

PSIHOLOGIJA PRODAJE

Marko Vrtovec

VSI PRODAJAMO. VSAK DAN.

Izdelki

Storitve

..

Zgodbe

Ideje

Stališča

Čustva

ZAKAJ KUPIT RAVNO OD MENE?

ker samo naš produkt...

ker imamo boljši produkt

ker naš produkt omogoča tudi...

ker smo cenejši

ker nudimo boljše pogoje

...

ker ... saj res, zakaj že?

ZAKAJ KUPIT RAVNO OD MENE?

Ker znamo bolje prodajat!

- vzpostaviti boljši odnos, da se boste dobro počutili
- bolje ugotovit, kar zares rabite
- bolj kompetentno pomagat pri evalvaciji ponudbe na trgu
- poznamo vaš posel (kupca) in znamo svetovat glede pravih ukrepov
- znamo ustrezno nagovoriti ostale deležnike nakupa pri vas v podjetju
- vam pomagamo pri izračunu povratka investicije in dobičku
- znamo voditi proces prodaje tako, kot je treba, brez živčnosti in stresa
- ker vam bomo z dejanji dokazali, da smo vredni zaupanja

NE POZABI

Ni treba, da imaš najboljši izdelek ali storitev

Le zadosti dober mora biti MVP

in

bolje ga moraš znat prodati.



ZAKAJ SPLOH KUPIM

Nakup vedno zadovolji neko potrebo. Tudi namišljeno.

Lastnosti

Prednosti

Koristi



“PAIN”

Kupčeva bolečina /problem /potreba

Pasivna in aktivna bolečina

Aktivacija pasivnih bolečin

95% trga

NE PREDPISUJ ZDRAVILA, ČE NE VEŠ, KAJ MI JE

Anamneza

Diagnoza

Dogovor o načinu zdravljenja

Šele na koncu pridejo na vrsto zdravila!

