodaju** proizvod

(Advantages) **PREDNOSTI**

Prednosti su **bolje karakteristike** u odnosu na konkurenciju

(Benefits) **KORISTI**

KORISTI koje kupac dobija od proizvoda, usluge ili servisa, **donose prodaju**.

DOBITAK / SPREČAVANJE GUBITAKA

Tehnika prodaje

AIDA



(Attention) **PAŽNJA**

Pored racionalnih elemenata, prodaja je i emotivni proces uspostavljanja odnosa, međusobnog poverenja, razumevanja i obostranog zadovoljstva

(Interest) **INTERES**

Ako je kupcu potrebno ono šta nudite, ova faza može veoma kratko da traje

(Desire) **ŽELJA**

Veoma bitno je tokom razgovora koristiti reči koje kupac razume i koje pojačavaju njegovu želju za kupovinom.

Često prodavci govore veoma brzo, nejasno, koriste tehničke termine, uvereni da ih kupac razume... posledica ovoga je neuspešna prodaja

(Action) **AKCIJA**

Prirodni završetak procesa prodaje, kada kupac (nadamo se) prihvata ponudu

Tehnika prodaje NFAR



(Needs) **POTREBE**

U uvodnoj komunikaciji, utvrđuje se potreba kupca za proizvodom, servisom, uslugom. Ako kupac nije svestan svojih potreba, treba ukazati na:

- u kojim segmentima delatnosti može biti efikasniji
- na koji način ponuda može pomoći kupcu

(Features) **KARAKTERISTIKE**

Kupcu treba dodatno omogućiti da shvati kako nabrojane karakteristike mogu doprineti rešenju problema

(Advantages) **PREDNOSTI**

Navesti prednosti nad proizvodima koje je do tada koristio

(Reaction) **REAKCIJA**

Još jednom proveriti da li je prodaja uspešno završena ili se treba još jednom proći kroz neke faze razgovora

Taktike prodaje

COUNTER PRICE



Taktike prodaje

3 koraka

Setup - POSTAVKA

postavka karaktera

Confrontation - KONFRONTACIJA

predstavljanje izazova

Resolution - REZOLUCIJA

rešenje problema

Taktike prodaje

3 koraka

Iskoristi **tri** reči za postavku slogana, izazova i rešenja



*Let's
Go
Places*



Taktike prodaje

3 koraka

PONUDA od **tri elementa** je najuverljivija

Ljudski mozak **procesira po šablonu**. Tri je najmanji broj elemenata koji pravi šablon.

Sa ovakvom postavkom, PONUDA postaje **pamtljivija i prijemčivija**

Taktika prodaje

3 koraka – primer 1

postavi tri ponude od kojih je jedna najbolja

The screenshot shows the mCloud Hosting Services website. The header is pink with the mCloud logo and navigation links: Home, Servisi, O nama, Blog, Partneri, Portal, and a search icon. Below the header are three hosting plans, each with a teal circle containing the letter 'm'.

Plus mHosting 1	Plus mHosting 2	Plus mHosting 3
- Storage: SSD 10GB - Bandwidth: 200GB - Server: LiteSpeed & cPanel - Sajtovi i mailovi: Unlimited - Broj domena: Unlimited - Databases: Unlimited - Dedicated IP: ne - CPU Cores: 1 - Memory [RAM]: 1 GB	- Storage: SSD 20GB - Bandwidth: 500GB - Server: LiteSpeed & cPanel - Sajtovi i mailovi: Unlimited - Broj domena: Unlimited - Databases: Unlimited - Dedicated IP: ne - CPU Cores: 1 - Memory [RAM]: 2 GB	- Storage: SSD 50GB - Bandwidth: 800GB - Server: LiteSpeed & cPanel - Sajtovi i mailovi: Unlimited - Broj domena: Unlimited - Databases: Unlimited - Dedicated IP: ne - CPU Cores: 2 - Memory [RAM]: 4 GB
PORUČI 8.000 RSD/godišnje	PORUČI 15.000 RSD/godišnje	PORUČI 28.500 RSD godišnje

The screenshot shows the Mailchimp Recommendations section. The header is blue with the text "Mailchimp Recommends". Below the header are three pricing plans, each with a yellow button labeled "Buy Now".

