

[www.vulkani.rs](http://www.vulkani.rs)  
[office@vulkani.rs](mailto:office@vulkani.rs)

Copyright © 2014, Dragan Vojvodić  
Copyright © 2014 za ovo izdanje Vulkan izdavaštvo

ISBN 978-86-10-01201-9



Ova knjiga štampana je na prirodnom recikliranom papiru od drveća koje raste u održivim šumama. Proces proizvodnje u potpunosti je u skladu sa svim važećim propisima Ministarstva životne sredine i prostornog planiranja Republike Srbije.

---

# HRANITI EGO ILI PORODICU?

---

DRAGAN VOJVODIĆ

*Ovo je knjiga o istini u prodaji:*

„Ako idete ispravni i pošteni u nepošten svet,  
možete biti povređeni.“

  
izdavaštvo  
**vulkan**

Beograd, 2014.



## KOME JE NAMENJENA OVA KNJIGA?

*Kada su malu devojčicu pitali: „Šta za tebe znači početak i kraj?“, ona je odgovorila: „Početak je kad sam se rodila, a kraja i nema!“*

*Učenik je pitao učitelja: „Šta je sloboda?“ Učitelj odgovara: „Biti slobodan od zablude!“*

Ako smatrate da imate 15 godina iskustva u prodaji, pazite se zablude: *možda imate samo jednu godinu iskustva koju ste ponavljali svih narednih 15 godina!*

Drage moje kolege, profesionalci u prodaji, razumem Vas kada kažete koliko je teško zakazivati sastanke, odlaziti na njih, a možda nije trebalo da idete. Razumem Vas kada dođu sastanci prodaje i kada shvatite da je kraj meseca, a vi ste možda na 60% plana. Obraćam se svakom profesionalcu prodaje koji je pošten, vrdan, odan svojoj porodici, svojim ličnim ciljevima i snovima i koji oseća da trenutni fond znanja kojim raspolaže nije dovoljan za ono što želi da postigne. Obraćam se svakom časnom profesionalcu prodaje koji se budi noću i razmišlja kako će napuniti kalendar sastancima.

Ukoliko smatrate da za Vas ima smisla da Vas kupci doživljavaju kao resurs, a ne kao tipične prodavce, da želite potpunu kontrolu u razgovoru, a ne da Vam se razgovori završe sa *razmislicemo*, ukoliko ne želite da se osećate kao *neplaćeni savetnici*, ako osećate da suviše *poklanjate* lično dostojanstvo na srebrnom poslužavniku kako biste dobili posao, i osećate se frustrirano, jer vas skoro stalno ucenjuju konkurentskim ponudama ili popusti-

ma, onda bih bio slobodan da Vam preporučim da pročitate ovu skromnu knjigu.

Svaki događaj ili dijalog koji je opisan osetio sam prvo na sopstvenoj koži, uz ličnu patnju koju sam proživljavao sa kupcima, prvo u korporativnom životu, a kasnije i kada sam osnovao sopstvenu firmu. Da li sam možda upotrebio prejak izraz *patnja sa kupcima* ili je svakodnevno osećamo na sopstvenoj koži i zbog toga je i realna? Imam etičku obavezu kao neko ko se bavi ljudima i njihovim stavovima i uverenjima da upozorim one čitaoce, a sigurno će ih biti, da se čitanjem knjige može desiti da njihova trenutna razmišljanja o prodaji i uverenja budu isprovocirana onim što budu pročitali. I to je sasvim u redu. Ovo i nije za svakoga. I naravno, želim više od svega da sa Vama podelim iskustvo i rad sa mojim učiteljem Dejvidom, koga sam upoznao slučajno, ali koji je u meni pokrenuo promenu za čitav život. Ako se i odlučite da se upustite u učenje Dejvidove filozofije, neće vam biti baš lako – tražiće od vas posvećenost i istrajnost, ali, verujte mi, bićete višestruko nagrađeni. To je nagrada za ceo život! Citiraću mog učitelja: *Ako prodaja nije igra i ne osećam zadovoljstvo, verovatno radim nešto veoma pogrešno!*

I zato Vam pre svega želim dobru zabavu tokom čitanja.

