

Biblija prodaje

BIBLIJA PRODAJE

Vrhunski priručnik za prodavce

Džefri Gitomer



**Beograd
2008**

Naslov originala
The Sales Bible - Jeffrey Gitomer
©Copyright na prevod za Srbiju B&B grupa

Prevela sa engleskog
Biljana Randelović

Naslovna strana
D&D dizajn
studio

Štampa
Lukaštampa
Tiraž: 1000

Prvo izdanje
Beograd 2008

ISBN 978-83737-56-7

**Želim da
posvetim ovu knjigu
i naročito se zahvalim
svakom kupcu
i potencijalnom klijentu
koji mi je ikada rekao,
„Ne.“**

Upravo sam prodao!

Vi ste moja nova mušterija. Hvala vam na interesovanju. Cenim vašu podršku.

Dok sam usluživao klijente kroz svoju konsultantsku praksu, govore, volonterske aktivnosti, kao i dok sam pisao „Trgovačke poteze“ i „Bibliju prodaje“, imao sam na umu tri cilja:

1. Da pomognem ljudima.
2. Da uspostavim dugotrajne odnose.
3. Da se zabavim.

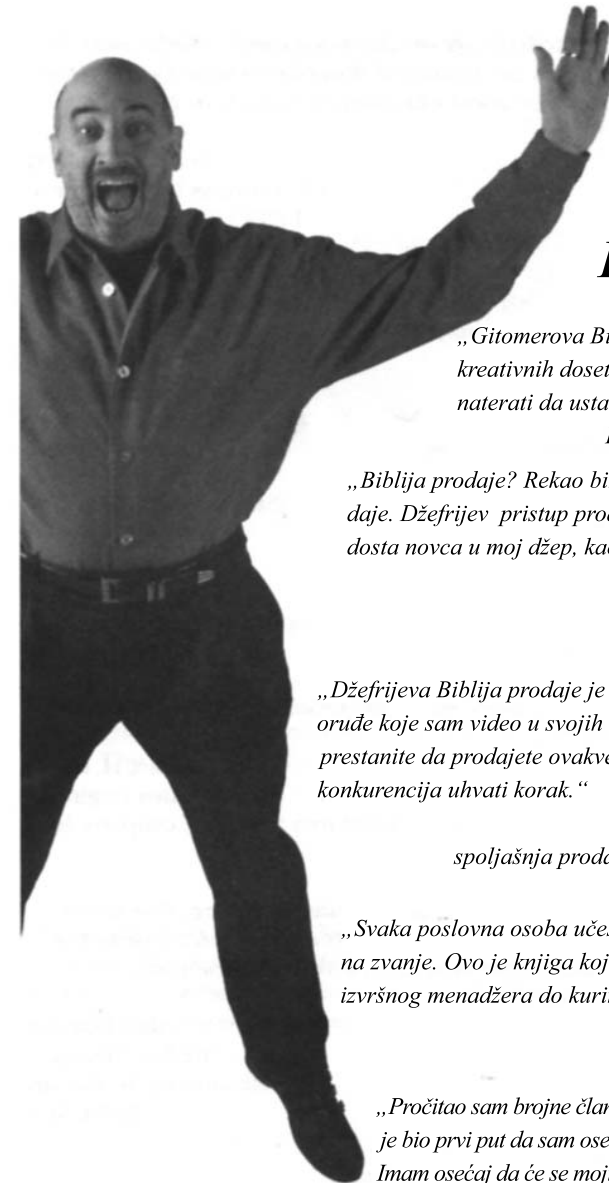
Cilj pisanja ove knjige jeste da je učinim tako dobrim pomagalom da ćete morati da je preporučite još deseterici vaših saradnika i prijatelja. Molim Vas, obavestite me ako sam postigao svoj cilj.

Zbog Vas, i svih drugih cenjenih mušterija, ja imam priliku da se bavim onim što volim... prodajem, pišem, govorim i podučavam.

Hvala vam!

O autoru

Džefri Gitomer je najbolji instruktor prodaje u svetu. Od drži seminare, godišnje sastanke i sprovodi programe obuke preko interneta na temu prodaje i usluge klijenata.