Premium	Standard	Essentials
Scale fast with dedicated onboarding, unlimited contacts, and priority support; built for teams.	Sell even more with personalization, optimization tools, and enhanced automations.	Send the right content at the right time with testing and scheduling features.
Starts at \$350 \$175 /month for 12 months*	Starts at \$20 \$10 /month for 12 months*	Starts at \$13 \$6.50 /month for 12 months*
Buy Now	Buy Now	Buy Now
*See Offer Terms. Overages apply if contact or email send limit is exceeded. Learn more	*See Offer Terms. Overages apply if contact or email send limit is exceeded. Learn more	*See Offer Terms. Overages apply if contact or email send limit is exceeded. Learn more

Taktika prodaje

3 koraka – primer 2



~~2€~~ 3€



5€



6€

Taktika prodaje

3 koraka – primer 3



iPhone 14 – 799\$



iPhone 14 PRO – 999\$



iPhone 14 PRO MAX – 1.099\$

Taktika prodaje COOBRANDING

KROJAČEVA ŠKOLA



Novak Đoković
12 miliona pratilaca



Baka Prase
2,3 miliona pratilaca



Sandra Afrika
1,6 miliona pratilaca



Tamara Kalinić
2+ miliona pratilaca



Diana Morić (fitness)
1 miliona pratilaca



Teodora Džehvarović
1,3 miliona pratilaca



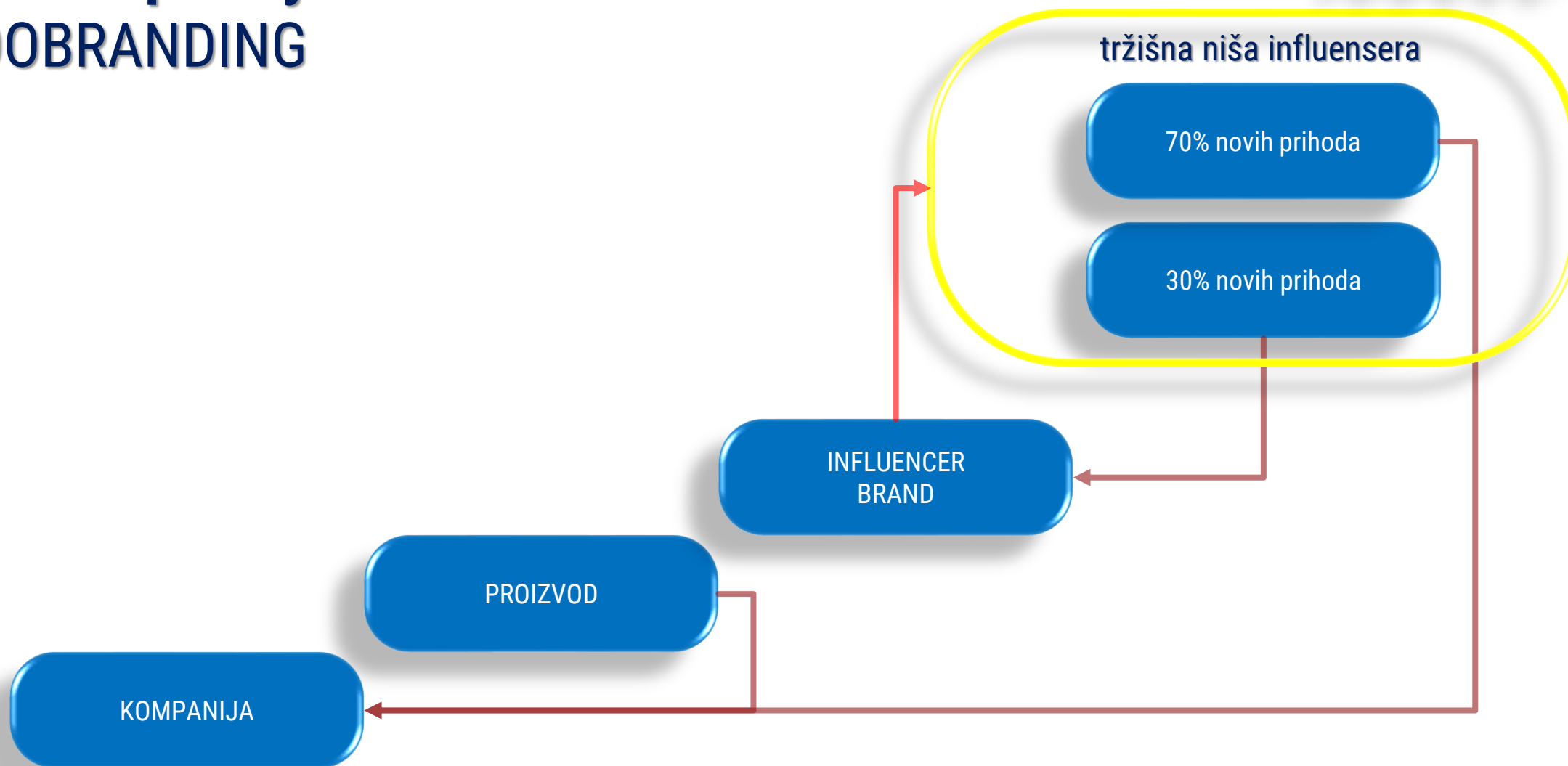
Stefan Janković Janko
860K pratilaca



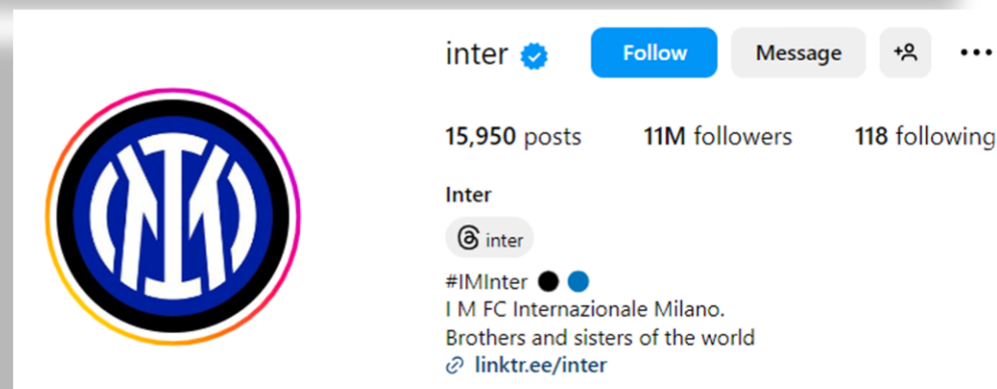
Diana Morić (fitness)
860K pratilaca

Decembar 2023.

Tehnika prodaje COOBRANDING

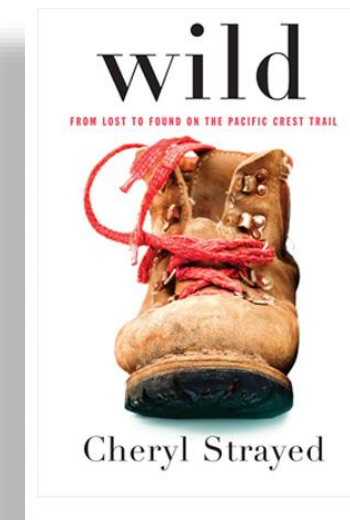


Tehnika prodaje COOBRANDING



Tehnika prodaje

Case Study – Reese Witherspoon Book CLUB



Tehnika prodaje narativ

nikad ne kaži „**najskuplje**“ već „**gornja granica**“

nikad ne kaži „**da li znate šta nam je na sniženju?**“ već „**da li ste čuli za našu promociju?**“

nikad ne kaži „**hajde da potpišemo ugovor**“ već „**hajde da završimo papirologiju**“

nikad ne kaži „**najjeftinije**“ već „**najekonomičnije**“

“**da li mogu da dam jednu sugestiju?**”

“**da li imam vašu dozvolu da predložim nešto?**”

Šta Vam se najviše sviđa od svega šta ste čuli?

Slažem se.

Hajde da počnemo sa saradnjom!

Da li moj proizvod/servis/usluga može da reši vaš problem?

NE

DA Kako ili zašto?



PITANJA?

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

mail na: office@mtc.edu.rs

