



Prodaja u Crvenoj zoni

Ja nisam samo stručnjak za prodaju. Ja sam prodavač koji je prodao hrpe proizvoda vrijednih milijune dolara, a još učim o prodaji. Osim toga, tko želi biti SAMO stručnjak, kad može biti STRUČNJAK?

Kroz ovu *Malu crvenu knjižicu prodaje* naučit ćete zašto do prodaje dolazi. Kad savladate elemente koje ću vam dati, uspješno ćete prodavati – zauvijek. Razlika između uspjeha i prosječnosti je u **filozofiji**. Većina prodavača misli samo do kraja mjeseca. Ali vi morate početi misliti do *kraja vremena*. Tako ja razmišljam.

Ako razmišljate do kraja vremena, svaki put kad se nađete u prodajnoj situaciji, prodaja će biti dugoročna, usmjerena na odnos i rezultirati preporukom. To nema nikakve veze s prodajnom manipulacijom ili nekim sumnjivim taktikama koje su prave prodavače dovele na loš glas.

Mala crvena knjižica prodaje bi se jednako tako mogla zvati *Mala crvena knjižica kupovine*. U prodaji, suptilna razlika između uspjeha i neuspjeha je razlika između pokušaja prodaje onoga što imate i stvaranja atmosfere u kojoj će potencijalni kupac kupiti to što imate. *Ljudi ne vole da im se prodaje, ali obožavaju kupovati* je za mene više od registriranog zaštitnog znaka – to je moja mantra. Čitajući ovu knjigu morate razviti filozofiju koja vas vodi višem, vrednijem i uslužnijem cilju.

OK, znam. Zvučim kao profesor na fakultetu. Na prvi pogled, to čak zvuči i nerealno. Ali imajte na umu da sam ja rođen u New Jerseyu, studirao sam u Philadelphiji, radio u širem području Philadelphije i pet godina na Manhattanu prodavao odjeću – uspješno – bez da sam ikad ikome dao mito (iako su ga SVI ili očekivali ili ga tražili).





Kroz sve svoje prodajne bitke koje su završile pobjedom ili potpunim porazom, naučio sam lekcije vrijedne milijune dolara koje ćete vi sada dobiti u ovoj crvenoj knjižici za nekih 20\$.

Umjesto da mislite
do kraja mjeseca,
počnite misliti
do kraja vremena.





Evo kako ćete
zlatne informacije iz
Male crvene knjižice prodaje
pretvoriti u svoj prodajni uspjeh.

Dat ću vam zlato u
komadićima **veličine zalogaja.**

Možete ih upotrijebiti,
bilo kad i bilo gdje.

Možete ih iskušati
u istom trenutku
u kojem ih naučite.

Također su vam na raspolaganju svi mogući pomoćni proizvodi kojima ćete produbiti razumijevanje prodaje i zašto ljudi kupuju. Možete nabaviti dodatne CD-e, kartice s uputama, video isječke s Interneta, što god želite, koji će vam pomoći da shvatite, primijenite i u djelo provedete najbolje prodajne strategije koje znam.





Ako se ne možete koristiti ovim strategijama i izgraditi vlastiti uspjeh, savjetujem vam da se što prije ostavite prodaje.

Ako uspijete savladati i primijeniti jednu vještinu dnevno u osobnom životu i životu prodavača, nakon godinu dana bit ćete stručnjak. Stručnjak s velikim iznosom na svom bankovnom računu.

Uputa čitateljima: Ova knjiga sadrži žargon kojim se koriste stvarni ljudi u stvarnim prodajnim situacijama. Nisam prilagodio knjigu da bude politički korektna, (muško sam, tako da sam sklon izražavati se u muškom rodu), niti sam izmijenio stvarne situacije iz svijeta prodaje u kojima se nalazim svaki dan.

Izbacio sam jednu stvar, a to je prenemaganje.