Šta pravi prodavci kažu o *Bibliji prodaje*

„Gitomerova Biblija prodaje je prepuna kreativnih dosetki, oruđa i tehnika koje će vas naterati da ustanete, izađete i PRODATE!!!“

Don „Čovek sa idejom“ Snider

„Biblija prodaje? Rekao bih da su to pre zapovesti prodaje. Džefrijeva pristup prodaji bez gluposti je doneo dosta novca u moj džep, kao i u džepove mojih kolega.“

*Kris Roland,
Direktor za razvoj
firme Grinspan medija group*

„Džefrijeva Biblija prodaje je daleko najefektivnije prodajno oruđe koje sam video u svojim 23 godine prakse. Molim vas, prestanite da prodajete ovakve knjige pre nego što konkurencija uhvati korak.“

*Greg Gilis,
spoljašnja prodaja (Oprema za služenje hrane)
firme Loubat ekipment ko.*

„Svaka poslovna osoba učestvuje u prodaji bez obzira na zvanje. Ovo je knjiga koju svi moraju pročitati, od izvršnog menadžera do kurira.“

*Ron Šelton,
inženjer prodaje u TelKov*

„Pročitao sam brojne članke i knjige na temu prodaje, i ovo je bio prvi put da sam osetio da je knjiga pisana za mene. Imam osećaj da će se moji prodavci osećati isto tako.“

Džim Horvat,

Biblija prodaje

Sadržaj

Praktične informacije o prodaji koje možete čitati svaki dan i koristiti odmah

Čitajte je od korice do korice ... ili...

Otvorite je ma gde i saznajte što vam je potrebno u datom momentu ... i ...

Upotrebite je istog minuta kada ste je pročitali

Deo 1 Pravila, tajne, zabava

1.1 Postanje	17
Biblija prodaje, druga decenija.	
Uvod... To se nikada neće desiti.	
8.5 načina kako da koristite ovu knjigu.	
Šta je to u njoj za vas.	
Najvažnija osoba na svetu.	
Stari način prodaje više ne radi... na neki način.	
Uspešna prodaja u posrnuloj ekonomiji.	
Vaš put do uspeha uz pomoć samolepljivih cedulja.	
1.2 Knjiga pravila	37
39.5 pravila uspeha... u prodaji.	
Formula uspeha u prodaji.	
1.3 Knjiga tajni	45
Zašto prodavci omanjuju.	
Da li ste rođeni za prodaju.	
Da li imate samonametnuti hendikep.	
Kako klijent zaista želi da bude tretiran.	
Kako prodavac zaista želi da bude tretiran.	
Neuhvatljivo vruće dugme... Kako ga pronaći?	
1.4 Knjiga velikih tajni	63
Više prodaja se ugovori uz pomoć prijateljstava nego tehnikama prodaje.	
Najbolji potencijalni kupci su vaši sadašnji klijenti.	
Prodajete već u ponedeljak.	
Kako najlakše prodati? S vrha na dole.	
Vaša izjava o ličnoj misiji.	
1.5 Knjiga humora	79
Desila mi se smešna stvar na putu ovamo	
Deo 2 Priprema da oduševite potencijalnog kupca	
2.1 Knjiga oduševljenja	83

Faktor oduševljenja. Koristite ga da biste ugovorili veliku prodaju. Da li koristite faktor oduševljenja? Da li me se sećate? Ja sam prodavac...Kao i svi drugi.	
2.2 Knjiga pitanja	95
Prodati ili ne prodati (moćno) pitanje je sad. Postavljanje pitanja i stišavanje eksplozije. Možete li sa pet pitanja zaključiti prodaju.	
2.3 Knjiga moći	105
Vi se nalazite pod uticajem moje (izjave) o Moći	
Deo 3 Dozvolite mi da se predstavim	
3.1 Knjiga predavljanja	109
Lična reklama u trajanju od 30 sekundi... Kako je napisati lična reklama u trajanju od 30 sekundi ... Kako je izvesti? Imate preporuku?Evo savršenog pristupa ...	
3.2 Knjiga nenajavljenih poseta	123
Zabranjeno za trgovačke putnike -najsmešniji znak u prodaji. Idite pravo kod osobe koja donosi odluke. Uvod je jednako važan kao i zaključivanje. Nenajavljene posete su zabavne, ako tako mislite. Kada nenajavljena poseta izaziva topao doček.	
Deo 4 Pravljenje sjajne prezentacije	
4.1 Knjiga prezentacija	139
Želite lakšu prodaju? Prvo se povežite sa potencijalnim klijentom. 15.5 prizemljujućih pitanja o zadobijanju kupčevog poverenja. 12.5 načina da kupac stekne dovoljno poverenja da bi kupio od vas. Gde i kada zadobiti poverenje kupca. Trgovačke reči i fraze koje po svaku cenu treba izbegavati. Iskreno. Fizička uključenost kupca više prodaja. Prodaja grupi ... dramatično se razlikuje od prodaje jedan-na-jedan. Kompjuterizovana trgovačka priča 21. veka.	
Deo 5 Primedbe zaključivanje i nadgledanje... Kako stići do Da	
5.1 Knjiga primedbi	163
Molimo pravu primedbu da ustane sa stolice. Primedbe iz realnog sveta rešenja iz realnog sveta. Sprečavanje primedbi.Novi način da uživajte u bezbednoj prodaji Šta sa nizom primedbi, kada potencijalni kupac kaže ...	

