



Naslov originala:

Zig Ziglar

Selling 101: *What Every Successful Sales Professional Needs to Know*

Copyright © 2003 by The Zig Ziglar Corporation

Published by arrangement with HarperCollins Leadership, a division of  
HarperCollins Focus, LLC.

Za izdanje na srpskom jeziku © Publik praktikum 2021

ZA IZDAVAČA:

Marko Sabovljević

UREDNIK:

Marina Sabovljević

PREVOD:

Mirjana Kefer

LEKTURA I KOREKTURA:

Lidija Cenić

DIZAJN KORICE:

Sara Vranić

ŠTAMPA:

Alpha print, Zemun

TIRAŽ:

1.000

IZDAVAČ:

Publik praktikum

Dobrovoljačka 10/I, Zemun

office@publikpraktikum.rs

011/4202 544; 011/4202 545

GODINA IZDANJA:

2021

Sva prava su zadržana. Nijedan deo ove knjige  
ne sme se kopirati ni prenositi u bilo kom  
obliku ili bilo kojim sredstvima, elektronskim ili  
mehaničkim, uključujući foto-kopiranje, snimanje  
ili bilo koji sistem za skladištenje i pretraživanje  
informacija, bez pismenog odobrenja izdavača.

# PRODAJA

101



# ZIG ZIGLAR

HARMON**IA**



Posvećeno svim časnim profesionalnim  
prodavcima punim oduševljenja, koji  
prodaju robu, proizvode ili usluge  
od kojih drugi imaju koristi



## SADRŽAJ

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Da li je ova knjiga za vas?</i> .....                                       | 9   |
| 1. Napravili ste pravi izbor .....                                             | 11  |
| 2. Važne veštine koje današnji profesionalni<br>prodavac mora posedovati ..... | 17  |
| 3. Pronalaženje nekoga ko je voljan da kupi .....                              | 23  |
| 4. Efikasno izlaženje na kraj sa odbojnošću<br>da obavite poziv .....          | 33  |
| 5. Planska, a ne nasumična prodaja.....                                        | 43  |
| 6. Pitanja su odgovori – analiza potrebe .....                                 | 51  |
| 7. Vođenje prijatnog intervjua .....                                           | 59  |
| 8. Paljenje lampice – svest o potrebi .....                                    | 67  |
| 9. Prodaja problemima ljudi – rešenje potrebe.....                             | 73  |
| 10. ABECEDA uspešne prodaje – zadovoljenje<br>potrebe.....                     | 79  |
| 11. Češće zaključivanje, više prodaja.....                                     | 83  |
| 12. Od „usluženog” do „zadovoljnog” kupca.....                                 | 89  |
| 13. Sticanje kontrole nad sopstvenim vremenom<br>i životom.....                | 95  |
| <i>O autoru</i> .....                                                          | 101 |





## DA LI JE OVA KNJIGA ZA VAS?

**P**re mnogo godina Aristotel je rekao da će, ako uzmete dva tega od istog materijala, brže padati onaj koji je veći. Godinama se to učilo na Univerzitetu u Pizi. Mnogo godina kasnije naišao je Galilej i rekao da to jednostavno nije tačno. Kada su studenti doveli u pitanje njegovo mišljenje, otišao je na vrh kosog tornja u Pizi, ispustio dva tega koja su se znatno razlikovala u veličini, ali su bila od istog materijala, i oni su u istom trenutku pali na tlo. Galilej je dokazao svoju tvrdnju, ali na Univerzitetu u Pizi nastavili su da predaju da će veći teg padati brže. Evo zašto: On je *uverio* studente da je u pravu, ali ih nije *ubedio*.

Pitanje koje se postavlja u svetu prodaje glasi: Kako ubediti? Odgovor glasi: Ne ubeđujete tvrdnjama već pitanjima. Veliki deo knjige *Prodaja 101* posvećen je postavljanju pitanja, s naglaskom na slušanju odgovora. Oni koji su čitali Bibliju znaju (i bilo da ste vernik ili ne, većina ljudi poštuje činjenicu) da je Hrist bio moćan ubeđivač. Podstičem vas da odete u neku dobru knjižaru, kupite izdanje Biblije sa crvenim slovima (u kojoj su Hristove reči štampane crvenom bojom) i pročitate sve što je napisano crvenim slovima. Doći ćete do neverovatnog otkrića, to jest, da kada bi ljudi

postavili Hristu neko pitanje, on je ili odgovorio pitanjem ili parabolom – i jedno i drugo služi za ubeđivanje.

