

Biblioteka "USPEH"

**84**



## ŠTA ĆETE IZGUBITI AKO NISTE VLASNIK OVE KNJIGE

**K**ada sledeći put budete od nekoga nešto želeli, da li ćete to i dobiti? Ili nećete dobiti ništa, zato što niste ovladali tehnikama koje su obrađene u ovoj knjizi?

„Ali – ja ništa ne prodajem.”

Ako tako mislite, onda nije nikakvo čudo što ne postižete ono što želite – što ne uspevate da ubedite više ljudi da prihvate vaše mišljenje. Zato ni vaš savet niko ne traži – zato ni vaš uticaj ne doseže dalje i ne prodire dublje.

U stvari, vi pokušavate da prodate mnoge ideje, uverenja i ciljeve, zar ne? Vi želite da članovi vaše porodice, vaši prijatelji, kolege i susedi, kao i ostali svet, češće prihvataju vaše stanovište, zar ne? Da li ste zadovoljni kako svoje ideje, uverenja i ciljeve izlažete? Da li biste voleli da svoje izlaganje poboljšate pomoću plemenitih, prijatnih i unosnih veština koje se primenjuju u prodaji?

Možda vam se ne dopada reč prodati. Da onda kažemo ubediti i odvracati – ili, još bolje, nagovoriti i odgovoriti. S vremena na vreme potrebno vam je da ljude i motivišete, obavestite, podstaknete i uverite. A želja vam je i da postignete svoje ciljeve kako biste od života dobili ono što želite.

Postoji nešto što vam je veoma važno – zar ne? Neka osoba, vaša porodica, vaša vera? Neki problem političke, socijalne ili ekološke prirode? Vi živite intenzivno; vi imate mnoštvo poslova, interesovanja, problema i mogućnosti – toliko, u stvari, da svoje vreme morate racionalno raspoređivati. Da li ste ikada razmišljali kakav promašaj predstavlja uludo trošenje vremena? Kad dan nema dovoljno sati da bismo postigli ono što možemo, zašto bismo posvećivali toliko vremena nekom promašaju koji se može sprečiti? Promašaji se mogu izbeći, samo ako znamo kako. Sprečavanje promašaja – bilo kog, u ličnom, poslovnom ili javnom životu – počinje onog trenutka kad shvatimo *zašto ne radimo ono što znamo da treba da uradimo*, a to je naslov poglavlja broj 5.

Ali ono što nas najviše pogađa nije promašaj – najveću štetu nam nanosi strah od promašaja. Promašaj je prošlost; strah od promašaja može da uništi našu budućnost. Zato je u ovoj knjizi toliki naglasak stavljen na metode koje nam pomažu da savladamo svoj strah od neuspeha, na metode koje će odagnati naš strah od odbijanja. Koristite ovu knjigu da biste naučili kako da manje gubite vreme na promašaj i strah. Kada to postignete, automatski ćete više uživati u životu.

Svaka tehnika u ovoj knjizi dokazala je svoju vrednost na vatrenoj liniji prodaje. Svaka od njih može da doprinese da vaš privatni život bude efikasniji i uzbudljiviji. One deluju kada radite, kada se zabavljate, kada se hvatate u koštac sa životom. Koristite ih da bi bilo više dobrih i manje loših stvari. Koristite ih u svojoj kući, koristite se njima i kad vam se poremete odnosi sa prijateljima.

Svaka uspešna osoba dobro prodaje sebe samu. Šta to znači? To znači da su uspešni ljudi uspešni zato što svoje ideje, uverenja i ciljeve prodaju bolje od neuspešnih. Ova knjiga ima za cilj da vam pokaže kako se to radi.

Pregledajte njen sadržaj koji ćete naći na nekoliko sledećih strana; proverite indeks pojmova na kraju knjige. Onda se odlučite. Da li možete sebi da dozvolite suočavanje sa sutrašnjicom bez svih tih pomagala koja vam ova knjiga pruža?

- **ako želite da se važim potrebama posveti više pažnje**
- **ako želite da više postignete u svom ličnom životu**
- **ako želite da nadete više zadovoljstva u ljudima**
- **ako želite da imate većeg uticaja na svoju zajednicu**
- **ako želite da više utičete na svoju porodicu**
- **ako želite da više ljudi ceni vaše ideale i uverenja**
- **ako želite da prodate više svojih proizvoda i usluga**
- **ako želite da zaradite više novca**

*Ponesite večeras ovu knjigu kući.*

TOM HOPKINS

**KAKO OVLADATI  
VĚŠTINOM  
PRODAJE**

Naslov originala

## **HOW TO MASTER THE ART OF SELLING**

**Tom Hopkins**

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording, or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law.