5.2 Knjiga zaključivanja	193
Koji su 19.5 ranih signala da je potencijalni klijent spreman da kupi. Kada dajete odgovor potencijalnim klijentima izbegavajte da i ne. Kako postaviti završno pitanje. Najstarije pravilo prodaje još uvek važi. Dve vrste „kucinog pazara“. Prvo pojedite dezert. Najmoćnija završnica na svetu uopšte nije završnica.	
5.3 Knjiga upornosti	207
Nemate sistem za nadgledanje? Nema prodaje! Prodajni alati su ključni deo procesa praćenja i nadgledanja. Većina prodaja se ugovori nakon sedmog „ne“. Vi prodajete još otkad ste bili dete. Zbrišite konkurenciju sa svega 37 centi. Faks mašina će prodavati ako upregnute njenu moć. O, ne! ...govorna pošta. Ostavite poruku i rado ću vam odgovoriti na poziv. Ne možete da zakažete sastanak? Trudite se više, budite pametniji.	
Deo 6 Nevolje i protivnici	
6.1 Knjiga jadikovki	233
Kada se dobrim ljudima.događa loša prodaja. 18.5 znakova neuspeha u karijeri prodavaca.	
6.2 Knjiga konkurencije	239
Plešete sa konkurencijom? Pazite na korake!	
Deo 7 Svi pozdravite kralja ... Klijenta	
Knjiga usluživanja klijenata	243
Tajna odličnog usluživanja klijenata. Izvrсна usluga klijenata je moćan prodajni alat. Žalbe mušterija pospešuju prodaju ... ako se na pravi način izborite sa njima.	
Deo 8 Širenje jevandelja	
8.1 Knjiga komunikacija	253
Nedeljni sastanak prodavaca je mesto gde ugovarate nove prodaje Prodajno pismo će imati efekta ako to uradite kako treba Želilite više prodaja? Onda pažljivije slušajte Naučite da slušate u dve reči... Samo učutite Postoji bezbroj tipova kupaca. Prema bezgrešnoj pozitivnoj komunikaciji	

8.2 Knjiga sajmov	271
35.5 pravila za uspeh u sajamskoj prodaji.	
Sajamski/izlagački plan.	
Kako da obnovim kontakte nakon sajma.	
Deo 9 Uspeh putem povezivanja	
9.1 Knjiga društvenog povezivanja	283
Izazov ostvarivanja uspešnih kontakata.	
Povezivanje jedan-na-jedan.	
Povezivanje jedan-na-dva.	
Ostvarivanje dobre komunikacije u raznim prilikama.	
Pravila uspeha u priključivanju organizaciji.	
Povezivanje je kada vas upoznaju oni koji su bitni.	
Prodaja u liftu. Nove visine u povezivanju.	
Dokumentovanje praćenje i korišćenje	
vaših kontakata iz mreže radi uvećanja profita.	
Povezivanje ... Zvanična igra™.	
Deo 10 Proroci i profiti	
10.1 Knjiga vodstva	303
8.5 osobina vođe“	
Preduslovi za menadžera prodaje	
Menadžeri prodaje mogu da pomognu ili da nanesu štetu.	
Zavisi od njih.	
10.2 Knjiga trendova	311
Nova vrsta prodavca. Neprodamac	
Šta Bob Salvin ima sa svim Tim? Mnogo toga!	
10.3 Knjiga proroka	319
Ken Blanšard i Harvi Mekej su priredili seminar za pamćenje	
Zig Ziglar umalo da ne uspe, zamalo da odustane	
Doktor za prodaju dolazi na kućnu adresu	
Deo 11 Povećajte svoje prihode	
11.1 Knjiga brojeva	329
Put ka uspehu	
Deo 12 Mogu li da čujem Amen?!	
12.1 Knjiga izlaska	335
Očevi podučavaju uspehu u prodaji a da toga nisu svesni	
Na kraju svakog dana sve zapišite	
Perspektiva prodaje	
Kraj je tek početak	