Ako vas išta od ovoga vrijeđa, ostavite se prodaje pod hitno i pronađite si ugodan i siguran posao u nekoj velikoj kompaniji gdje ćete svaki dan moći cmizdriti i kukati o svojoj niskoj plaći.

Ali ako sanjate o tome da postane uspješan prodavač i na kraju se osjećate ispunjenim jer ste to učinili na “svoj način”, onda ovu knjigu morate odmah kupiti, dvaput pročitati, proučiti i primijeniti što je prije moguće i svakog dana se služiti njom.

Ako želite imati i ovce i novce, jamčim vam da je ovo knjiga za vas.

Jeffrey Gitomer

Okrenite stranicu...





**Mala *CRVENA* knjižica prodaje
NE govori samo o tome kako
prodati. Govori o tome kako
prodavati *ZAUVIJEK!***

Kako čitati ovu knjigu
Kako primijeniti ova načela.
**Kako koristiti načela ove
knjige za uspjeh!**

Ova knjiga je *CRVENA*. Ključna mjesta su naglašena, a znat ćete da su ključna jer su crvena. Ali morate shvatiti da su važne sve riječi, ne samo crvene riječi.

Ovu knjigu se mora *PROČITATI*. Da bi vam ova knjiga pomogla, morate stvarno pročitati svaku riječ. Puno sam se namučio da izbacim sve nepotrebno. Sve što piše u ovoj knjizi je prava stvar.

Ovu knjigu se mora *PONOVO ČITATI*. U stvarnom svijetu prodaje, pronaći ćete upotrebu za svako od ovih načela. Napravio sam knjigu malom tako da je možete nositi sa sobom i koristiti odgovarajuća načela u svakoj prodajnoj situaciji u kojoj se nađete. Što više ćete nositi sa sobom ovu knjigu, više ćete prodaja obaviti.





Ova knjiga ima *MARGINE*. Na marginama ćete pronaći sva moguća “prodajna kukanja” - zovemo ih crveno kukanje - koja ste ikad izgovorili. A možda i neka za koja niste ni znali da postoje. Dobra vijest je to da sam odgovorio na svako od njih. Kad pročitate ovu knjigu, nitko vam nikad više neće morati reći “prestani kukati.”

Obratite pažnju na *CRVENE ZALOGAJE*. Nakon svakog načela dobit ćete nekoliko informacija koje će vam pomoći da shvatite na koji ćete način načelo moći primijeniti.

Otidite po *CRVENI SAVJET*. Vrijedne dodatne informacije možete pronaći na mojoj web stranici www.gitomer.com. Postavio sam je kako biste stvarno morali poduzeti nešto za svoje dobro. Ima još puno crvenog zlata na mojoj stranici. Morate samo otići tamo i iskopati ga. Besplatno je.

Ova knjiga je *NOVAC*. Vaš novac. Kako ćete usvajati ova načela, prodaja će vam napredovati. Kad počnete primjenjivati ova načela, prodaja će vam znatno narasti. Kad savršeno savladate sva načela, prodaja će vam probiti plafon.

Okrenite stranicu...





Zašto je ova knjiga **CRVENA**?

CRVENA je boja *strasti*.

Strast je uporišna točka prodaje.
Nema strasti, nema prodaje.

CRVENA je boja *ljubavi*.

Ako ne volite to što prodajete, prodavajte nešto drugo.

CRVENA je *najžarkija* boja.

Morate biti blistavi da biste pretvorili prodaju u kupovinu.

CRVENA je *najuočljivija* boja.

Morate svojim mušterijama biti uočljivi vrijednom porukom, a ne samo prodajnim pristupom.

I **CRVENA** je *vatra*.

Ako vi niste zapaljeni, izgubit ćete od nekoga tko je.

