

CHEAT SHEET

5 NAJČEŠĆIH PRIGOVORA

*I Vodič Kako Da
Rešimo Svaki Od Njih
U Cilju Duplo Većeg
Procenta Zatvorene
Prodaje*

AUTHOR NAME | SLAVISA MIĆEVIĆ



UVOD

Pozdrav!!

Ja sam Slaviša, mentor za prodaju i komunikaciju putem poziva i poruka za preduzetnike i prodavce koji prodaju svoje proizvode i usluge.

Dvostruki sam prodavac godinu u direktnoj prodaji. Prodavao sam usisivače od 3000e na kućnim prezentacijama i uspeo sam da oborim rekorde u prodaji usisivača na dnevnom, nedeljnom, mesečnom i godišnjem nivou.

Uspeo sam da prodam osobi koja nije htela da me pusti da udjem u kuću a jednom prilikom sam u Pančevu zatvorio prodaju sa klijentom koji nije ni video usisivač, nakon 2h razgovora.

Danas pomažem preduzetnicima koji prodaju svoje usluge online, prodavcima, menadžerima i tim liderima da unaprede svoje pregovaračke i komunikacijske veštine kako bi duplirali procenat zatvorenih prodaja i tako došli do rekordnih prihoda.

Moji klijenti dobijaju pomoć od mene u sledećim fazama:

- Prospectingu (komunikaciji sa potencijalnim klijentima, kako bi uspeali da se pozicioniraju kao rešenje i zakažu prodajni poziv/sastanak)
- Pozivu (kako da vode pregovore i uspešno zatvore prodaju i izbore se sa svakim prigovorom - bez obzira da li prodavali preko poziva ili preko poruka)
- Isporuci (kako da na isporuci ostanu profesionalni i ne podvladjuju klijentima a da se klijenti ne naljute i da, i dalje žele da rade sa njima - *"ako su vam dali novac nisu vas kupili tim novcem, legitimno je reći ne za ono što niste u obavezi da uradite"*)

Razlog zašto je preko 300 ljudi, što preduzetnika što prodavaca prošlo moje obuke i treninge, je taj što su jednostavnim i konkretnim smernicama zatvarali velike prodaje već u prvom sledećem pozivu koji su imali.

Neki su imali cilj da povećaju veći broj zakazanih poziva, neki da povećaju broj zatvorenih prodaja a neki da povećaju broj realizovanih prodaja, jer su imali izazove sa tim da nakon prvog DA, kupac odustane iz njima nepoznatog razloga...

U dugogodišnjem radu u direktnoj prodaji, prigovori su nešto sa čime se susrećem svaki dan. A jedini način da postanem dvostruki prodavac godine je bio taj da postanem ekspert u rešavanju svih prigovora.

Iz tog razloga, da ne bi morao/la ti da prolaziš kroz to neprijatno iskustvo i učiš na sopstvenim greškama, odlučio sam da ti pomognem i **poklonim cheat sheet vodič** za top 5 najčešćih prigovora kako bi uspeo/la da dupliraš procenat prodaje!

AUTHOR NAME | SLAVISA.KAKODAUSPEM



***Prigovori koje ćeš od
sada prevazilaziti lakše
nego ikad pre su:***

- 1. "Moram da razmislim."**
- 2. "Skupo je."**
- 3. "Da li imate garanciju?"**
- 4. "Nazvaću vas."**
- 5. "Moram da popričam sa
suprugom."**



1

"Moram da razmislim."