Biblija prodaje

BIBLIJA PRODAJE
Deo 1
Pravila, tajne, zabava

Postanije

★ <i>Biblija prodaje</i> Druga decenija	18
★ Uvod . . . „To se nikada neće desiti“	19
★ 8.5 načina kako da koristite ovu knjigu	21
★ Najvažnija osoba na svetu	25
★ Stari način prodaje više ne radi ... na neki način	26
★ Vaš put do uspeha pomoću samolepljivih listića	34

1.1

Počnite odmah!

Svako želi da uspe u prodaji.
Većina ljudi ne uspeva.

Nije istina da oni to ne
mogu. Oni samo ne znaju
kako.

Biblija prodaje je oruđe za
uspeh. Zahvaljujući njoj
možete steći uvid u sve aspe-
kte prodaje.

Takođe postoje i pravila. Da
biste uspeli u prodaji morate:

- Poznavati pravila
- Naučiti pravila
- Posedovati pravila
- Živeti po pravilima

Postanje otkriva priču o no-
vom načinu prodaje, govori
o nekoliko osnovnih pravila,
i daje siguran način za posti-
zanje uspeha u prodaji ili
karijeri . . .

Nemojte je samo pročitati.
Koristite je. Samo napred.

*„Ako mislite da možete,
ili mislite da ne možete,
u svakom slučaju ćete biti
u pravu.“*

Henri Ford

Biblija prodaje Druga decenija

Šta je to što čini da knjige o prodaji opstaju? Zašto prodavci čitaju knjige o prodaji? Razlog: Prodavci traže **odgovore**. *Biblija prodaje* je 110 % sačinjena od odgovora. Obožavam da dajem odgovore.

Ovo je druga decenija *Biblije prodaje*. Ova knjiga je opstala i nastaviće da opstaje zato što daje odgovore koje je lako primeniti i koji se tiču stvarnog sveta, pa ih možete primeniti na ulici čim ih pročitate, i na taj način pretvariti ideje u novac.

Tokom godina, neki od članaka su revidirani i ubačene su svežije informacije. Oni su još uvek ono što ja smatram istinitim u vezi prodaje. Većina prerađenih članaka je na temu tehnologije, one koja se danas koristi. Pre deset godina nije postojao i-mejl.

Vreme leti – ali ne tako brzo kao tehnologija.

Pre deset godina, laptopovi su imali memorije od 30 megabajta. Pre deset godina, mogli ste primiti nešto putem modema od 2 400 KB. Ja sam, zahvaljujući ovoj knjizi, pre deset godina bio znatno siromašniji nego što sam sada.

Dakle, evo *Biblije prodaje* u novoj deceniji.

Ja ću se ponovo javiti za deset godina.

Džefri Gitomer

Uvod

„To se nikada neće desiti.“

Odakle se stvorila ova knjiga?

Kao i kod većine prodaja, sve je počelo u trenutku kada sam bio odbijen. Članak koji je u proleće 1992. objavljen u Šarlot Obzerveru o mojim prodavačkim sposobnostima, učinio je da moj telefon neprestano zvoni. Otrčao sam do novinske kuće da ponudim svoje usluge. „Želim da pišem nedeljni članak o prodaji“, pompezno sam nastupio. Ne samo da su me odbili, već su rekli: „To se nikada neće dogoditi.“ Ja sam rekao, „Ne, to se neće dogoditi ovde.“ Tog istog jutra – sat vremena kasnije – ugovorio sam sa Šarlot Biznis Žurnalom da objavljuju moju nedeljnu kolumnu o veštini prodaje. Nazvao sam je *Trikovi prodaje*.

Sledeći put kada vam neko kaže „nikada“, znajte da to znači „ne barem u narednih sat vremena“.