Vaš,

Dragan Vojvodić

## KAŽITE BOGU ZA SVOJE PLANOVE I VEROVATNO ĆETE GA NASMEJATI!

*Razmislite šta želite da radite do kraja života.  
Zatim se svim srcem posvetite da budete najbolji u  
tome, i više nećete imati posao, već način života!*

Moj plan je bio zaista jednostavan: budi dobar student, jer ćeš sigurno imati bolje šanse za kvalitetniji posao. Tako je i bilo. Na preporuku mog dekana, prvo veliko profesionalno iskustvo desilo se u jednoj austrijskoj banci. Posao se sastojao u prodavanju kreditnih kartica. Nisam imao kancelariju, telefon, bio sam bez ikakve plate – sva moja zarada zavisila je isključivo od toga koliko ću kartica prodati. Gradski prevoz plaćao sam iz svog džepa. Verovatno posao iz „snova“ za nekog ko je diplomirao sa najvišom ocenom. Brdo ugovora koje bih davao klijentima da potpišu i tanka platnena torbica sa imenom banke bili su sve što sam dobio. Sećam se da me je jednom prilikom supruga pitala zašto prihvatam posao koji nije za nekog ko je diplomirao sa dobrim ocenama? Međutim, znao sam da moram da se krećem. Samo akcija donosi reakciju.

Moj prvi telefonski poziv bio je usmeren ka jednoj velikoj kompaniji. Kad sam se predstavio i sa druge strane dobio drzak odgovor: „Nama to ne treba“, pomislih: *Dobro došao u prodaju!* U trenutku me je oblio hladan znoj. Gradivo sa treninga u banci koji je

trajao jedan dan, gde su nas „pumpali“ nadahnutim i inspirativnim frazama, nestalo je u trenutku!

Posle izvesnog vremena prešao sam da radim za jednu nemačku automobilsku kompaniju, verovatno najveću na svetu. Tu sam se susretao sa raznim profilom kupaca, teškim i zahtevnim. I svi su imali jednu zajedničku osobinu: Svi su užasno lagali!!! To je za mene bilo fascinantno. Ja se potrudim, dam sve od sebe, i oni se ne jave, traže popust kod drugog. I ne drže se onoga što su mi obećali. Uvek su hteli da dobiju više za manje novca! Bezbroj puta kucao sam im i slao ponude, kako bi sa istim mojim ponudama odlazili kod konkurencije i tražili bolje uslove i veće popuste. Često sam imao situacije gde mi kupac donese konkurentsku ponudu i stavi je na sto i kaže: „Da li možeš bolje od ovoga?“ Kakva uvreda i poniženje. Onda sam trčao kod šefa da ionako moja već pala i posrnula uverenja dokrajčim očajnim pitanjem: „Šefe, da li možemo da damo još neki popust?“ Kako je to jadno bilo prema meni i firmi gde sam radio, ali nisam znao za bolje. Tek kasnije me je moj učitelj Dejvid naučio pravilu:

**Ono što misliš o sebi, diktira koliko novca imaš u džepu!**

Ali imaćete priliku da upoznate mog Učitelja vrlo brzo. Stalno sam sebi postavljao pitanja: Kakva je onda moja uloga u svemu tome, ako je jedino što znam da bih zatvorio prodaju trčanje kod šefa da izmolim popust? Da li sam ja profesionalac prodaje ili *besplatni savetnik*? Tražio sam odgovore od starijih kolega kako da izbegnem sve to, ali niko mi nikad nije dao savet koji bi mi pomogao da bar malo smanjim patnje u razgovoru sa kupcima.

Moram reći da se kompanija trudila da nam organizuje razne treninge prodaje i dolazili su treneri koji su mnogo godina radili u prodaji. To su bila poznata imena unutar kompanije. Međutim, na tim „treninzima“ na svako moje vrlo precizno pitanje nikada nisam dobio precizan odgovor.

