

Kako prodati snijeg Eskimima? Na prvi pogled, zadatak koji je nemoguće ostvariti. Svi znamo da Eskimi žive na sjeveru, gdje je snijega uvijek dovoljno, pa im, naizgled, ne treba dodatna ponuda.

No, što je s Eskimima na privremenom radu u Egiptu? Ili s Eskimima koji znaju da je trenutno u modi plavi snijeg, a on se, baš za napast, ne može naći u okolici njihovih *iglua*¹? Možete li prodati *super* snijeg Eskimima koji u svojim trgovinama mogu naći samo *regular* ili uvozni s Južnog pola, za koji se zna da nije kvalitetan kao domaći? Konačno, što ako je susjed kupio dva kamiona snijega, a vaš Eskim ne želi zaostajati za svojim susjedima?

Vjerujem da je sada jasniji naslov ove knjige. U našoj priči, Eskimi su ljudi s kojima svakodnevno komuniciramo i čije narudžbe ispunjavamo. Eskimi su kupci, koji kupuju proizvode ili usluge koje nudimo. I, kao što to uvijek biva, postoje prodavači, koji neće uspjeti prodati niti čašu vode žednom Eskimu u pustinji, dok će drugi imati problema s isporukama, zbog nedovoljnih količina snijega na *lageru*. Eskimi su izazov prodavačima, jer što je Eskim bliži snijegu i što je više snijega oko njega, zadatak se čini težim.

Jeste li prodavač koji može prodati snijeg Eskimima? Jeste li uopće prodavač? Čitate li ovu knjigu zato jer imate višak slobodnog vremena, zato jer vas zanima kako poboljšati znanja i vještine prodaje koje ste s godinama stekli ili želite postati prodavač, pa učite od početka?

Iz iskustva vam mogu reći da je prodaja najuzbudljiviji posao na svijetu. Uz dobru organizaciju, daje vam neograničeni potencijal prihoda, slobodu i jasne misli kojima možete preuzeti kontrolu nad svojom karijerom i svojim životom. Pri tome možete računati i na dovoljno uzbuđujuću količinu stresa. Ne dogodi li vam se pritom nekoliko srčanih udara, nervnih slomova i nekoliko solidnih čireva na želucu, možete očekivati dobru zabavu. Ipak, postoji problem.

Ljudi, uglavnom, ne vjeruju prodavačima. Dijelom stoga što imaju negativno iskustvo s prodavačima, budući da su imali posla s prevarantima pa nikome više ne vjeruju, dijelom stoga što nas tisak, televizija i filmovi prikazuju kao agresivne tipove kojima je jedini cilj prodati i ostvariti brzu zaradu. Bilo da je riječ o ludom prodavaču rabljenih vozila u televizijskoj reklami ili brzogovorećem *dileru* u nekom *krimiću*, prodavači su uvijek više-manje prepredeni tipovi kojima je kupac samo sredstvo da dođu do brze zarade. Prodavači se u tim slikama nikada ne pojavljuju kao profesionalci koji naporno rade, brinu o svom poslu i na koje možete računati. Rijetke su situacije u kojima je posao prodavača prikazan kao i svako drugo zanimanje. Tako nam negativni stereotipi otežavaju posao iz dana u dan.

¹ iglu je "kuća" koju Eskimi grade od leda

Naravno, postoje prodavači kojima je na pameti isključivo *brza lova*, pa jedino na što misle (kad su s kupcem) je kako *oderati*² ili *oženiti*³ ovog i sve sljedeće naivce. Ovo nije knjiga o njima niti za njih. Znam barem pedesetak načina kako nekoga na brzinu *oženiti*, ali to znanje koristim isključivo u samoobrani, kao kupac. Svi prodavači svakodnevno su i kupci, pa ne radim ono što ne želim da drugi meni urade.

Ovo je knjiga za dobre *cure i dečke*, prodavače koji naporno grade poslovne odnose sa svojim kupcima, koji donose dugoročne rezultate i koji stoje iza onoga što su prodali. No, kada pokucamo na vrata, što mislite, na što prvo pomisle (potencijalni) kupci? Opet oni dosadnjakovići koji prebrzo govore i koje nije briga što meni zaista treba, eto što. Ponekad zaista možete ne obaviti posao po koji ste došli, samo zato jer vaš (potencijalni) kupac ima loša iskustva s prodavačima ili više vjeruje stereotipima nego vama. No, što ako zaista niste zadovoljili očekivanja kupca, a da toga niste niti svjesni?

Čitajući ovu knjigu saznat ćete osnovna umijeća uspješne prodaje, ali i možda promijeniti nešto u svojem pristupu kupcima. Ova knjiga će vam pomoći da demonstrirate trezvenost, postojanost, pouzdanost, profesionalizam i odgovornost koja se zahtijeva od prodavača današnjice, a što vam je potrebno da bi vas (potencijalni) kupac razlikovao od amatera ili prevaranta koji mu zadaju glavobolje.

² u slengu, uzeti nekome novac, najčešće više nego što proizvod ili usluga vrijede

³ u slengu, prevariti nekoga i opet mu uzeti novac, na već opisani način