Sve ove osobine **CRVENE** moraju biti objedinjene u prodavaču jer one daju temelj uspjehu. Ako to ne volite, niste strastveni oko toga, niste zapaljeni, izgubit ćete prodaju zbog nekog tko je. *Mala crvena knjižica prodaje* je **CRVENA** s razlogom: ne samo zbog načela, ne samo zbog **CRVENIH** zalogaja, ne samo zbog **CRVENIH** savjeta,





ne samo zbog **CRVENIH** cmizdrenja; već zbog ljubavi prema tome što radite. Vaša strast prema izvrsnosti vodit će vas do savršenog ovladavanja malim crvenim načelima prodaje.

Kako je najbolje čitati ovu knjigu? **Polako.**

Kako je najbolje savladavati svako načelo?

Jedno po jedno.

- 1.** Pročitajte svaku stranicu dvaput. Jednom da saznate o čemu se radi. Drugi put da shvatite o čemu se radi.
- 2.** Promislite kako se svako od načela ili misli odnosi na vas. Kako živite, kako razmišljate, kako se ponašate, kako reagirate i kako prodajete.
- 3.** Proučite i upotrijebite naučeno. Jedna od tajni veličanstvene prodaje je sposobnost da se koriste i primjenjuju tehnike i strategije koje se uče. Čitanje vam ništa ne vrijedi ako ih ne primijenite.
- 4.** Podignite slušalicu telefona i pokušajte. Što prije pokušate primijeniti naučeno, prije će to postati dio vašeg procesa usavršavanja.
- 4,5.** Nemojte cmizdriti ako ne uspijete odmah. I ne krivite mene. Ne samo da ova načela funkcioniraju, već funkcioniraju na sjeveroistoku SAD-a gdje ljudi jedu svoje potomstvo.



Evo jedne tajne. Budite sami svoja ljubav. Možete pronaći ovu tajnu u obojenim ilustracijama čim otvorite knjigu. Potražite malo crveno srce. Vidite ga? Kako se penjete stepenicama uspjeha, morate uložiti srce u posao i morate voljeti to što radite. Naizgled se to ne čini kao neka velika tajna, ali vjerujte mi, u tome je razlika između uspinjanja i spuštanja po stepenicama uspjeha.





Koja je razlika između uspjeha i neuspjeha prodavača?

Kako postati uspješan prodavač?

Hoću biti uspješan! Hoću biti uspješan!

Nema brzog rješenja, čarobnog štapića ili napitka koji će vam donijeti uspjeh o kojem sanjate. Onda, u čemu je tajna uspješne prodaje? Pa – nije to samo jedna tajna – to je tajna formula. Postoji niz od 18,5 načela, strategija i radnji koje će vas odvesti do uspjeha.

Dobro, dobro, *Tajne uspjeha u prodaji* nisu prave tajne, to su osnovni koraci koje uspješni prodavači i poduzetnici rade već stoljećima. To su zajedničke osobine onih koji postižu velike stvari. *Evo 18,5 Tajni uspjeha: (i još važnije, posjedujete ili vi sve ove karakteristike?)*

1. Vjerujte da možete. Morate imati mentalni stav za uspjeh. Vjerujte da ste sposobni to postići. Ovo vjerovanje se mora protezati na vaše proizvode i vašu tvrtku. Čini se očitim da je potrebna snažna vjera – ali malo ljudi je ima. Previše prodavača gleda prema van (na novac koji mogu dobiti) umjesto prema unutra (na novac koji mogu zaraditi). Vjerovati da ste najbolji i vjerovati da ste sposobni za uspjeh je najteže. Potrebna je svakodnevna predanost samopotpori, samoohrabrivanju i pozitivnom samonagovaranju. *Koliko vi vjerujete u sebe?*

2. Stvorite pravo okruženje. Pravilno okruženje kod kuće i na poslu će vas poticati. Potpora supružnika, članova obitelji i suradnika omogućit će vam glatku plovidbu do uspjeha. Na vama je da to okruženje stvorite. *Koliko vaše okruženje utječe na vaš stav i uspješnost?*