Pitao bih: *Kako da izbegnem davanje popusta?* Dobijao bih odgovor: *Istaknite sve najbolje prednosti proizvoda i kupac će poželeti*



*da ga kupi!* Kakva glupost, mislio sam u sebi. Sve to isto i moja konkurencija govori. Ako konkurencija i ja pričamo istu priču i ubeđujemo kupce, šaljem signale da nam je očajno stalo da prodamo! U stvari, počeo sam da shvatam da smo predvidljivi i da kupac unapred zna naše odgovore. Jednostavno sam bio uhvaćen u sopstvenom načinu prodaje. Međutim, svi mi iz prodaje osećali smo da je trener tu više da ispuni kompanijsku formu i kaže da je održao u tom kvartalu trening za prodavce iz Srbije. Onda bi menadžment firme razmišljao: *Pa, sad smo im platili trening prodaje koji nije jeftin, a trener je Peter Peterson, dugogodišnji veoma uspešan prodavac, i zato sada očekujemo ispunjenje planova.* Međutim Peter Peterson na moja precizna pitanja nema precizne odgovore, i zbog toga mi prodavci i dalje ostajemo frustrirani, jer nemamo rešenje za razne izgovore, laži, razne ucene i slično. Pošto nemamo rešenja za ove probleme, postajemo očajni prodavci. Na kraju treninga davali su nam dosadne i već viđene upitnike, kako bi ocenili kvalitet predavača i materije. Ali svi smo uglavnom zaokružili da je trening bio dobar samo zato što se svako od nas plašio za radno mesto i da ne bi postavljali suvišna pitanja, najlakše je bilo oceniti ono što je neko želeo da pročita.

Pošto prodaja ne ide kako treba, mi prodavci krećemo sa izgovorima prema menadžmentu. Zašto sa izgovorima? Pa, odgovor je jednostavan: Zato što želimo da zadržimo radno mesto i zato što moramo da hranimo porodicu. U takvoj situaciji učinimo sve da prvo zaštitimo lični interes. Koliko god voleli kompaniju, ne možemo je voleti više od naše dece i porodice. Kod nas prodavaca postoji jedno pravilo:

**U nedostacima adekvatnih strategija, izgovor je najbolja strategija.**

Direktor prodaje takođe ima porodicu i on ima iste motive kao mi. Koliko god da nije prihvatao izgovore koje je slušao od nas na sastancima prodaje *da je kriza uzela maha, da ljudi nemaju para, da je konkurencija snizila cene svojih proizvoda, pa i mi moramo da*

*dajemo popuste... u dubini duše ni sam nije znao kako da se bori sa popustima, učenama i konkurentskim ponudama. Jednostavno nije imao strukturiran i organizovan Sistem za vođenje prodaje, ali sa realnim kupcima, a ne sa kupcima koje su nam servirale razne agencije za istraživanje tržišta ili kompanija, gde su nam govorili da je naš kupac specifičan, jer zahteva da mu se sve do detalja objasni i napravi kvalitetna ponuda u kojoj postoje sve informacije koje je tražio, i na osnovu kojih može da donese odluku za kupovinu baš našeg automobila.*

Ali menadžment firme ne prihvata izgovore, jer im ne pada na pamet da ih plasira ka akcionarima koji sede tamo negde Beču. Zbog toga *vreća cementa* koje je krenula sa leđa prodavaca ka direktoru prodaje dobija drugačiju poruku: *Ukoliko se nastavi sa ovakvim trendom prodaje, bićemo primorani da dajemo otkaze... ovo je nedopustivo, oduzimaće se službena vozila prodavcima, zbog smanjenja troškova...* Ali *vreća cementa* se od menadžmenta polako vraća odakle je i krenula – ka nama, prodavcima. *Vreća cementa* je teška i bole nas leđa. I tako ta *vreća* s vremena na vreme ide ukруг. Problem postoji, ali niko ne zna gde je problem! Odgovor menadžmenta je i najjednostavnija strategija – sečenje troškova:

**Sečenje troškova je reaktivna strategija i ukazuje na to da strategija i ne postoji.**

Umesto da kompanije rešavaju pravi problem, one rešavaju problem tamo gde i ne postoji. Ljudi su „bolesni“, zaraženi su virusom tradicionalne prodaje. I što nas više tradicionalni treneri uče tradicionalnoj prodaji, nama je sve gore. Uče nas stvarima koje kupci već i očekuju od nas. Vojničkim rečnikom to bih izrazio na sledeći način:

**Šaljemo vojnike u borbu, a pre toga poslali smo po kuriru protivničkom generalu naša skripta ratovanja! Eto, to je tradicionalna prodaja.**

## *Hraniti ego ili porodicu?*

Sećam se Dejvidovih reči: *Dragane, zašto učiš tradicionalnu prodaju, kojom još više pomažeš kupcima da te još više kontrolišu u razgovoru?*

### **A ONDA SE DESILO...**

... Sastanak prodaje bio je vrlo mučan, mračan i sa konstantnim pretnjama od direktora. Nismo čuli nijednu pohvalu da smo bar nešto dobro uradili. Direktori su nam pričali da je kompanija za koju radimo vrhunac karijere i da posle toga ne postoji ništa što je tako vredno. Međutim, ti isti direktori često su nam govorili da nismo vredni kao ljudi, niti kao profesionalci.

