

## Psihološki aspekti odbijanja u prodaji

Pozdrav još jednom! Sada, kad smo se ispričali o tome u kojim situacijama koristimo asertivnu prodaju, a u kojim ne, treba malo da porazgovaramo o nečemu, što mnogim prodavcima jako zagorčava život, a uopšte ne mora biti tako. A to je ODBIJANJE od strane kupca. I za početak ću ti ispričati jednu priču iz mog života.

Vidiš – kad sam 1995 počinjala zajedno sa suprugom da radim u prodaji, mi smo se bavili takozvanom ličnom prodajom, neki je zovu „prodaja od vrata do vrata“, odnosno na prezentacijama. Ta vrsta prodaje je devedesetih bila dosta popularna, interneta nije bilo, a reklamirati se na televiziji je bilo skupo, pa smo tako našu robu, koju smo prodavali, nosili po kućama i predstavljali potencijalnim kupcima. U našem slučaju je ta roba bila posebna vrsta veoma skupe vunene posteljine. Najjeftiniji komplet je koštao oko 800 maraka, a plata moje mame je tada bila oko 20 maraka. I možeš misliti, kako je bilo perspektivno prodavati takvu posteljinu. I na koliko odbijanja smo nailazili! Ali srećom po nas, mi smo tada imali jednog jako dobrog trenera, zvao se Ralf, bio je Namac, i on nas je naučio jednoj tehnici. Evo ovako izgleda: Nakon, recimo, 2 meseca rada smo shvatili da od 10 prezentacija koje održimo, mi prodamo na jednoj. A na 9 nas odbiju. I to je bio otprilike prosek. Dakle – jednostavno smo uzeli ukupan broj do tada održanih prezentacija, podelili ga sa brojem prodaja, i ustanovili smo, da je taj odnos 10 prema 1. A na toj jednoj prezentaciji smo prosečno prodavali posteljine u vrednosti od 1000 maraka. I onda nam je gore pomenuti Ralf izračunao: rekao je: deco, vi, dakle, na svakoj prezentaciji, koju održite, „prodajte“ 100 maraka. Računica je vrlo jednostavna. Ako na svakoj desetoj prodaš 1000 maraka, ispada da onda na svakoj prodaš 100 prosečno. Naravno, tu se prodaja ne dešava, ali je on rekao ovako: znam, da se ne dešava, ali da niste obavili ovih 9, ne bi došlo ni do ove desete, na kojoj ste prodali. Tako da se i ovih 9 nekako moraju računati. I mogu ti reći, da smo tada, nakon tog otkrića, posle svake, pa i neuspešne prezentacije, izlazili sa osmehom na licu, jer smo znali, da smo „prodali“ 100 maraka, iako u stvari to nije bilo tako. E, sad ti možeš reći: da, ali to je samoobmana. I ja ti mogu reći: da, možda i jeste, ali je meni ta samoobmana pomogla da održim visoku motivaciju, da otpim tih 9 odbijanja i da dođem do 10-te prezentacije, na kojoj smo prodali. I znaš šta je još važnije – što smo shvatili da, ako želimo da prodajemo više, samo treba da povećamo broj prezentacija. I onda smo vikendom radili po 2, a nekada i 3 prezentacije. I na tom uspehu postali najbolji prodavci i vrlo brzo i menadžeri prodaje, svako za svoj region. E, dobro, hajde sada da se vratimo na tvoj slučaj. I ti možeš da koristiš ovu tehniku i da u velikoj meri smanjiš negativan uticaj odbijanja u ovom najizazovnijem načinu prodaje. Potrebne su ti tri cifre: Ukupan broj sastanaka u određenom periodu (mesec, dva meseca ili pola godine), ukupan broj prodaja odnosno uspešnih sastanaka u tom istom periodu i ukupna prodaja u tom periodu. I matematika je ovakva: Ukupan broj sastanaka podeliš sa ukupnim brojem prodaja. Na primer – ako si imao odnosno imala 30 sastanaka i 5 se završilo prodajom, znači da

ti je svaki 6—ti sastanak uspešan. A na svaki uspešan sastanak imaš 5 odbijanja.

E, sad, recimo, da si za tih 30 sastanaka prodao odnosno prodala usluga ili proizvoda u vrednosti od 10.000 Eura. To znači da si na svakom sastanku, bilo da je uspešan ili ne, ostvario odnosno ostvarila prodaju od oko 333 Eura. I ako sada znaš tu cifru, svaki put kad te potencijalni klijent odbije, a ti zadovoljno izađeš i kažeš: Bravo care, ili carice, prodato je još 333 eura! Eto – to ti je posebna vrsta samoobmane, koju mi, prodavci koristimo, da se osećamo bolje. I dok god nosi rezultat – ne može biti tako loša.

E, želim samo da se dogovorimo još nešto – to, što sam ti dala tehniku za lakše prihvatanje odbijanja ne znači da sad treba da se opustiš i da ne usavršavaš svoje prodajne veštine! Ne, naprotiv! Te veštine uvek treba da unapređuješ, da si svaki dan sve bolji odnosno bolja u onome što radiš, ali u međuvremenu, dok ne dostigneš vrhunske prodajne rezultate, ova tehnika će ti pomoći da prođeš kroz taj težak period.

I na kraju ovog modula moram da ti kažem i da ova „samoobmana“ i nije baš u potpunosti lažna – jer – da nisi uradio odnosno uradila onih 5 sastanaka, sigurno ne bi bilo ni onog šestog, uspešnog.

Dakle – uzmi svoje cifre, preračunaj ih i raduj se svakom odbijanju. Jer – ako nema odbijanja, nema ni uspeha.