3. Održavajte prava poznanstva. Družite se s pravim ljudima. Drugim uspješnim ljudima. Posjećujte mjesta gdje se kreću njihove najbolje mušterije. Uključite se u prave organizacije. Steknite prave prijatelje. Klonite se otrovnih ljudi – onih koji nikada ništa ne postižu. Nađite si mentora ili trojicu njih. S kim se družite? Takvi ćete i sami postati. *Koliko su uspješni ljudi oko vas?*

4. Budite izloženi novim trendovima. Ako vi ne učite svaki dan – vaša konkurencija to radi. Nove informacije su ključne za uspjeh (osim ako niste jedan od onih prodavača koji već znaju sve – blago vama). *Koliko vremena potrošite svaki dan na učenje novih stvari?*

5. Isplanirajte si dan. Budući da ne znate kojeg dana će stići uspjeh, budite spremni za njega svaki dan. Pripremajte se obrazovanjem. Planirajte ciljeve i detalje kako ih ostvariti. Učenje i ciljevi su najsigurniji način pripreme za uspjeh. *Jesu li vam vaši planovi i ciljevi svaki dan pred očima?*

6. Postanite vrijednost. Što vredniji postanete, to više će vas tržište nagrađivati. Popustite prvi. Postani poznati kao vrijedan resurs, a ne kao prodavač. Vaša vrijednost ovisi o vašem znanju i spremnosti da pomognete drugima. *Koliko ste vrijedni drugima?*

7. Imajte odgovore koji trebaju vašim potencijalnim i postojećim kupcima. Što više problema budete u stanju riješiti, to će vam put do uspjeha biti lakši. Potencijalni kupci ne žele činjenice, žele odgovore. Kako biste imali te odgovore, morate imati vrhunsko znanje o svom poslu – i prenijeti ga u terminima kroz koje će potencijalni kupac razumjeti što radite. *Koliko dobro dajete odgovore?*

8. Prepoznajte priliku. Pazite na situacije koje mogu stvoriti priliku za uspjeh. Malo poznata činjenica je da treba stvoriti i održavati pozitivan stav. Stav vam omogućuje da uočite mogućnosti kad se prilika pojavi





– jer se ona često pojavljuje u obliku neprilike. *Koliko dobro prepoznajete prilike?*

9. Iskoristite priliku. Kao prvo, prepoznajte je (često se pojavljuje prerušena u nepriliku). Kao drugo, poduzmite nešto. Prilike su teško uhvatljive. Nalaze se posvuda, ali rijetki ih vide. Neki ljudi ih se boje jer predstavljaju promjenu; većina ljudi ne vjeruje da ih je sposobna iskoristiti. *Iskorištavate li vi prilike?*

10. Budite odgovorni. Svi uvijek do određene mjere krivimo druge. Okrivljavanje je obrnuto proporcionalno uspjehu. Što se manje budete brinuli oko krivice – veći stupanj uspjeha ćete postići. Obavite posao bez obzira na sve. Sitničavo okrivljavanje je nepotreban i najveći gubitak vremena. Nemojte kriviti druge ili sebe. Prihvatite odgovornost za svoja djela i odluke. Okrivljavati druge je lako, ali odvest će vas na put prosječnosti. Uspješni ljudi preuzimaju odgovornost za sve što rade KAO I za sve što im se događa. *Okrivljujete li ili preuzimate odgovornost za svoja djela?*

11. Djelujte. *Just do it - učini to* (slogan korporacije Nike) bio je fraza za '90-e. Akcija je jedini način da se premosti put od planova i ciljeva do ostvarenja. Ništa se ne dogodi dok ne učinite nešto da se to dogodi – svaki dan. *Jeste li čovjek od akcije ili P.P.N.A (puno priče, ništa akcije)?*

12. Griješite. Najbolji učitelj je neuspjeh. To je najgrublji oblik buđenja i uzgajalište odlučnosti. Nemojte misliti na to kao na pogreške – smatrajte ih poučnim iskustvom koje ne treba ponavljati. *Koliko ste spremni raditi pogreške?*