Moj najbolji prijatelj (pre bi se moglo reći da mi je brat) poslednjih 37 godina jevrejske je vere i dolazi iz Vinipega u Kanadi. Primetio sam kod njega tu sklonost postavljanju pitanja i jednom sam ga upitao zašto uvek na pitanje odgovara pitanjem. Osmehnuo se i odvratio: „Zašto da ne?” Postavljanje pravog pitanja i pažljivo slušanje odgovora sja-jan su način za uspostavljanje veze, što je važno u procesu ubeđivanja.

Druga osnovna poruka kojom se knjiga *Prodaja 101* bavi jeste značaj integriteta u izgradnji karijere prodavca. Integritet je prava stvar jer eliminiše svaku krivicu. Ako imate integritet, nemate čega da se plašite jer ništa ne krijete. Pošto smo uklonili strah i krivicu, slobodni ste da postanete osoba kakvom vas je bog stvorio. To kažem jer smo obučeni da ubeđujemo. Prodavac bez integriteta sklon je da preterano hvali koristi od proizvoda i ubeđuje ljude da kupe preskupe proizvode koji im nisu potrebni i koje, zapravo, ne žele. Prodavanje sa integritetom jedini je način na koji možete izgraditi dugoročnu karijeru u istoj kompaniji, prodajući iste proizvode istim ljudima – a to obezbeđuje stabilnost prodaje i finansijsku sigurnost.

Lorel Kater, potpredsednik u FCB Leber Kac Partners, kaže: „Vrednosti određuju ponašanje, ponašanje određuje ugled; ugled određuje prednosti.” Počnite da gradite svoj ugled, to jest integritet još danas i *vidimo se na vrhu!*



## NAPRAVILI STE PRAVI IZBOR

*Stav je stalni „igrač” u vašem timu.*

**D**obro došli u *Prodaju 101*! Želeo bih da počnem na pomalo neuobičajen način. Dozvolite mi da vas podstaknem da zaboravite na profesiju prodavca, ako možete. Da, dobro ste pročitali. Zig Ziglar vas podstiče da odustanete od prodaje – ako možete. Ove poslednje dve reči najvažnije su s kojima možete da se suočite u ovom trenutku kao prodavac: *ako možete*. Oni koji su počeli da se bave prodajom da bi možda zaradili nešto više para ili čak da bi možda pomogli drugim ljudima „kratkog su veka”. Prodajom morate početi da se bavite zato što vam srce i glava ne dozvoljavaju da radite bilo šta drugo!

U toj profesiji će s vama grubo postupati. Ljudi će vam povremeno čak zalupiti vrata pred nosom. Spustiće vam slušalicu bez ikakvog očiglednog razloga. Pojedinci će vas izbegavati na društvenim okupljanjima. Porodica će (pa čak i vi sami) dovoditi u pitanje vaš zdrav razum. Kao što humorista i govornik dr Čarls Džarvis kaže: „Samo zato što

ste paranoični, to ne znači da ne žele da vas kazne!" Paranoja može da bude sporedni efekat profesije prodavca.

### JESTE LI ZAINTERESOVANI?

Moj dobar prijatelj Volter Hejli jedan je od najuspešnijih ljudi na svetu. Volter je odličan prodavac (to znači da je mnogo dobar!) i pobednik koji celog života pomaže drugima da pobeđu.

I pored toga što je danas uspešan, Volterov početak u svetu prodaje bio je trnovit. Suočavao se s frustracijom, anksioznošću, zalupljenim vratima, slabom prodajom, nervozom stomaka i praktično svim ostalim simptomima od kojih pate osobe koje nisu sigurne kako će preživeti u svetu prodaje. Zapravo, Volter se toliko obeshrabrio, da je otišao do menadžera i rekao mu da odustaje, da se povlači iz posla. Na to je menadžer odgovorio: „Ne možeš.”