VEŠČINA DOBREGA PRODAJALCA: FLUENTNOST



**Poznavanje izdelka
(lastnosti, koristi,
funkcionalnosti...)**

**Poznavanje razmer
(trg, konkurenca,
okoliščine...)**

**Veščina odnosov z
ljudmi (dober stik,
prijetnost, ...)**

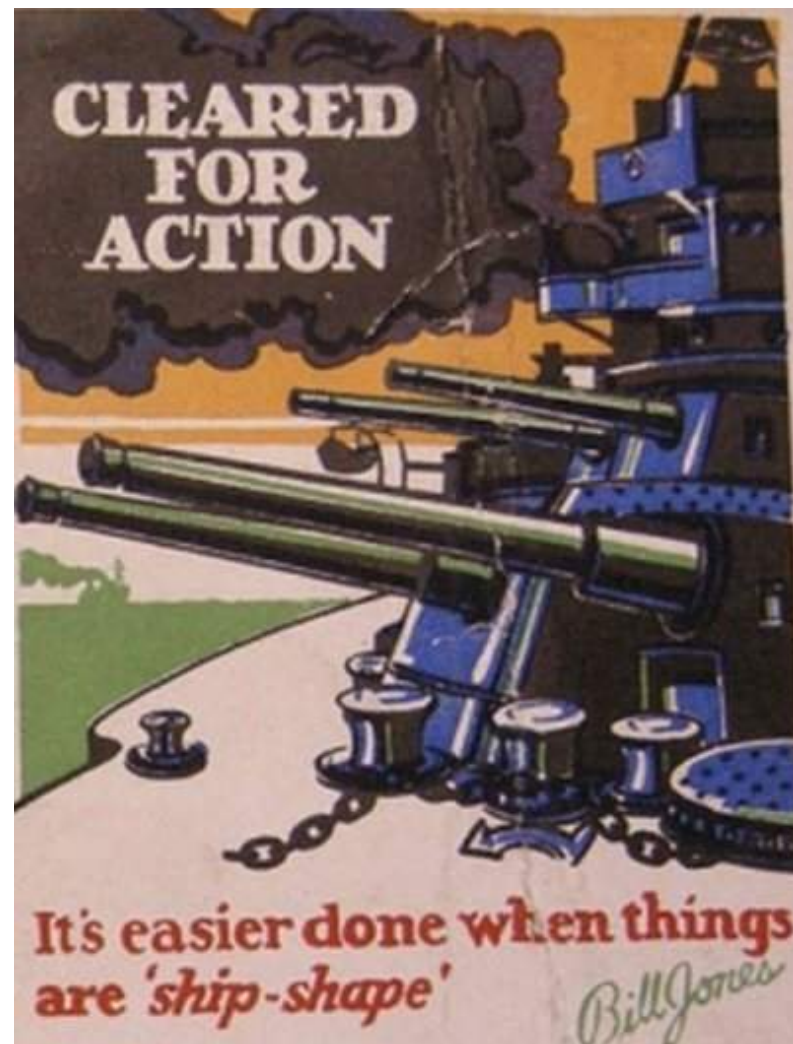
**Obvladovanje
prodajnega procesa**

PODJETJA KOT KUPCI

Razlike med prodajanjem podjetjem (B2B) in prodajanjem fizičnim osebam (B2C)

Podjetje = (skoraj) racionalni kupec

Posameznik = delno iracionalen



KLJUČNE PSIHOLOŠKE VEŠČINE V PRODAJI

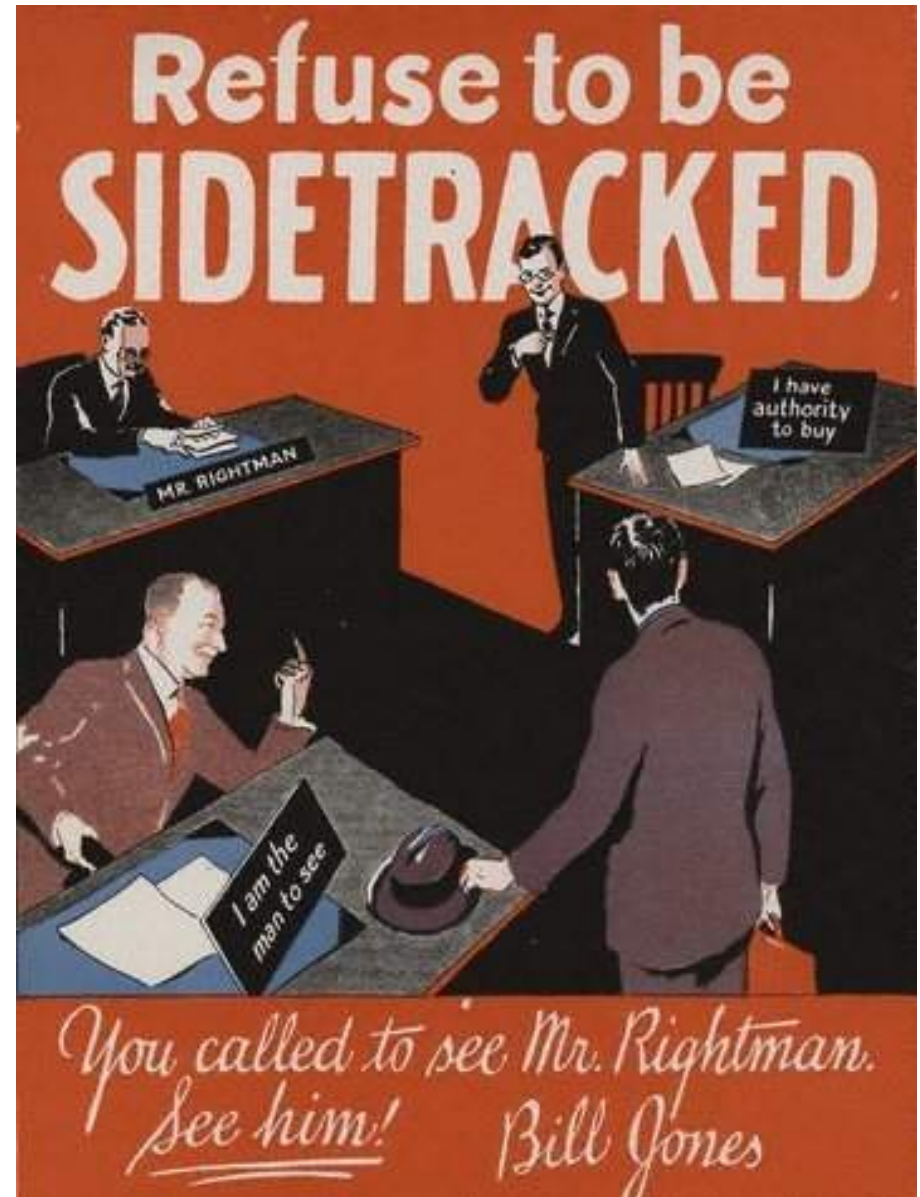
Kaj je res treba znat:

- **Razpoznati v kateri fazi nakupnega procesa je kupec**
- **Prodornost**
- **Dober stik in vzpostavitev zaupanja**
- **Nedirektivnost**
- **Asertivnost**
- **Psihologija vplivanja in prepričevanja**
- **Učiti kupca (moč je v deljenju)**
- **Znat sestavljati “tailor made” zgodbe za različne deležnike**

PRODORNOST

**When in doubt:
always hit the general!**
(L. Magister Fabjan)

© Marko Vrtovec, 2016



DOBER STIK - RAPORT

- 1. Sem grožnja?
Navidezna časovna omejitvev**
- 2. Neogorožujoče neverbalno vedenje**
- 3. Zrcaljenje / uskladitev**
- 4. Hitrost govora**
- 5. Asistenčna tema**
- 6. Suspenzija Ega**
- 7. Validacija sogovornika**
- 8. Quid pro quo**
- 9. Prekinitev raporta**

DOBER STIK - NEVERBALNO

Ton govora

Govorica telesa

Izrazi obraza

Nasmeh

Stisk roke

Pogled v oči

Dotik



PRIMERI

Samozavest

Avtoriteta

Prepričljivost

Obrambna drža

Zguba

Umik

Laganje



RAPORT IZZIVALCA

Nevarni prijatelj

Ker ti hoče dobro,

si lahko dovoli biti manj takten

Kognitivna disonanca

Uči

QUID PRO QUO

Nekateri ljudje se lažje odprejo,
če poveš kaj o sebi

Ni treba, da je pozitivno
(hvalisanje).

Darila

Komplimenti

Ne pretiravaj.



ZAUPANJE

WV: Not the best car in the world.

Kako vzpostaviti zaupljivo ozračje:

- **Odkrito pokažemo kako svojo slabost, šibko točko**
- **Sogovornik naj bo v coni ugodja; skrbimo, da se počuti varno**
- **Nikoli ne izkoristimo slabosti / šibke točke sogovornika**

Na izraze nezaupanja se odzovemo s

- 1. parafraziranjem in**
- 2. racionalizacijo**

NEDIREKTIVNI PRISTOP

Potrpežljivost

Preusmerjanje pogovora z navezavami

Na preži za iztočnicami

Sogovornika pripeljemo, da sam sprevidi, kaj je prav.

Idealno je, če se sogovornik sam domisli našega predloga (z našo pomočjo).

Če gre za nadrejenega, mu pripišimo tudi zasluge!



ASERTIVNOST

Da vodiš, prevzemaš pobudo

Znaš nevidno uveljaviti svojo voljo

Drugi radi naredijo, kar želiš

- “Čas priganja, gremo!” pristop
- Imej pred očmi cilj pogovora
- Zagovarjaj vrednost
- Drži tempo – predlagaj naslednje korake
- Ne pristajaj na odvode in distraktorje
- Zahtevaj koncesije za dodatne zahteve kupca
- Anticipiraj zadržke (in se pripravi nanje)- ohrani samozavest



KOGNITIVNI “BIAS” – HEVRISTIČNE BLIŽNJICE

Hevristične bližnjice pri nakupu tržniki dobro poznajo

Napake v razmišljanju

Filogenetsko pogojene, na nivoju nagonov, omogočajo nam preživetje.