13. Spremnost na rizik. Ovo je najvažniji faktor. Tko ne riskira, ne profitira – u poslovnom svijetu ovo je najčešća, ali i najublaženija rečenica. Trebalo bi biti: tko ne riskira, ne dobiva ništa. Riskiranje je





uobičajena pojava kod svih uspješnih ljudi. Tko ne riskira, ne profitira, kaže uzrečica – i potpuno je u pravu. Većina ljudi ne želi riskirati jer misle da se boje nepoznatog. Pravi razlog zašto ljudi ne riskiraju je nedovoljna priprema i edukacija iz kojih se rađa samopouzdanje (vjera u sebe) potrebno za riskiranje. Rizik je osnova svakog uspjeha. Ako želite uspjeti, budite spremni riskirati što god je potrebno da biste to postigli. *Koliko ste spremni riskirati?*

14. Stalno mislite na nagradu. Postavite si ciljeve. Ostanite usredotočeni na svoje snove i oni će se ostvariti. Previše bedastih omeđanja će vas skrenuti s vašeg puta. *Koliko ste usredotočeni na uspjeh? Jednako koliko i na zabavu?*

15. Budite uravnoteženi. Vaše fizičko, duhovno i emocionalno zdravlje ključni su za uspjeh vaše potrage za uspjehom. Planirajte vrijeme tako da vam se osobni ciljevi nadopunjavaju s radnim ciljevima. *Koliko ste dobro uravnoteženi?*

16. Investirajte, nemojte trošiti. Između zarade i trošenja bi trebalo biti oko 10-20% razlike. Prepolovite svoje kreditne kartice i uložite nešto novca – uz profesionalnu pomoć. *Ulažete li (u sebe) svaki mjesec?*

17. Izdržite do pobjede. Većina ljudi ne uspije jer prerano odustane. Nemojte i vi biti takvi. Napravite plan I ZATIM odlučite provesti ga do kraja – bez obzira na sve. Nemojte odustati pred šesnaestercom. Učinite sve što treba da zabijete. *Koliko projekata ste napustili prije nego što su došli do kraja?*

18. Razvijte i zadržite pozitivan stav. Iznenađujuće, ovo nije uobičajena karakteristika. Dok stignu do vrha, mnogi razvijaju neizlječivi cinizam. Ali pozitivan stav čini postizanje uspjeha puno lakšim i zabavnijim. *Koliko pozitivan je vaš stav?*





18,5 Ignorirajte idiote i fanatike. Također poznati kao bljuvači, ovi ljudi će pokušati pokvariti vaše slavlje (obeshrabriti vas) jer nemaju sami što slaviti. Izbjegavajte ih pod svaku cijenu.

Vidite, rekao sam vam – nema velikih otkrivenja. Dobro, ako se ove karakteristike čine tako jednostavnima, zašto ih je tako teško savladati? Odgovor – nedostatak samodicipline i predanosti učenju kroz čitav život. Ah da, to.

Uvijek me fascinira i razočarava koliko malo ljudi je spremno izvršiti jednostavne male svakodnevne samodicipline koje su potrebne da se dosegne viši stupanj uspjeha. Znaju da bi im to donijelo uspjeh o kojem sanjanju, ali ih svejedno ne izvršavaju.

U prodaji, ili bilo kakvom poslovnom pothvatu, ili bilo kakvoj poziciji u karijeri, osoba koja najčešće pobjeđuje je ona osoba koja to najsnažnije želi. Pobjedu ne odnosi uvijek najbrži (zec protiv kornjače), pobjedu ne odnosi uvijek najsnažniji (David protiv Golijata), i pobjedu ne odnosi uvijek najjeftiniji (Yugo protiv Mercedesa).