Zdravo, ja se zovem Džefri Gitomer i ja sam prodavac. Nemam fakultetsku diplomu. Odustao sam od fakulteta. Ne živim u kuli od slonovače, živim u Šarlotu, u severnoj Karolini. Naučio sam da prodajem u Nju Džerziju i Njujorku, gde sam i odrastao. Bavio sam se multilevel marketingom u vreme kada se to nazivalo piramidalni marketing. Telefonirao sam svakoj kancelariji u centru Šarlota, zvao predsednike kompanije Fortjun 500 i ugovarao prodaje. Ugovarao sam prodaje u vrednosti od jednog do milion dolara. Ja sam prodavac koji je na ulici već skoro 30 godina. Ponekad sa podignutom glavom, ponekad sa pognutom glavom. Ja volim da prodajem.

Trikovi prodaje su se prvi put pojavili u Biznis Žurnalu, u Šarlotu, 23. marta 1992. Kolumna je doživela trenutni uspeh. Uskoro je pronašla svoj put do Dalasa, Atlante, Denvera, Prinstona i mnogo drugih gradova.

Mark Etridž, izdavač Biznis Žurnala, novinar, dobitnik Pulicerove nagrade, i moj dobar prijatelj koji mi je pružao podršku, rekao je da je objavljivanje *Trikova prodaje* bila njegova najuticajnija marketinška odluka u 1992. VAU!

Ljudi su počeli da zovu, i još uvek to čine svakog dana, iz svih delova zemlje. Novine koje žele da objave kolumnu, čitaoci koji mi zahvaljuju što sam im pomogao da ostvare prodaju. Otkrio sam da prodavci kače moj nedeljni članak na zidove u svojim kancelarijama. Oni su kopirali kolumnu

i prosleđivali je dalje. Slali su je svojim prijateljima i kolegama u drugim gradovima. Koristili su moje članke na sastancima o razvoju prodaje.

Moja ćerka Stejsi je kupila kola u Šarlotu. Svi zaposleni u prodaji čitaju moje članke. Kada je došla u kancelariju (sama), rekli su: „Nudimo ti najveće povoljnosti zato što ne želimo da tvoj tata napiše nešto loše o nama.“

Još prvog dana kada sam napisao članak, znao sam da ću napisati i knjigu. To je bio prirodan sled događaja. Moj dobar prijatelj i mentor, Taj Bojd, je upravo to i predložio. Prodavcu ohrabrenje mnogo znači. Zahvalan sam na njegovom ohrabrenju; zahvalan sam na vašem ohrabrenju.

Materijal koji koristim je moj. Crpem ga iz svojih 30 godina iskustva, od kojih je 16 provedeno u savetovanju. Odslušao sam hiljade sati traka, pročitao sve što sam mogao da pronađem, i otišao na svaki seminar kada mi je vreme to dozvoljavalo. Moja misija je da učim dok podučavam. Nastojim da naučim ponešto novo svakog dana.

Nastaviću da pišem svoju nedeljnu kolumnu kako bih vam obezbedio informacije koje možete upotrebiti tamo u rovovima prodaje . . . i to danas. Znam sa čime se nosite. Znam koliko se trudite. Znam koliko to frustrirajuće ume da bude. Ja ću vam pomoći.

Sastavljanje ove knjige sam započeo avgusta 1993. Nakon nebrojenih kasnih sati provedenih u kancelariji, nedelju dana na planinama u Severnoj Karolini, i nedelju dana u Hilton Hed Ajlendu u Južnoj Karolini, provedenih sa svojim Mekintošom; svojim glavnim kritičarem, izdavačem i prijateljem, Rodom Smitom i mojom mačkom Litom, uspeo sam da završim. Mislio sam da će to ići brzo. Sedam stotina sati rada kasnije – bilo je brzo gotovo.

Evo *Biblije prodaje*. Nadam se da će vam doneti onoliko novca koliko i meni.

8.5 načina da koristite ovu knjigu.

**Prodavci stalno traže nove ideje.
Prodavcima treba nepresušan izvor motivacije.
Prodavcima trebaju brzi odgovori.
Prodavci žele da ostvare još prodaja ... danas.**

Prodavci imaju mnogo problema i svi ih sustižu odjednom. **U toku jednog dana oni telefoniraju, prate ishod deset mogućih prodaja, odlaze na sastanke prodavaca, izvedu tri prezentacije, pošalju pet pisama, budu odbijeni šest puta i ostvare jednu prodaju.** To je običan dan! Prodavcima je potreban oslonac sa odgovorima iz stvarnog sveta na njihova neposredna pitanja, na njihove kamenove spoticanja, ili izazove. Njima je potrebna *Biblija prodaje*.