Direktor je često govorio da nismo vredni i dostojni da radimo za kompaniju za koju trenutno radimo i da samo u ovom trenutku postoji trista ljudi koji čekaju i koji bi život dali da rade na našem mestu. Često smo slušali da smo *niko* i *ništa*. Mi smo ćutali i slušali. Složićete se da je strah od gubitka posla mnogo veći motivator nego eventualno povećanje plate. Mnogo kasnije, kada sam upoznao mog učitelja Dejvida, shvatio sam da je u životu nemoguće da sam *niko*, jer sam po prirodi rođen kao *neko*, a to je moj identitet, to je moje ljudsko dostojanstvo, to je ono što mislim o sebi! To mi nikad i niko ne može oduzeti – ni meni, a ni vama!

Međusobno bismo se pogledali i shvatili da smo u problemu. Ali svako od nas je imao porodicu i nikom nije padalo na pamet da bilo šta progovori. U jednom trenutku odvažio sam se i rekao direktoru da je jedna velika kompanija naručila nekoliko automobila sa luksuznim paketom opreme za potrebe srednjeg menadžmenta, da sam napravio odličnu prodaju koja je dobra za kompaniju i da je to samo početak dobre saradnje, što se i ispostavilo kasnije. I na moju konstataciju dobio sam odgovor od direktora: *To se od tebe i očekuje!!!* Svakako da se očekuje, pomislih

u sebi. Međutim, u meni se instinktivno i buntovno javilo kontrapitanje: *Da li se onda očekuje i da nas neko razume i shvati da smo davali sve od sebe i da ne znači da smo loši ljudi ako ne ispunjavamo planove, već da jednostavno možda ne znamo kako da se nosimo sa trenutnom situacijom? Dovedi ste Petera Petersona, majstora prodaje, da nam pomogne u radu sa kupcima, ali nam nije pomogao, već nam odmaže učeći nas stvarima koje kupci već poznaju i time im još više pomožemo da smo predvidljivi.*

Od trenutka kada sam dobio odgovor od direktora kompanije *da se to od mene i očekuje*, shvatio sam i naučio jednu veliku istinu:

**U kompanijama postoje dva puta: prvi je da prihvatiš sistem i da se trudiš da ga ne menjaš, već isključivo da menjaš sebe, a drugi put je da napustiš sistem i potrudiš se da napraviš svoj! Moja odluka je bila ova druga!**

Od silnog mog razmišljanja i neslaganja sa direktorima, u jednom trenutku mi je ponuđen sporazumni otkaz! Sporazumnom otkazu prethodio je razgovor sa generalnim direktorom: *Ovaj sistem, Dragane, postoji više od 50 godina. Ti ga sigurno nećeš promeniti!* Znao sam da je kraj jednog početka drugog!

Jednog dana došao sam kući i supruga Marija pitala me je šta ima novo na poslu. Odgovorio sam da na poslu nema ništa novo, ali kod mene ima. „Šta?“ upita. „Dao sam otkaz – više nikad neću raditi za druge, samo za sebe, tj. nas.“ Njena prva instinktivna reakcija je bila: „Šta ćemo sad???“ Razumeo sam je... I eto mene u privatnom biznisu. Ali vratimo se malo unazad...

Verujem da svi ljudi koji razmišljaju kao ona mala devojčica, koja smatra da je *početak kad se ona rodila, a da kraja i nema*, očekuju da se u njihovom životu pojavi neko kome bi se predali i od koga bi naučili neku tajnu! To su ljudi koji su svesni da znaju koliko ne znaju! I kada čovek nešto jako želi i kad oseća da je spreman, učitelj se pojavi niotkud! Moj učitelj je Dejvid. Pomogao mi je da shvatim sve *mentalno smeće* koje sam dugo nosio u

sebi. Takođe mi je pomogao da shvatim da je sve ono čemu su me učili u prethodnim kompanijama razni treneri bilo potpuno  *pogrešno*. Molim vas, dragi čitaoci, da mi ne zamerite na ovako smelim izjavama, ali se zaista nadam da ćete tokom čitanja razumeti zašto sam tako smeo u izražavanju.

