

PRODAJA - MOTIVIŠITE SE

Rad u prodaji: motivišite sami sebe u nekoliko koraka

Da li spadate u one srećnike koji bi prodali i frižider Eskimima, da su u prilici? Da budemo realni, većina ljudi nije talentovana za prodaju. Na sreću, i ovo je veština koja se da naučiti, makar u osnovim crtama jer i u našoj zemlji najčešći način dodatne zarade leži upravo u nekoj vrsti prodaje. Studentski poslovi, ako izuzmemo fizičke poslove, vrlo često su promoterski i akviziterski. Čak i onima koji se tokom studija izdržavaju tako što povremeno ili privremeno rade u knjižarama ili na sajmovima kojih je, na sreću, dosta u Beogradu, nije uvek lako da svoju prirodu usklade sa zahtevima posla - prodati proizvod (kakav god da je) i napraviti profit.

Trik sa pravilnom radnom motivacijom nije u tome da se jednostavno motivišete za posao, već u tome da se motivišete da radite stvari zbog kojih ćete biti uspešniji, a to je kudikamo lakše. Predlažemo vam da pročitate naredna pitanja i za svako odvojite barem 10 sekundi da bi ste iznašli sopstveni odgovor.

Šta je svrha mog posla i zašto to radim?

Zašto radite u prodaji? Da li zaista želite da pomognete ljudima? Da li bi vam bilo dosadno kada ne biste proizvodili profit? Da li zapravo želite fiksnu platu da biste prehranili porodicu? Zapamtite da ovde nema "pravih" i "pogrešnih" odgovora, ali i da je potrebno da saznate zašto zapravo radite, da biste mogli svom poslu da date odgovarajući smisao.

Kako to što ja radim utiče na mene?

Što više uspete da udružite to što radite sa vašom sopstvenom svrhom, lakše će vam biti da se motivišete da uradite sav neophodan posao. Na primer, ako težite da pomažete ljudima, onda treba da se fokusirate na onaj aspekt posla koji je vašim kupcima ili klijentima najkorisniji i koji im zaista pomaže. Jedan dobar način je i da verujete u proizvode koje prodajete: to je lako kada su u pitanju knjige, zdrava hrana, karte za pozorišta, kozmetika netestirana na životinjama i sl., dok se oko prodaje nekih proizvoda poput veb hostinga ili auto delova treba malo pomučiti i ući u srž: kome je to korisno, zašto i na koji način. Što više znate o proizvodu i njegovim osobinama, lakšu ćete komunikaciju ostvarivati sa kupcima, pa i kada je reč o poslu tokom leta.

Kako se ciljevi koje su postavili moji šefovi uklapaju u moja htenja?

Najčešće vaši šefovi žele da vi budete uspešni zato što to pomaže njima u ostvarivanju svojih ciljeva. Usklađivanjem onoga što vi želite sa njihovim ciljevima ukloniće prepreke koje osećate kada mislite da ste "prisiljeni" da radite i time ukloniti osećaj otpora koji se prirodno javlja kada smo pritisnuti.

Kako se strategija moje kompanije može povezati sa mojim ličnim ciljevima?

Mnoge kompanije osnovane su sa nekom vrstom višeg cilja (primera radi, mnoge haj-tek firme žele da "promene svet"). Usklađivanje vaših želja sa strategijom kompanije za koju radite stavlja vaše svakodnevne aktivnosti u širi kontekst, čineći vas delom jedne veće celine. To ne mora da bude korporacija sa ustanovljenom pisanom strategijom - u malim privatnim preduzećima svakako ćete pre ili kasnije biti u prilici da intervjuišete osnivača i saznate šta ga pokreće. Na sličan način možete dobiti informacije i od kolega koje su tu duže od vas i koji su uspešniji. Bez brige, iza mnogih poslova stoji neka dugoročna i lepa zamisao, najčešće opštečovečanski prihvatljiva.

Koji su moji specifični ciljevi i ambicije?

Sada kada ste sve povezali, vreme je da postavite ambiciozne ciljeve koji, kada ih dosegnete,

predstavljaju sami po sebi uspeh za vas, za vaše proizvode, za vašeg šefa i kompaniju. Ne govorimo ovde o radu "na normu" u kome je potrebno dostići željenu kvotu, govorimo o ciljevima koji će vas inspirisati, i učiniti stopostotno sigurnim u to da ćete ispuniti svoje želje. Neka taj cilj bude specifičan i što konkretniji. Izaberite nešto do čega je vama lično stalo (za proveru oprobajte ovo pitanje: koliko je ovaj cilj meni lično privlačan na skali od 1 do 10?). Zapitajte se kako ćete znati da ste ga ostvarili (možda ćete hteti da postavite vremenski okvir za cilj), i ne zaboravite da ga memorišete (još bolje: zapišete), naravno, u afirmativnom obliku.