Opcija 1, kada prevazilazimo prigovor moram da razmislim:

- **Ti:** "Ime, razumem te u potpunosti da želiš da razmisliš o svemu, možeš li mi reći koliko ti je vreme potrebno da razmisliš?"
- **Klijent:** "Pa 2-3 dana."
- **Ti:** "U redu IME, upisao sam u kalendar da se čujemo za 3 dana. Pre nego što završimo poziv možeš li mi reći samo o čemu bi to tačno razmišljao?"
- **Klijent:** "Pa o svemu, ja uvek tako razmišljam kada treba da donesem neku odluku, ne volim da donosim odluke impulsivno."
- **Ti:** "Razumem te u potpunosti, koliko dugo već razmišljaš da (razlog zbog koga nas je pozvao) npr. da angažuješ nekoga da vodi marketing umesto vas?"
- **Klijent:** "Pa već neka 2-3 meseca..."
- **Ti:** "Ime, to je dovoljno vremena da zaključim da stvarno želiš tako nešto, da li sam u pravu?"
- **Klijent:** "Da, želim."
- **Ti:** "Ime drago mi je da želite tako nešto. A kada smo kod razmišljanja, kada neko želi da razmisli o nečemu **što želi da uradi**, toj osobi su potrebne informacije a ne vreme, jer vremenom se neće ništa samo rešiti. A kada je u pitanju usluga koju ja treba da vam isporučim, ko vam može dostaviti bolje informacije osim mene. **Zašto mi ne bi rekli šta je ono što trebate da saznate od nas kako biste mogli da donesete odluku sada?**"



1 "Moram da razmislim."



Opcija 2 kada znamo da se nešto krije iza "moram da razmislim":

- **Klijent:** "Super Slaviša, javiću ti se samo moram malo da razmislim o svemu..."
- **Ti:** "IME, razumem te u potpunosti, koliko ti vremena treba da razmisliš?"
- **Klijent:** "Pa jedno 2-3 dana..."
- **Ti:** "U redu IME, mogu li da znam samo o čemu bi želeo da razmisliš, kako bih mogao da se pripremim za naš sledeći poziv i obezbedim ti još informacija?"
- **Klijent:** "Ne, ne moraš ništa, treba mi samo malo vremena da svarim sve ovo što si mi rekao, da posložim sve i onda da ti se javljam..."
- **Ti:** "U redu, nije nikakav problem, možemo se čuti za 2 dana, evo zabeležio sam. Zanima me samo još jedna stvar **pre nego što završimo poziv**. Kada su ovakve situacije, da neko želi da razmisli uvek se radi o 3 stvari, prva je da mu cena nije okej, druga je da nije siguran da li će ovo da mu pomogne u potpunosti i treća koja mislim da nije slučaj sada, da ne može sam da donese odluku... Koja od ove tri stvari je slučaj sa vama?"

****Moram da razmislim u 99% slučajeva nije prigovor već izgovor, dimna zavesa iza koje se krije pravi, realan prigovor. Iz tog razloga uvek budite obazrivi i pre nego što izaberete način kako prevazilazite ovaj prigovor, uverite se da je to pravi prigovor.***



“Skupo je.”

2



Ti: “Jeste IME, samo kada kažete da je skupo, mislite da je skupo u odnosu na šta?”

Klijent: “Pa u odnosu na ostale na tržištu, evo XY kompanija nudi isto to samo za manje novca...”

Ti: “Aha, razumem šta želite da kažete. Ajde na trenutak da zamislimo da je cena XY kompanije i naša cena ista, sa kim biste pre poslovali?”

Klijent: “Pa sa vama.”

Ti: “Drago mi je što to čujem od vas i hvala vam na iskrenosti IME. Zbog čega biste izabrali nas a ne njih?”

Klijent: “Pa zato što imate garanciju, kraći rok isporuke i konstantu podršku i pre svega mi delujede profesionalnije od njih...” (**bilo šta što bude rekao kao razlog ujedno predstavlja razlog više zašto bi trebao da radi sa nama a ne sa konkurencijom**)

Ti: “IME drago mi je što imate tako lepo izgradjeno mišljenje o nama, zaista se trudimo da nas svi prepoznaju po tim stvarima. Kada kažete da kod nas imate sve te stvari koje nemate na drugom mestu, da li bi bilo onda fer i pošteno da odete kod njih, kupite sve po istoj ceni kao kod nas a ne dobijete sve to što ste rekli?”

Klijent: “Pa ne bi bilo pošteno...”