Kad sam otpočeo svoju avanturu kao trener  *ljudske dinamike* ili trener  *netradicionalne prodaje*, upravo su me mnogi moji najbliži saradnici, prijatelji i svi oni od kojih sam očekivao bar malo moralne podrške skretali sa puta i govorili kako treba da odustanem! Međutim, shvatio sam da sam počeo da im unosim neravnotežu u život. Svi ljudi na planeti imaju svoje snove, ali takođe svi ljudi znaju da cena mora da se plati. I, zbog cene, bolje je i ne razmišljati o snovima. Cena mogu biti: strahovi, neizvesnost, napuštanje sigurnosti i stvaranje sopstvene sigurnosti, neizvestan ishod...  *i, ako biramo između sna i sigurnosti, biram ipak sigurnost. „Ostani tu gde jesi. Ovaj svet je mnogo okrutan i opasan, lepše je poznato zlo nego nepoznato dobro. Ostani sa nama i ne remeti naš unutrašnji mir, za koji smo se grčevito izborili!“*

Moj učitelj Dejvid bi na ovo rekao:

**U šatoru gde ima dosta ljudi sigurno mnogo smrdi, ali je barem toplo!**

Kada sam prvi put izvadio zdravstvene knjižice za sebe i svoju porodicu i shvatio da sam ja njihov osiguranik, setio sam se ponovo reći mog učitelja:

***Ješćeš samo ono što uloviš!!!***

Jednom prilikom sedeo sam sa jednom dragom i bliskom osobom u kafiću. Na njegovo pitanje: „Kako ti ide posao, jesi li zadovoljan?“, moje lice je govorilo više od hiljadu reči. Nisam imao nijedan sklopljen ugovor! To je bilo lice bez odgovora i sa vidnim strahom. U tom trenutku možda sam imao novca u džepu da platim te dve kafe, ali sam se u isto vreme i preračunavao šta će biti ako ih platim... kod kuće je moja porodica... možda njima treba nešto???  *Dragane, reče moj prijatelj, daj sebi rok, ako u narednih*

*šest meseci ne vidiš poboljšanje, zatvaraj to i vraćaj se u kompaniju! Imaš fakultetsku diplomu, iskustvo velikih kompanija, svako će te poželeći u svom timu!* U tom trenutku oblio me je znoj, hladan znoj!!! To je onaj osećaj straha kada znaš da ti je ugrožena egzistencija. Šta bi tada moj učitelj rekao, mogu da pretpostavim:

**Gde god vidiš uspešan biznis, znaj da je neko u jednom trenutku doneo hrabru odluku da ide dalje!**

Strah od egzistencije ili strah od fizičkog nestanka čovekov je primarni strah, to je strah koji ti postavlja pitanje da li ćeš preživeti, da li ćeš opstati, to je strah od sutra. U potrošačkom društvu to je strah *kako prehraniti porodicu!!!* U kompaniji gde sam radio, imao sam neku sigurnost, bolovanje, odmor, overene zdravstvene knjižice... Ono što sam osećao u tom trenutku ne mogu opisati rečima, već vas jedino mogu zamoliti da upotrebite svoju maštu i zamislite na svojoj koži taj hladan znoj. Međutim, uvek se prisećim reči mog učitelja koji mi je govorio:

***Biti posvećen znači ići napred u odnosu na to kako se osećaš!***

Dejvid mi je takođe govorio: *Zamisli štap gde je na jednom kraju posvećenost. Šta bi bilo na drugom kraju štapa, Dragane?*

Odgovorio sam: *Patnja! Nekako su posvećenost i patnja povezani, i nema smisla pričati o posvećenosti ako ne osećamo patnju.*

*Kako ćeš znati, Dragane, da ti je do nečega u životu zaista stalo? Pa, samo kada dođem u situaciju da odustanem!*

Jednom prilikom upitao sam ga: *Dejvide, svako od nas je imao svog učitelja u životu. Ko je bio tvoj najbolji učitelj?*

***Bol, odgovori Dejvid. Nema rasta i razvoja bez bola, Dragane.***

Bol ili patnja su kategorije koje te prizemljuju. Patnja najčešće nastaje zato što nismo u mogućnosti da adekvatno odgovorimo na zadatke koje nam postavlja život.