Koji je moj plan za ostvarivanje ovih ciljeva?

Razmotrite svoj plan korak-po-korak, šta je potrebno da učinite da biste se približili ciljevima (ako još nemate plan, pravo je vreme da ga napravite!). Proverite da li su vaši koraci izvodljivi i razumni. Nemojte se plašiti da, ako treba, i promenite plan da biste došli bliže cilju.

Motivacija se hrani trenutkom. Ako pređete na akciju, ovoga časa, dok još razmišljate o pitanjima, to će vas držati tokom dana, održavajući vaš fokus na aktivnostima koje će vas odvesti ka cilju i ispunjenju želje/htenja.

Možda vaš šef ne veruje u vašu motivaciju

Ukoliko vaš cilj zavisi od drugih ljudi, onda moguće da nije baš dobro postavljen. Ali ako je to šef koji vas demotiviše, ima načina da se nosite i sa tim. Osim ovih koraka za motivaciju, treba da naučite kako da se nosite sa šefom koga baš briga za vašu motivaciju, ili još gore - kaže vam da je sve to irelevantno i da su samo cifre ono što se računa.

Pošto smo ustanovili na koji način se mogu povezati vaši ciljevi sa korporativnim i ciljevima vaših pretpostavljenih, a to ne može da se primeni na cilj vašeg šefa da prosto dosegne određene cifre (dok vi želite da pomognete ljudima), zvuči čudno ali - zapravo i nema nekog unutrašnjeg konflikta između vašeg i cilja vašeg šefa. U suštini, na duge staze dobre cifre u prodaji se ostvaruju uz pomoć verovanja da pomažete svojim kupcima. Konflikt se javlja kada, u cilju da brzo ostvarite što veću prodaju, šef traži od vas da prodajete proizvode ili usluge koje kupac niti želi niti mu trebaju. Ovo je vrlo uobičajena situacija unutar organizacija koje još nisu naučile da tvrde tehnike prodaje vode pravo - napolje iz posla.

Ima nekoliko načina da se postavite u ovoj situaciji, u zavisnosti od toga u kojoj meri vaš šef reprezentuje vrednosti i ideale unutar kompanije. Imate ove opcije na raspolaganju:

Strategija 1: Asimilacija

Verovatno će biti potrebno da postanete klon svog šefa i naučite sve manipulativne tehnike prodaje tako da možete da obradite mušteriju što je brže moguće. Onda idite na pićence sa svojim šefom i smejte se zajedno onome koga ste tako lako i brzo namagarčili.

Strategija 2: Ostavka

Ako vaša uverenja i sistem vrednosti nikako ne korespondira sa sistemom i uverenjima vašeg šefa i menadžmenta, učinićete sebi veliku uslugu ako se izvučete odatle i potražite drugi posao. Bolje pre nego kasnije. Još važnije, vi nećete raditi ono što najbolje radite, ako su vaše vrednosti u sukobu sa ostatkom organizacije.

Strategija 3: Sačekajte da ode

E sad... Ukoliko vaš šef nije usklađen sa ostatkom kompanije, a strategija firme je u osnovi podudarna sa vašim nastojanjima, imate treći izbor.

Izolujte se od šefove negativnosti i idite putem koji ste sebi zacrtali, što je dalje moguće. Upoznajte se i sarađujte sa prodavcima koji rade za druge šefove. Trudite se duplo više, tako da opet možete dosegnuti

željene cifre na način koji neće namagarčiti kupce.

Ako je šef duboko zabrazdio, postoji mogućnost i da će eventualno biti otpušten. Ili vi možete da pređete u drugu grupu, kod drugog šefa. Važno: postavite vremenski okvir u kome ste voljni da trpíte postojeću situaciju. Odvojite vreme i da napravite dodatni plan tako da ipak koraknete napred u karijeri i ne dođete u situaciju "spasavaj se ko može".

Strategija 4: Probajte da utičete na svog šefa

Teško, ali moguće. Međutim, nemojte se zavaravati da možete tek tako da menjate nekoga. To se zapravo radi tako što vi menjate svoj odnos prema nekoj osobi i povratna reakcija je da ta osoba menja odnos prema vama. Dakle, vi ne menjate praktično neku osobu, nego svoj pristup toj osobi i konkretnom problemu. Ukoliko vaš šef nije totalno zadržt, verovatno da će primetiti nov način i stil kojim vi postižete dobre rezultate, te će ih i on vremenom usvajati. Ipak, budite realni u svojim očekivanjima. Ova tehnika nije svemoguća, ne pali uvek i retko ko ume da je pravilno koristi. Onda primenite neku drugu strategiju. U svakom slučaju, svoj svet menjate tako što menjate sebe.

Literatura:
[Geoffrey James](#)