Volter je dogmatski ponovio da odustaje. Menadžer je odvratio: „Voltere, ne možeš da izađeš iz posla sa osiguranjima jer nikada zapravo nisi ni ušao u posao sa osiguranjima.”

Volter je rekao da su ga te reči pogodile kao „tona cigala”. Dok je razmišljao o tome koliko ima istine u menadžerovim rečima, shvatio je, možda prvi put u životu, da *ne možete izaći iz nečega u čemu nikada niste ni bili*. Mnogi ljudi se „prikluče” nekoj organizaciji prodaje, ali nikada ne uđu u sam posao prodaje. Shvatite da ste možda godinama prezentovali svoj proizvod, ali da ne možete reći da je prodaja vaša „profesija”.

Nedostatak posvećenosti primarni je razlog što je profesija prodavca stekla reputaciju profesije od koje posle izvesnog vremena odustaje veliki procenat zaposlenih. Srećom, to se menja i javnost ubrzano počinje da poštuje prave prodavce, profesionalce u prodaji.

## MOJE PUTOVANJE DO USPEHA U PRODAJI

Gajim veliku ljubav prema profesiji prodavca i prema prodavcima profesionalcima i iskreno verujem u vrednost naše profesije i neutaživu žeđ za znanjem kako postati još veći profesionalac.

Moja karijera prodavca ne počinje 1947, kad sam obavio prvi zvanični telefonski poziv za prodaju. Zapravo je počela u detinjstvu, kad sam prodavao povrće na ulicama Jazu Sittija u Misisipiju. Takođe sam raznosio novine i imao sreće da na početku karijere prodavca nekoliko godina radim u bakalnici.

Na Univerzitetu Južna Karolina uveče sam prodavao sendviče u studentskom domu kako bih finansirao brak i obrazovanje. Kasnije sam prešao na direktnu prodaju, koja je uključivala hartije od vrednosti, životna osiguranja i proizvode za kućnu negu. Ušao sam u svet ličnog rasta i korporativnog razvoja 1964. i od tada prodajem obuku i motivaciju.

## KORISTI KOJE ĆETE IMATI!

Dozvolite mi da vas podstaknem da svaki dan započnete ovom izjavom: „Danas ću biti uspešan prodavac profesionalac i danas ću naučiti nešto što će me sutra učiniti još većim profesionalcem.” Ako svakodnevno podsećate sebe na ovu posvećenost, onda vas kao uspešnog prodavca profesionalca čekaju mnoge koristi!

## NEZAVISNOST

Jedna od mnogih sjajnih koristi koje imate od ove profesije jeste i to da ste zaista sami sebi šef. U poslu ste, kako glasi izreka, „sebe radi, ali niste sami”. Pogledate se u oči kad

stanete pred ogledalo svakog jutra i izgovorite: „Moj Bože, kako si ti fin, efikasan, delotvoran, vredan profesionalac – zaslužuješ povišicu!”, a onda saznate da je odbor upravo održao sastanak. Mogu još dodati da ćete čim to učinite dobiti povišicu.

## PRILIKE

Ukratko, s tim što ste nezavisni i sami sebi šef dolazi i ogromna odgovornost, i to je uzbudljiv deo ove profesije! *Prilika se rađa iz nezavisnosti kojom se rukuje na odgovoran način*, a u prodaji su vaše mogućnosti **bez premca**.

## REŠAVANJE PROBLEMA

Osim možda lekara i sveštenika, niko nije u tako dobrom položaju da rešava probleme kao vi, profesionalni ubeđivač. Praktično ne postoji ništa na svetu što donosi veće lično zadovoljstvo i ispunjenost kao mogućnost da drugom ljudskom biću uštedite znatnu količinu vremena, novca, frustracije i/ili anksioznosti zahvaljujući robi, proizvodima ili uslugama koje nudite.