Ti: “Pa zar onda sve to ne bi trebao da bude razlog više da saradjujete sa nama, ako za sebe želite najbolje i da dobijete najbolji odnos cene i kvaliteta uz šta je i uključeno sve to što ste naveli, garancija, isporuka i profesionalnost?”



“Da li imate
garanciju?”

Ti: “IME, drago mi je što to pitate, kakav vid garancije vam je potreban?”

Klijent: “Pa, voleo bih da znam šta će da se desi ako ne budem dobio rezultate u narednih 30 dana, ako se ništa ne promeni u odnosu na sada?”

Ti: “IME, da li je to ono što tražite? **Ukoliko bi postojao takav vid garancije, da li to znači da bi otpočeli saradnju?**”

Opcija 2.

Klijent: “A da li imate neki oblik garancije?”

Ti: “Verujem da vam mogu ponuditi neki vid garancije. Kakav vid garancije bi vama bio od koristi?”

Klijent: “Pa, znate šta, ako nema garancije ja neću kupiti. Želim da dobijem garanciju da ako u narednih 30-60 dana ne vidim rezultate da ćete mi vratiti novac.”

Ti: “IME, ajde da kažemo hipotetički da možemo da vam damo takav vid garancije, šta bi nam bio sledeći korak?”

Klijent: “Pa onda bi mogli da krenemo u saradnju..”

Ti: “IME, pričali smo o našoj dugoročnoj saradnji zato što želite da imate bolje rezultate u XY u odnosu na ranije, da povećate vaše prihode i razvijate vaše poslovanje, jel sam u pravu?”

Klijent: “Da.”



“Da li imate
ganarnciju?”

3

Ti: “U redu. Mi ne možemo da vam donesemo procenat rasta od 300% u 30 dana. Znate i sami, ko god bi vam tako nešto rekao, verovatno bi vas lagao. A siguran sam da ne želite da naš odnos baziramo na lažima, zar ne?”

Klijent: “Pa naravno da ne..”

Ti: “Pa IME, koja su vaša realna očekivanja?”

Klijent: “Pa želeo bih da neko uradi to, to i to.... (na primer, želeo bih da neko preuzme odeljenje marketinga a da nije iz naše kompanije i da vodi računa o svim tim stvarim bez da padnu trenutni rezultati koje smo pravili..).”

Ti: “Okej, adje da se pretvaramo da mogu to uraditi za vas. Da li bi bili spremni da krenemo u saradnju?”

Klijent: “Da, bio bih sreman..”

Ti: “U redu, krenimo...”



4 "Nazvaću vas."



Klijent: "Važi, hvala ti na informacijama, da vidim sada šta i kako pa ću te nazvati..."

Ti: "Znate šta gospodine IME, dosta dugo radim ovaj posao i kada god čujem to da neko kaže da će me nazvati, nikada ne dobijem odgovor. Ono što mi je iskustvo takodje pokazalo je to, da ljudi kada kažu "nazvaću te" pokušavaju da budu fini i traže način da mi kažu ne a da me ne povrede. Da li je to i sada slučaj? Ili je nešto drugo u pitanju, cena, novac?"

Klijent: "Pa zapravo, cena je malo veća..."

Ti: "U redu, ajde da pričamo o ceni onda. Šta možemo da uradimo za vas, da li bi vam neki plan odloženog plaćanja pomogao?"

Klijent: "Pa zapravo, možda i bi..."

I dalje nastavljate da pronadjete bolje uslove za klijenta!



5 “Moram da popričam sa suprugom.”



Klijent: “Sve mi to deluje super, samo još da popričam sa suprugom, jer mi sve odluke donosimo zajedno i javljam vam se...”

Ti: “Naravno IME, drago mi je što ste onaj tip osobe koji vodi računa i o drugima i sve stvari, naročito bitne kao što je ova, rešava nakon razgovora sa lepšom ili jačom polovinom. Kaži mi IME, koliko ste zajedno ti i tvoja supruga?”

Klijent: “7 gonida...”