Biblija prodaje nije „metod“ prodaje. To je niz opažanja iz stvarnog sveta, tehnika i filozofija koje možete prilagoditi svom stilu prodavanja. Upotrebljavate ono što vam je potrebno da biste danas napravili prodaju. Upotrebljavate ono što vam je potrebno da biste pripremili sutrašnju prodaju. Stičete znanje koje vam je potrebno da biste postigli ciljeve svoje prodaje.

Biblija prodaje ima izvore u stvarnom svetu. Ove lekcije nisu gomila pametovanja i naučno-istraživačkog rada. One su rezultat 30 godina uspeha i neuspeha u nekim od najtežih sredina za prodaju koje poslovni svet ima da ponudi. One su zasnovane na mojim stvarnim iskustvima za koja sam siguran da su delotvorna zato što sam ih primenjivao. One predstavljaju jednostavna, pragmatična rešenja, i imaju smisla tamo gde je to najbitnije – u vašem prodajnom okruženju. One će vam pomoći u vašem stvarnom svetu. Isprobajte neke od njih i videćete.

Koristite ovu knjigu!

- 1. Kao izvor znanja . . .** da biste proširili i ojačali svoje znanje i stručnost u procesu prodaje i svakodnevnim izazovima prodaje.
- 2. Kao dnevnu lekciju . . .** Kao deo vašeg svakodnevnog ponovnog posvećivanja tome da budete najbolji.
- 3. U studijskoj grupi . . .** Da biste rasli i razvijali se kao profesionalni prodavac.

4. Da biste vodili sastanak ... Većina poglavlja su idealne dužine i mogu se koristiti kao vodiči na obuci za prodaju ili na brejnstorming vežbama i sastancima.

5. Da biste rešili problem ... Kada nemate ideja a odgovor vam je potreban odmah.

6. Da biste se pripremili za prodaju ... Da biste ostvarili takmičarsku prednost.

7. Da biste ugovorili prodaju ... Rešenja i odgovori su indeksirani za brži pristup.

8. U žaru borbe ... Ponesite je sa sobom kada budete odrađivali svoj dan prodaje i posegnite za njom kada vrata počnu da vam se zatvaraju pred nosom, kada je potrebno napraviti važne kontakte, kada taj obećavajući mogući kupac neće da odgovori na *voice-mail* poruku koju ste ostavili po treći put. (*Čitajte dalje kako biste pronašli način 8.5*)

Jedan sjajan način da se zloupotrebi ova knjiga

Dok je budete čitali ... Čitajte sa žutim markerom i crvenom olovkom. Obeležite delove u kojima je znanje za kojim tragate. Na marginama zapisujte svoje misli, planove akcije i ideje.

Jedan sjajan način da učite iz ove knjige ...

Isprobajte je sada ... Radi maksimalne koristi, informacije koje pročitate iskoristite što je moguće pre. Na potencijalnom kupcu ili mušteriji. Čim ih upotrebite, one su vaše. Po jedna nova tehnika svakog dana, to je 220 novih tehnika godišnje. Za 5 godina ćete imati više od 1 000 tehnika na raspolaganju. VAU! Nosite ovu knjigu sa sobom ... Koristite je kao izvor informacija i obaveštenja. Pročitajte jedno poglavlje za vreme ručka. Prodiskutujte o nekoj tvrdnji sa svojim kolegama. Ali, najviše od svega, koristite je da ostvarite prodaju. Mnogo prodaja.

Duh prodaje!

Svako poglavlje na početku ima citat u kome je iskazan duh njegovog sadržaja. Duh igra veliku ulogu u *Bibliji prodaje*. Duh u kome se informacija nudi i duh u kome se informacija prima – i koristi. Svaka lekcija je priča za sebe. Svaka lekcija se razvija u sledeću. Svaka lekcija je u odnosu sa ostalima. Svaka lekcija reflektuje celinu. Svaka lekcija doprinosi celini.