Prvi uslov da čovek reši problem jeste prihvatanje da problem postoji. Prvi uslov da se čovek izборi sa patnjom jeste priznavanje da patnja postoji. Ako želiš da postaneš bolji čovek, uspešniji

profesionalac u svom poslu, prvi uslov jeste da prihvatiš svoje nesavršenstvo:

**Prihvati realnost da i posle 15 godina iskustva u prodaji možda radiš iste stvari koje si radio i pre 15 godina.**

Šta me je održalo na površini da ne potonem? Lična uverenja za koja sam bio spreman svoj život da dam. To je bilo jedino svetlo koje sam video, jer sam osećao da je ovo moja misija i da treba da ostanem uporan na tom putu. Nekoliko puta bio sam u iskušenju da ostavim sve to, jer sam imao razne krize, gubitak klijenata, nedostatak novca, a onda sam se setio Učitelja koji mi je govorio da kriza uvek uzdrma postojeće stanje. Međutim, koliko god mi je bilo lako da jednostavno prekinem sve to, da se vratim u korporativni život i sigurnost, *neko odozgo* mi to nije dozvoljavao. Sećam se reči Nika Vujičića, koji mi je jednom rekao: *Što se brineš, On ima plan za tebe!* I tako sam shvatio da je moj posao zapravo moj život. I od tog trenutka više nisam imao posao, već način života. Prestao sam da brinem. I onda sam shvatio da je nebitno da li imaš sopstvenu firmu ili si zaposlen, uvek radimo za sebe. Ako nisi dobar, zatvorićeš firmu ili ćeš dobiti otkaz gde si zaposlen. Pa, u čemu je onda razlika?

**Dragane, vi ste trener prodaje? *Hm, ne bih sebe tako nazvao, jer ne možete nikom ništa prodati dok ljudi ne shvate da im nešto treba! Pre bih rekao da sam trener koji uči druge kako da razumeju druge. Takođe, studente Predsedničkog kluba učim da realno doživljavaju stvari oko sebe: Ako idemo pošten i nepošten svet – možemo biti povređeni. Zato bih pre rekao za sebe da sam trener koji uči druge kako da promene način razmišljanja, jer je to najvažniji korak u postizanju uspeha u prodaji. Ljudi misle da su to tehnike, ali to je velika zabluda! Znanje koje učimo prevazilazi umetnost – to je čista nauka!***

Kasnije, kada sam se već ozbiljno posvetio poslu učitelja ljudske dinamike, jednom prilikom, direktori velike inostrane kompanije pozvali su me na sastanak da ih malo bolje informišem

o tome šta radim. Prihvatio sam poziv i otišao. Na početku sastanka zamolio sam ih da mi na kraju sastanka kažu da li imamo saradnju ili ne! Oni su bili zbunjeni i rekli da će ipak morati malo da razmisle! „*Vidite, direktore, ja sam vas sve ispoštovao i prevalio 150 km da bih došao u vašu kompaniju i predstavio Predsednički klub. Takođe bih voleo da i vi mene ispoštujete, a to ćete uraditi najbolje tako što ćete mi reći DA ili NE na kraju razgovora! Mislim da je to korektno prema meni, ali i prema vašem vremenu.*“ Žena, koja je inače direktor HR-a, rekla mi je da ne može tako brzo da donese odluku i da ipak svi zajedno moraju da razmisle. „*A da li imate neki restoran u kompaniji?*“, upitah. „*Da, svakako.*“ „*Odlično*“, odgovorih. „*Imam predlog za vas: kad završimo sastanak, otići ću u restoran i sačekaću do 17 sati kako biste imali vremena za vašu odluku.*“ Direktorka me je prvo zbunjeno pogledala, a potom je rekla: „*U redu, imaćete našu odluku do kraja dana. Odlično, čekaću vas prvo u hodniku, a ako se odlučivanje oduži, biću u vašem kompanijskom restoranu!*“ I, na kraju sastanka, direktori su mi rekli da žele saradnju sa mnom! Ovo su bile verovatno najjače lekcije koje su moji klijenti dobijali od mene, ali i ja od njih, kao potvrdu mog učenja. Moj učitelj mi je govorio da će me klijenti stalno procenjivati:

*Dragane, ti si za njih proizvod. I ono što budu poželeli da uče od tebe, želeće i da vide na tebi!*

Zato je pred mene stavljen ogroman zadatak: *Dragane, moraš postati proizvod proizvoda*, rekao je Dejvid! I tada sam prvi put čuo za taj izraz. Zamolio sam učitelja da mi to malo pojašni. On je jednostavno rekao: *Koristićeš metodologiju kojom učiš druge, kako bi je i prodao tim istim ljudima! To znači, Dragane, da ćeš znanje koje budeš dobijao od mene pretvarati u instinkt! To znanje postaće tvoj DNK!*



## **ONI SU MI DALI PODRŠKU KADA JE TO BILO POTREBNO...**

Pre mnogo godina, dok sam još bio na samom početku trenerskog posla, vratio sam se s puta iz Crne Gore, i kompanije sa kojima sam imao dogovor da treniram njihove ljude kao po komandi otkazale su mi posao. Opet me je oblio onaj hladan znoj. Rekoh sebi: *Zašto mi se ovo dešava? Zašto se mučim? Zaposli se negde i vrati se u sigurnost!* Međutim, supruga Marija mi je rekla: *Mnogo si uložio u sve ovo. Ako bi se i zaposlio negde, znam da bi čitav život bio nezadovoljan. Zato se njoj zahvaljujem prvo!*

Posebno ću zahvaliti Vladimiru Nikčeviću, direktoru NISSAN Srbije u okviru grupacije RENAULT NISSAN, za ukazano poverenje u vreme dok sam bio nepoznat i borio se da dobijem prve velike ugovore. *Hvala ti, Vladimire, na ukazanom poverenju da mi poveriš tako odgovoran zadatak da školujem tvoju prodajnu mrežu! To ti nikad neću zaboraviti!*

Takođe bih zahvalio Srđanu Bekriću, velikom profesionalcu i poznavaoocu automobilske industrije, za svesrdnu podršku.

Posebno sam zahvalan Srđanu Đeliću, vlasniku LF Nissan auto-centra iz Beograda, profesionalcu i hrabrom čoveku koji predstavlja moj najveći profesionalni izazov. Srđan me je prihvatio bezrezervno kao učitelja, a kasnije i kao prijatelja, i koji je zaista shvatio značenje poruke: *Postani proizvod proizvoda.*

Zahvaliću se kumu i najboljem prijatelju Denisu Božiću, zaposlenom u kompaniji Generali osiguranje, koga poznajem od svoje sedme-osme godine, koji zna koliko mi sve ovo znači i koji moj uspeh doživljava kao i svoj!

Zahvaliću se Nemanji Vujanoviću, zaposlenom u kompaniji Uniqa osiguranje, specijalisti za poznavanje ljudske dinamike, koji je jednostavno *morao da se desi* u mom životu. Njemu se zahvaljujem na iskrenoj podršci i fantastičnoj posvećenosti i želji da *znanje pretvori u instinkt.*

Zahvaliću se mojim trenerima u Londonu, Džošu i Luku, što su mi pomogli da dobijem privilegiju da upoznam moje trenere u Americi: Dejva, Bila, Rona, Džona, Riča, Stiva, gde sam doživeo fantastičnu promenu stavova o sebi, prodaji i životu. Zahvaljujući njima, shvatio sam i naučio da su ljudi oko nas naše ogledalo, da su kupci oko nas zapravo ono što smo mi i da, ako želimo da utičemo na pozitivne ishode prodajnih razgovora, moramo prvo uticati na sebe! Zahvalan sam im zato što su me spasili zablude da svoju *memoriju* ne punim raznim *mentalnim smećem* (o mentalnom smeću imaćete priliku da više čitate u nastavku) kojeg ima u izobilju, i što sam shvatio da je sve što sam učio o prodaji i uspehu bilo pogrešno...