Pobjeda koju nazivamo uspjeh odlazi najbolje pripremljenoj, samopouzdanjoj, dobro povezanoj, samoukoj, odgovornoj osobi, koja vidi prilike i voljna je riskirati i iskoristiti ih – ponekad riskirajući jako puno. Jeste li vi takvi?

U tome je tajna – i nije osobito komplicirana. Nije to nuklearna fizika ili neurokirurgija. A sad kad sam ovo podijelio s tisućama ljudi, možda biste očekivali da će se odjednom pojaviti veliki broj uspješnih ljudi. Ali ne.

Razlog zbog kojeg se formula za uspjeh smatra tajnom je to što ostaje enigma. Čini se da ima jako malo ljudi koji su voljni uložiti *trud* da dođu s mjesta na kojem jesu na mjesto na kojem žele biti. Većina





smišlja izlike i okrivljuje druge za svoje loše odabire.

Najveća tajna (i najveća prepreka) uspjeha sve vi sami. Formula je ovdje i svi je znaju – ALI, i to veliko ali, velika je razlika nešto znati i to raditi.

Sad kad znate u čemu je
razlika, zašto neki od
vas opet neće uspjeti?
Odgovor se nalazi
u ovoj knjizi.
Ali kao što kaže
moj prijatelj
Harvey Mackay,
„Ne čitajte ovu knjigu.
Naučite je!“





Čega se najviše bojite - - držanja govora, odbijanja ili neuspjeha?

Kažu da se ljudi govorenja u javnosti (držanja prezentacije nekoj skupini) boje više nego smrti. Ne vjerujem to. Ako vam netko prisloni pištolj na glavu i kaže da održite govor ili umrete, mislim da ćete brzo u sebi pronaći retoriku Williama Jenningsa Bryana (1860.-1925., veliki američki govornik i tri puta kandidat Demokrata za predsjednika SAD-a, op. prev.).

Mnogi prodavači se boje održati prodajne prezentacije. Ali daleko najveći strah prodavača je strah od neuspjeha. Ima on svog rođaka – strah od odbijanja. Odbijanje vodi do neuspjeha – ako se toga bojite. Sam neuspjeh je stvaran, ali strah od njega je samo stanje uma.

Legendarna kazeta Earla Nightingalea “Najčudnija tajna” kaže, “Postat ćete ono o čemu mislite.” Ako je to istina, zašto nitko ne misli na uspjeh? Odgovor je u kombinaciji onoga čemu se izlažemo i onoga u što sami sebe uvjeravamo.

Živimo u svijetu negativnog uvjetovanja. Tri velika motivatora su... strah, pohlepa i taština. Oni pokreću američki proces prodaje – američkog prodavača.





Naše društvo cvate na faktoru straha. On se nalazi u 50% reklama koje vidimo (ostale igraju na pohlepu i taštinu). Reklame za životno osiguranje u slučaju smrti i invalidnosti, ukradene kreditne kartice, antifriz za aute koji neće upaliti, gume koje dobro drže cestu na kiši, kočnice koje sprečavanju da udarite dijete na biciklu i sustavi sigurnosti koji će spriječiti da vaš dom ne bude orobljen. Ako dovoljno gledate ta sranja, postanete “uvjetovani strahom.”

Stalno nas se podsjeća da nosimo sprej suzavac, nabavimo protuprovalni alarm i pazimo na to da smo u “in” klubu. Da stvari budu još gore, sad imamo policajce na bankomatima, detektore metala u školama i možemo se osloniti na lokalnu TV postaju da će produbiti trend. Vrlo su posvećeni promoviranju zastrašujućih problema svake minute emitiranja.

Jednom kad vam društvo usadi strah, prirodno je da ćete ga ponijeti sa sobom na posao. On se pretapa u strah od neuspjeha. Taj strah se pojačava na radnim mjestima s neprijateljskim okruženjem. Šefovima i poslovođama koji prijete, zastrašuju i ismijavaju.