Pročitajte poglavlje pod naslovom *Vaš put do uspeha uz pomoć samolepljivh listića* koje se nalazi u *Postanju*. Koristite ovaj metod da biste zabeležili svoj napredak kroz knjigu. To će biti dobra praksa i osiguraće da izvučete maksimalnu korist iz nje. Svakog dana postavite ciljeve za poglavlja koja ćete pročitati. Postavite tačno određene ciljeve za sprovođenje onoga što ste naučili. Postavite ciljeve za poboljšavanje vašeg stava. Postavite ciljeve za dobru zabavu u vašem poslu. Zatim, postavite ciljeve za velike prodaje.

Prateće fleškarte¹, koje možete naći na Internetu, sadrže ključne informacije iz *Biblije prodaje*. Možete ih nositi sa sobom kada idete u prodaju, na skupove za razmenu informacija, ili na trgovačke programe da biste se na brzinu podsetili nečega. Fleškarte će ojačati principe prodaje. One će vam pomoći da ovladate procesom prodaje. Idite na www.gitomer.com, registrujte se ako ste prvi put na tom sajtu, i ukucajte „FLASHCARDS“ u GitBit polje.

8.5 Udvostručite svoj novac!

Ja sam napravio plan za udvostručavanje prihoda. On je skiciran u *Knjizi brojeva*. To sam učinio zato što toliko ljudi ima neiskorišćen talenat za prodaju. Izazivam vas da udvostručite svoje prihode. Dao sam vam alate da to uradite. Sada je na vama da to sebi dokažete. Možete li da razvijete disciplinu potrebnu da se ostvari taj cilj?

¹ Karte koje sadrže reči, brojeve ili slike na sebi, osmišljene tako da daju brzi odgovor od strane člana koji ih podižu u vis.

Dakle, šta vi imate od toga?

Vaša nagrada će biti postignuće najvećih ciljeva u vašoj karijeri o kojima ste ikada razmišljali.

Vaša nagrada će biti priznanje da ste superioran prodavac, vaše lično zadovoljstvo zato što ste postali onakav prodavac kakav ste verovali da možete postati. I to ste sve sami postigli.

Vaša nagrada će biti još puno daljih prodaja.

Osmislio sam ovu knjigu tako da vam pomogne u svakom aspektu vaših svakodnevnih prodajnih zadataka tako što vam pruža praktična rešenja iz stvarnog sveta za vaše prodajne situacije i probleme iz stvarnog sveta. Ona se poziva na stvarni svet. Ona je izvor. Biblija.

Pre nego što započnete sa čitanjem ove knjige postavite sebi sledeća pitanja:

- Koliko dobro mislim da prodajem?
- Kako uvežbavam svoje veštine svakoga dana?
- Koliko vremena provodim učeći nove prodajne veštine?
- Koliko novih tehnika sprovodim u praksu svakog dana?
- Koliko sam posvećen uspehu?

Prodaja je vrsta discipline. Ne vojna vrsta discipline („uradi kako ti kažem ili ljuštiš krompire“), nego lična posvećenost uspehu do koje može doći samo ako je prisutna disciplina. To je kontrola koja dolazi iznutra, a ne zakoni i pravila koji dolaze spolja. Ne kuluk discipline već njena radost. Disciplina je svakodnevni proces koncentrisanja na ono što želite. I proces neumornog stremljenja ka cilju sve dok ga ne ostvarite.

Ne bih da zvučim religiozno, ali religiozna disciplina je najbolji primer za ono što bi čovek trebalo da izgradi kod sebe. Ako se molite ili meditirate svakog dana, to je ta disciplina, ritual, to je ono što vam je potrebno da biste uspeali u prodaji. *U prodaji sami stvarate svoja čuda.*

Kao prodavac vi ste najvažnija osoba u poslovnom svetu!

U poslu se ništa ne dešava dok neko nešto ne proda.

Vi prodajete da bi fabrika mogla da proizvodi ono što ljudi naručuju, da bi proizvod mogao da bude isporučen, da bi administrativne plate mogle biti isplaćene, i da bi se mogao kupiti novi kompjuterski sistem koji je potreban za računovodstvo.

Prodaja se dešava čak i kada želite da vam banka pozajmi novac ili da vam produži rok za otplatu kredita. Morate prodati vašem bankaru ili isproučiocu vašu sposobnost da nešto uradite i da vratite dug.

I prodaja se uvek desi!

Ili

vi mušteriji prodate DA

ili

ona vama proda NE!