Ti: “Svaka čast IME, to nije mali period i sada sam definitivno siguran da ovu odluku trebate zajedno doneti... Za ovih 7 godina sigurno ste se dobro upoznali, poznaješ ti nju ali i ona tebe... Kada završimo razgovor i kada joj budeš rekao da smo pričai i da želiš da investiraš 2000e za XY, šta misliš da će ti reći?”

Klijent: “Pa reći će da je to puno novca..”

Ti: “I da li misliš da će reći da si lud, da nemate toliko novca za trošenje sada?”

Klijent: “Da, definitivno mislim da će reći nešto slično tome...”

Ti: “I kako onda predlažeš da rešimo ovo? Ja vidim da ti želiš i da bi krenuo iste sekunde da radimo na XY ali moramo da budemo sigurni i da tvoja supruga to želi...”

Klijent: “Ne znam, nisam razmišljao o tome... Ali sigurno će biti tako nešto, jer nam treba dosta vremena da zaradimo taj novac..”



5 “Moram da popričam sa suprugom.”



Ti: “Razumem te skroz, imam jedan predlog s tim što ne znam da li bi ti značilo to... Imam dosta iskustva u ovakvim situacijama i primetio sam da kada god neko nije mogao da napravi sledeći korak, da je razlog bio taj što nisu imali sve odgovore na pitanja koja im je supruga postavila.... Kako bi to izbegli, da li misliš da bi poziv na kome bismo se našli ti, tvoja supruga i ja bio koristan? Kako bih mogao da joj dam sve odgovore koje bude želela da čuje i da vidi sa kim bi ti saradjivao narednih 6 meseci?”

Klijent: “U da, to bi moglo da pomogne...”

Ti: “IME, nikako ne bih želeo da krenemo da radimo ukoliko ti i supruga niste 100% za, zato što znam koliko je važno da imate međusobnu podršku kako bi lakše i brže uspeali da dodjemo do XY (rezultata).”

Klijent: “Da, tako je..”

Ti: “Pa, kada bi bio dobar trenutak da odradimo poziv, sutra u 10 ili 17h?”

Klijent: “Može sutra u 17h...”

Ti: “ Dogovoreno, sutra u 17h. Ti, tvoja supruga IME SUPRUGE i ja ćemo popričati. Voleo bih pre poziva da se dogovorimo jednu stvar. Moj posao nije da ubedjujem tvoju suprugu da pristane da mi radimo, zato što jedina osoba koja može da je uveri u to jesi ti. Ali šta je ono što želim da uradim, siguran sam da će imati neka pitanja u vezi svega ovoga i ja ću biti tu da joj dam svaki odgovor koji zahteva. I verovatno ću joj postaviti par pitanja, samo da se uverim da ona zna šta radimo i zašto to pokušavamo da uradimo. Da li si ti okej sa tim?”

Klijent: “Naravno, zvuči super..”

Ti: “Odlično, vidimo se onda sutra u 17h..”

AUTHOR NAME | SLAVISA.KAKODAUPEM



Zašto Ljudi NE KUPUJU?

***Zapamti uvek jednu stvar,
ljudi ne kupuju samo iz
ovih 5 razloga:***

1. Ne treba im
2. Nije im hitno
3. Ne žele
4. Nemaju novca
5. Ne veruju (tebi, ponudi, sebi)

**Kada radiš prospecting i “prodaješ poziv”,
uveri se da si dao pozitivnu ocenu na veći deo
ovih stavki. Što manje stavki ostane pod
znakom pitanja prodaja će biti lakša!*

Srećno!

Puno lakih prodaja ti želim!

Ako želiš da dupliraš procenat prodaje u 90 dana uz pomoć ŠAH-MAT sistema prodaje, koji je meni i mojim klijentima omogućio da zatvaramo prodaje bez muke, pošalji mi poruku u DM "Prigovor" i uveri se da ti mogu pomoći.



@slavisa.kakodauspem

OSTANIMO U KONTAKTU

www.kakodauspem.com
info@kakodauspem.com