Usred svega toga, borimo se za uspjeh. I dok mislimo da se boji-mo neuspjeha, ili ga barem ne želimo oko sebe, svi se svakodnevno suočavamo s njim na ovaj ili onaj način. Svi podbacuju. Ali, neuspjeh je relativan. Njegovo mjerenje je subjektivno. Uglavnom se događa u našim umovima. Ako zamijenite “nisam uspio” sa “naučio sam što više nikad ne treba učiniti”, dobijete potpuno drugačije stanje uma. Status neuspjeha ovisi o vama.

Tijekom godina mojih neuspjeha, razvio sam odličan način gledanja na njih (imao sam puno prakse). Učim iz njih, ili ih ignoriram.

Thomas Edison – nije uspio 6 000 puta u stvaranju žarulje, Donald Trump je imao ogromnih neuspjeha na svom putu do vrha, Mike





Schmidt – treća baza za Philadelphia Phillies nije uspio pogoditi loptu palicom dva od tri puta tijekom 20 godina, a završio je Kući slavnih kao jedan od najvećih igrača bejzbola svih vremena. Jesu li ti ljudi bili neuspješni? Jesu li se bojali neuspjeha?

Postoje razine neuspjeha u prodaji. Evo nekoliko vanjskih:

- **Neuspješna priprema**
- **Neuspješni kontakti**
- **Neuspješna prodaja**
- **Neuspješno ispunjenje kvote**
- **Neuspjeh u zadržavanju posla**

Eksterni (vanjski) strahovi vode do internog (unutrašnjeg) straha – straha utemeljenog na onome što će se dogoditi ako ne uspijete ili dođete blizu neuspjeha. Vaša reakcija na interni strah određuje vašu sudbinu. Nije bitno što vam se dogodilo, već što ćete učiniti s tim što vam se dogodilo. *Evo pet tipičnih reakcija na odbijanje ili neuspjeh:*

- 1. Psovanje.**
- 2. Nijekanje (lijep način za reći da lažete o tome).**
- 3. Izbjegavanje.**
- 4. Izmišljanje izlike za to.**
- 5. Okrivljavanje drugih (najlakša stvar).**
- 6. Odustajanje.**

Neuspjeh se zapravo događa samo kad odlučite odustati. Sami birate rezultate. Evo nekoliko jednostavnih stvari koje vam mogu pomoći da izbjegnute odustajanje:





- **Gledajte neuspjeh kao događaj, ne osobu.**
- **Tražite uzrok i nađite rješenje (ako dovoljno dugo gledate u "ne", ono će postati da).**
- **Napravite popis mogućih prilika.**
- **Zapitajte se što ste naučili? Zatim pokušajte ponovo.**
- **Ne durite se s drugim gubitnicima – pronađite uspješnu osobu i družite se s njom.**

Evo nekoliko kompliciranih stvari koje vam mogu pomoći da izbjegnute odustajanje:

- **Stvorite novo okruženje.**
- **Sklopite nova poznanstva.**
- **Dođite do novih informacija.**
- **Razvijte novo stanje uma – stvorite nove pozadinske misli.**

Uvijek je prerano za odustajanje.

Bojite se držanja govora ili se bojite neuspjeha? Koji strah je veći? Kad uzmete u obzir sve okolnosti i komplikacije koji donosi neuspjeh, govor pred 1 000 ljudi, recimo, prava je dječja igra.





Informacije su ovdje.
Izazov je postavljen.
Ostalo je na vama.
Ja vas mogu dovesti do vode,
ali ne mogu gurnuti
vaše lice u nju.
Morat ćete je piti
čahu po čahu.
A na kraju,
voda će se pretvoriti
u najfiniji šampanjac.
I, umjesto da ga popijete,
moći ćete si nazdraviti,
i samo gucnuti iz čaše uspjeha.





12,5 načela veličanstvene prodaje

***Kako uspješno
prodavati***

ZAUVIJEK