Poenostavljajo sprejemanje odločitev

Varčevanje z energijo

Navada / ponavljanje utečenih vzorcev

Avtomatizmi

SELEKCIJA KANDIDATOV ZA PRODAJALCE

**Katere osebnostne lastnosti določajo dobre prodajalce
(raziskave):**

- **Vestnost**
- **Zavzetost**
- **Ekstravertnost**

Vprašalniki o lastnostih prodajalcev

- **Selekcija**
- **Razvoj, rast**

DOMAČA NALOGA

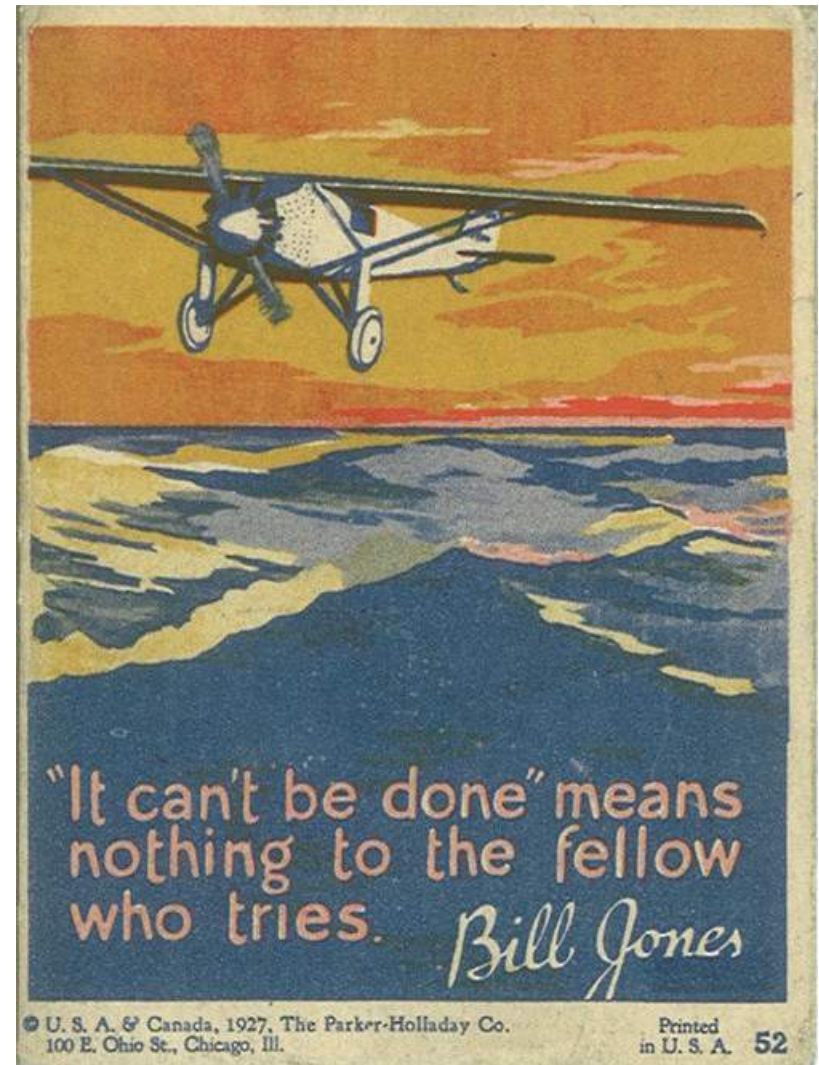
Tedenska evalvacija sestankov

Kaj sem naredil dobro

Kaj je bilo slabo

Kaj bi naredil drugače

Kako bom ravnal naslednjič



VAJA DELA MOJSTRA, MOJSTER DELA VAJO.

Nikoli ne dobiš druge priložnosti,
da ustvariš prvi vtis.

Pri isti osebi.



HVALA ZA POZORNOST

Marko Vrtovec

041 769 489

marko@vrtovec.si

si.linkedin.com/in/markovrtovec

[Twitter: @MarkoVrtovec](https://twitter.com/MarkoVrtovec)

