

Navdušenje pomaga prodajati

Dobro prodajajo tisti, ki prodajajo z veseljem, žarom, neustavljivo energijo in ki verjamejo v izdelek

Natalia Ugren
trgovina@finance.si



Kaj prepriča kupca o nakupu določenega izdelka ali storitve? So to cena, popusti, blagovna znamka, barva, oblika, materiali? Ne, to je preprosto – prodajalec!

Najpogostejše naveden razlog za nakupno odločitev je prodajalec, torej oseba, ki ima stik s kupcem. Njegova pomembnost se še poveča, če ima profesionalen pristop: je osebno urejen, ima strokovno znanje in obvlada prodajne veščine. Najuspešnejši pa so tisti, ki k tem lastnostim dodajo še nekaj, kar imenujemo navdušenje. Po slovarju slovenskega knjižnega jezika: imajo veliko veselje, voljo, pripravljenost ... Če pa si to besedo pogledamo še bolj, vidimo, da je sestavljena iz »na«, »v«, »duše«, »nje«, kar pomeni, da izhaja iz osebe, iz notranjosti, iz duše. Zato je navdušenje tako močno čustvo, da z lahkoto prepriča kupca, da se bo dobro odločil za nakup.

Nekateri izdelki gredo za med ...

Kako se lahko navdušimo nad izdelki ali storitvami, ki jih prodajamo? Resnično morate biti sami prepričani, da je določen izdelek ali storitev res dobra, koristna za uporabnika in vredna svojega denarja. In kako to doseči? Tako, da si sami na-

štejemo pozitivne stvari in koristi, ki jih z uporabo tega izdelka oziroma storitve pridobimo. Vsakemu prodajalcu je določen izdelek najbolj pri srcu. Največ ve o njem, sam ima dobre izkušnje z njim in pozna pozitivne zgodbe drugih strank, ki ga že uporabljajo. Zato nima težav pri predstavljanju in o njem govori z navdušenjem, kar še dodatno prepriča kupca o nakupu. Tak kupec, ki doživi navdušeno predstavljanje izdelka ali storitve, se hitreje in lažje odloči za nakup.

... drugi pa nikakor

Enako ima vsak prodajalec med svojimi prodajnimi izdelki tudi takšne, ki jih nima najraje. Takrat se verjetno zgodi, da jih prodajo zelo malo, kar vodi v prepričanje, da so resnično slabi, saj jih stranke ne kupujejo. Vendar je prav nasprotno: stranke jih ne kupujejo, ker jih prodajalec ni navdušil. Kako iz začaranega kroga? Prodajalec se mora najprej prepričati, da je izdelek oziroma storitev dobra za stranko, to pa naredi tako, da se o njem pozanima: o njegovih prednostih, o tehničnih podatkih, posluša naj druge stranke, ki navdušeno pripovedujejo o tem izdelku, in prav tako naj posluša svoje sodelavce, ki so nad njim navdušeni.

F INFO

► Natalia Ugren je lastnica in direktorica podjetja Skrivnostni nakup.