**Arrangement Notice:**

"This edition published by arrangement with Grand Central Publishing,  
New York, New York, USA. All rights reserved."

*Autorska prava za Srbiju*

© **Finesa**

*Izdavač*

**FINESA**, Srbija, Beograd, Kralja Milutina 46

Tel.+381112645122; +381646454856

***www.finesa.edu.rs***

*Za izdavača*

Branislav Maričić

*Prevodilac*

Marija Landa

*Urednik*

Lidija Maričić

*Lektura i korektura*

Lidija Maričić

*Tehničko uređenje*

Finesa

*Štampa*

Caligraph, Beograd

*Tiraž*

1000 primeraka

ISBN 978-86-82683-01-8

# SADRŽAJ

UVOD, J. Daglas Edvards (J. D. Edwards)

<b>1. ŠTA JE, U STVARI, PROFESIJA PRODAVCA.....</b>	<b>19</b>
Mit o rođenom čudu od prodavca.....	22
Pet osnovnih principa koji će vas učiniti onoliko velikim prodavcem koliko to želite.....	23
Studija novca: naučiti da se brzo zaradi petostruko.....	24
Vaše osnovno oruđe.....	28
<b>2. DVANAEST IZVORA     SENZACIONALNOG USPEHA U PRODAJI.....</b>	<b>31</b>
Zašto ne možete da doživite neuspeh.....	35
Kako razviti želju.....	37
SPR (Stimulans-pauza-reakcija) čini razliku između imati i nemati.....	38
<b>3. PITAJTE PRAVILNO I KRENITE     PREMA USPEHU U PRODAJI.....</b>	<b>43</b>
Standardna upitna fraza.....	43
Preokrenuta upitna fraza.....	46
Interna upitna fraza.....	46
Dodatna upitna fraza.....	47
Alternativni pristup.....	49
Pitanja refleksnog zaključenja.....	51
Tehnika bodljikavog praseta.....	53
Pitanje zainteresovanosti.....	54
Napravite dva zaokreta nadesno ka uspehu u prodaji.....	57
Kako da preuzmete komandu sugestivnim pitanjima.....	60
Tri principa veštine postavljanja pitanja.....	62
Dvanaest putokaza za tehniku postavljanja pitanja.....	66
<b>4. STVARANJE PRODAJNE KLIME.....</b>	<b>69</b>
Prodajte ljudima koji mogu da kupe.....	70
Nemojte prodavati logiku - prodajte emocije.....	72
Uхватite promenu u pokretu.....	73

Zamenite reči odbijanja izrazima podsticaja.....	79
Koncepcija trojstva: kako mногоstruko povećati svoju efikasnost.....	91
Čula koja izazivaju emocije.....	94
<b>5. ZAŠTO NE RADIM</b>	
<b>ONO ŠTO ZNAM DA TREBA DA RADIM.....</b>	97
Kako postajete deprimirani.....	99
Motivatori.....	101
Demotivatori.....	107
<b>6. NAUČITE SE DA VOLITE REČ NE.....</b>	121
Kako da odbijete negativne efekte odbijanja.....	124
Pet stavova prema odbijanju.....	126
Šampionov credo.....	133
<b>7. TRAŽENJE POTENCIJALNIH KUPACA PO PREPORUCI I BEZ PREPORUKE.....</b>	135
Upoznajte svoje odnose i trudite se da ih popravite.....	137
Traženje potencijalnih kupaca po preporuci.....	142
Sistem kartica sa preporukom.....	143
Traženje potencijalnih kupaca bez preporuke.....	150
Tehnika traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 1.....	151
Kako odrediti ciklus crvića želje za vaš proizvod ili uslugu.....	154
Tehnike traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 2.....	157
Tehnika traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 3.....	161
Tehnika traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 4.....	163
Tehnika traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 5.....	165
Tehnika traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 6.....	167
Tehnike traženja potencijalnih kupaca bez preporuke, broj 7.....	170
Pet načina da lebdite dok niste spremni da letite.....	171
<b>8. KAKO STEĆI BOGATSTVO I BLAGOSTANJE TELEFONOM.....</b>	177
Vaš poziv.....	181
Nalaženje dobrih spiskova.....	188
Sistemi sakupljanja bodova prilikom telefoniranja.....	189
<b>9. KUPOVANJE NIJE SPORT PASIVNIH GLEDALACA.....</b>	191
Tri šeme za intervju prilikom prodaje.....	195
<b>10. UKLJUČITE U SVOJE PREZENTACIJE i DEMONSTRACIJE - VEŠTINU ŠAMPIONA.....</b>	199
Prezentacija (demonstracija) nije ništa drugo od pripreme za zaključenje posla.....	201