## BEZBEDNOST

Ne bih bio baš pošten kad ne bih priznao da je visok prihod koji potencijalno nudi profesija prodavca veliki mamac. Novac i napredovanje privlače one koji su stalno nezadovoljni što su lestvicu vlastitim vrednostima i aktivnostima postavili suviše nisko, i onima koji su se umorili od toga da zavise od čefova drugih ljudi, nesposobnih da objektivno procene njihovu vrednost. Ali bezbednost je „unutrašnji” posao. Kao prodavac, ne morate da čekate da se nešto dogodi; možete učiniti da se dogodi. Kad posao ne ide, možete

uzburkati tržište i krenuti u akciju. Možete steći veću kontrolu nad svojim životom i budućnošću, i TO je to bezbedno osećanje, naročito za vašu porodicu.

## PORODICA

Moja žena je jednog dana jednostavno „odlučila” da bude crvenokosa, tako da kad pričam o njoj, kažem „ona crvenokosa” (i ona me s mnogo entuzijazma podstiče da to radim). Kad razgovaram s njom govorim joj Šećerlemo. Inače se zove Džin.

Od početka braka sa Crvenokosom i tokom odgajanja naše dece – Suzane, Sindi, Džulije i Toma – svako od njih bio je detaljno upoznat sa svim aspektima moje karijere kao prodavca. Delili su uzbuđenje, slavu, koristi, zabavu, kao i frustracije i anksioznosti koje su sastavni deo života svakog prodavca. Moja porodica je imala privilegiju da putuje u predivne oblasti u kojima su se održavale konvencije i uživa u beneficijama i pažnji kad se zarade trofeji i nagrade. Bili su tu i kad sam bio na dnu i kad su mi bili potrebni podrška i ohrabrenje. Zapravo, ti trenuci su nas zbližavali kao i (ako ne i više) trenuci kad su stvari išle odlično.

Budite iskreni prema članovima porodice. Oni žele da „osećaju” i da „budu” deo iskušenja i trijumfa. Oni mogu biti izvor snage i ohrabrenja i tokom tog procesa postajace i sami zreliji. Ova sjajna profesija omogućila nam je kao porodici da imamo više zajedničkih interesovanja, steknemo više zajedničkih prijatelja, proširimo vidike i da se udružujemo sa drugim ljudima koje su uzbuđivali prodaja i proizvodi i usluge koje su bili u stanju da ponude.

## NAPREDOVANJE

Još jedna korist od toga što ste profesionalni prodavac jeste napredovanje. Prodavci stalno dospevaju u direktorske kancelarije zahvaljujući sve većoj dubini i širini veština koje stiču. Moraju da budu kreativni, otvoreni i fleksibilni u razmišljanju. Moraju da smišljaju kreativne načine za rešavanje problema maltene za vreme prezentacije i dok se uklapaju u potrebe i želje mogućih klijenata.

Prodavci takođe dolaze u kontakt s ljudima na svim emocionalnim nivoima – kad su srećni, uzbuđeni, puni entuzijazma; i kad su iznervirani i potišteni – a to je neverovatna priprema za mesto direktora. Što bolje ovladamo tim „ljudskim veštinama“, to je veća verovatnoća da pređemo u više ešelone uprave.

Očigledno je da profesionalni prodavci takođe moraju znati da ubede druge ako nameravaju da ubeđuju ljude da kupe, i te veštine prenose se na korporativno sedište. Zahteva se znatna veština u podsticanju ljudi da sarađuju, da rade sa drugim ljudima u organizaciji, i ubeđivanju da će sposoban, ambiciozan službenik ostaviti po strani lične ćefove i sarađivati za dobro tima, čak i kad njegova ideja, iako oseća da je najbolja, bude odbačena i prihvaćena ideja nekog drugog. I verujte mi kad kažem da to zahteva veliku veštinu ubeđivanja, posvećenosti i discipline.

## JESTE LI UZ MENE?

Ako ne možete da zamislite da živite bez beneficija koje nudi naša sjajna profesija, onda *čestitam!* Upravo ste se pridružili profesiji koja je u stanju dramatično da utiče na naše društvo i da ga osnaži na način na koji to mnoge druge profesije ne mogu.