

Dva su razloga zašto je knjiga dobila nesvakidašnji naziv za knjigu iz područja stručne, poslovne, ali i "uradi-sam-na-sebi-i-budi-bolji" literature. Ovo nije roman. Nije niti udžbenik čiji ćete sadržaj morati naučiti napamet i onda ga «izbiflati» profesoru da biste dobili peticu. Ova knjiga je priča. Svakodnevna i općeprimjenjiva. Započinje s čovjekom koji zbog neznanja gubi i zadnjeg kupca, a završava njegovim shvaćanjem razloga i stvaranjem uvjeta za povratak kupaca.

Da bi okvir bio jasan, napominjemo da se priča događa u 21. stoljeću. To kažemo samo zato da nitko ne bi očekivao duhove iz lampe ili čarobnjake koji mogu sve riješiti jednim pokretom štapića. U knjizi nema plavih tableta koje jednim gutljajem mogu podići prodajnu i poslovnu potenciju. Priča bi se podjednako mogla ispričovijedati i kroz starogrčke, rimske ili viteške likove, no njima bi nedostajala neka moderna pomagala. Ipak, da ne bi bilo zabune, imali su i oni kreditne kartice, dionice, računala i e-mailove samo su se tada zvali potvrda o dugu, vlasnički udio, rob matematičar i pisar te golub pismoša.

Dok čitate knjigu slušajte neku smirujuću glazbu. Bit će vam ugodnije, a bolje ćete shvatiti i poglavlje o utjecaju prodavača na kupce. Naime, staro je pravilo u prodaji da kada vam ponestane riječi, koristite glazbu.

Većina domaćih poslovnih i *nazoviposlovnih* ljudi javno izjavljuje da im nikakve knjige nisu potrebne, da oni sve znaju (jer je za posao u Hrvatskoj bitnije koga znaš, a ne što znaš. Takvi neće niti primijetiti ovu knjigu (ali niti kupca, pa sve da im raste na glavi).

Stvarni je razlog strah od priznanja da još kako-tako funkcioniraju kada se radi posao s rođacima i kumovima. Ne žele priznati da pate od trauma, PTSP-a (profesionalnog trgovačkog stresnog problema) i PMS-a (poslovno-mazohističkog sindroma) svaki puta kada pred njih stane nepoznata, poslovno uspješnija osoba, koju ne poznaju iz stranke ili obiteljskog kruga. Dobar dio naših političara ispoljava slična obilježja, na primjer, kada sjedne nasuprot predstavnika Europske Unije ili MMF¹-a za pregovarački stol.

Autori knjige upoznali su se davno, prvi puta kad je Kristina čitala Sašinu knjigu «Kako prodati snijeg Eskimima», a drugi puta uživo, kad je Kristina bila jedna od polaznica Sašinog treninga o prodajnim vještinama. Naša suradnja na ovoj knjizi počela je Sašinim razmišljanjem naglas – možemo li mi iz Hrvatske ponuditi nešto svijetu.

I zaista, što Hrvatska može ponuditi svijetu? Svjetskom tržištu? Osim sportaša i njihovih rezultata? *Najlipje* more vidjet će samo turisti koji nam dođu, dobro vino kušat će rijetki jer ga nemamo u dovoljnim količinama da bi zadovoljili svjetsko tržište, ekološki zdravu hranu opet će kušati samo dragi nam gosti. Proizvode za svjetsko ili europsko tržište nemamo. Još iz dana bivše *Juge* ostale su regionalne potrebe za nečim slatkim (Kraš) ili slanum (Vegeta) i tu naša ponuda uglavnom posustaje.

Pitanje je bilo i općenito, ali i konkretno vezano za nas dvoje, naša znanja i praktična dugogodišnja iskustva o prodaji i kvaliteti usluge. Oboje smo brzo odgovorili potvrdno - možemo, zašto ne? Pa ako već imamo toliko uspješnih sportaša, zašto ne bi taj uspjeh pokazali izvozom znanja.

Kristina je napisala svoju prvu knjigu na engleskom jeziku i prodala je u više od 40 zemalja svijeta, a Saša je napisao već 20 poslovnih knjiga i dokazao se u Hrvatskoj i regiji. Vjerujemo da ovom knjigom i znanjima koje imamo možemo uspjeti u svijetu. I ne samo mi – to može svatko od vas čitatelja. Davno

¹ Međunarodni monetarni fond

je Aristotel² rekao: «Izbor određuje našu sudbinu, a ne splet okolnosti». Ovom knjigom, osim što ćemo vam prenijeti korisna znanja koja vam trebaju za to, ujedno Vas želimo i ohrabriti da se odvažite i slijedite svoje snove. Mi ih slijedimo.

² [Aristotel](#) (384. p. n. e. - 322. p. n. e.), starogrčki filozof.