Međutim, mom učitelju i mentoru Dejvidu H. S. zahvaljujem što mi je pomogao da razumem i shvatim ljudsku dinamiku, da su svi ljudi na planeti dinamički isti, da imaju iste potrebe, isto se smeju, plaču kad su tužni, jedu kad su gladni. I naravno, isto reaguju kada čuju nas, dosadne i predvidljive prodavce!

*Dragane, nauči sve što možeš o ljudskom ponašanju, jer ti nisi u poslu prodaje, ti si u poslu sa ljudima i samo koliko ih budeš dobro razumeo, ljudi će te nagrađivati tako što će ti džepove puniti novcem,* govorio bi Dejvid! To je zakon kompenzacije, o kojem je dosta pisao i Emerson u svojim esejima.

Zahvaliću se onim klijentima koji mi šalju mejlove u ponoć i koji jedva čekaju utorak i četvrtak, kada su časovi Predsedničkog kluba. A posebno sam *zahvalan* i onima koji se ne slažu sa mojim učenjem i konceptom u koji *svim svojim srcem, umom, dušom i telom verujem kao jedini i verovatno najbolji način prodaje i komunikacije koji je ikada osmišljen!* Zbog trenera koji ljudima prodaju dvodnevne seminare i jeftine treninge koje *skidaju* sa Google-a i obećavaju neverovatne rezultate u prodaji, i koji izmišljaju svoje sisteme za prodaju, stalno se preispitujem i trudim da, uveče kad idem na spavanje, shvatim da sam bar za milimetar postao bolji kao osoba i profesionalac. Dejvid mi je stalno ponavljao

da biti trener ili učitelj, kako me zovu Ljubinka Lazić ili Dajana Petić, stavljaju na vas kao trenera veliku moralnu odgovornost. Često sam im govorio da su me one prozvale učiteljem, a da sam ja u stvari samo neko ko se trudi da svoj posao radi savršeno.

Kada mi dođu ljudi u Predsednički klub, ja sam odgovoran za njih. Međutim, pitanje koje me je dugo mučilo bilo je: *Da li sam dostojan da nekom pričam kako i šta treba da radi?* To je bila moja večita dilema. I to je stalna unutrašnja borba. Jedno vreme imao sam tako jaku dilemu da li sam uopšte kadar da budem nekom učitelj i da li imam tu mentalnu snagu da drugima pričam šta treba da rade, da sam bio u iskušenju da napustim posao kojim se bavim. Da li ljude učim *prevari*, jer značenje reči prodaja dolazi od starogrčke reči *trgos*, što znači prevara. Da li ljude učim kako da drugim ljudima zavuku ruku u džep? A onda mi je jednom prilikom Nik Vujičić posle naše zajedničke prezentacije održane u Beogradu rekao: *U pozadini svega što radimo stoji ljubav!* Ako ne voliš ljude, ne možeš im ni pomoći. I to je to, pomislih. U dubini predavanja na časovima Predsedničkog kluba, učimo o ljudskom ponašanju. Učimo kako da razumemo ljude, jer se prodaja dešava samo i isključivo kao krajnja posledica dobrog razumevanja.

I, naravno, veliko hvala mom učitelju i prijatelju Dejvidu, koji zna tajnu deljenu sa mnogim pet godina i koji me je naučio možda najvažnijim lekcijama o ljudskom ponašanju: *Dragane, nikada ne glumi Supermena pred ljudima, jer on ne postoji. Dve stvari uradi odmah čim dođeš na sastanak sa klijentom: skini crveni plašt i odlepi slovo S sa grudi. Pokaži da si smrtan i običan čovek, i ljudi će ti verovati!*

## IPAK JE NAŠ NAČIN PRODAJE VRLO SPECIFIČAN

*Kada želim da privučem pažnju, reći ću: „Mi smo specifični! Malo dete to drugačije radi – ono se ili upiški u gaće ili plače!“*

Jedan direktor mi je u razgovoru rekao da je njihova prodaja veoma specifična. „Koliko je to specifično?“, upitah. On je odgovorio: „Mnogo! Da li to znači da vama onda niko ne može da pomogne?“

Na jednom grupnom treningu, gde je bilo predstavnika različitih kompanija, jedan učesnik je rekao: *Dragane, mislim da ne uvažavate činjenicu da smo mi ipak veoma specifični – mi prodajemo lekove!* Odmah sam postavio pitanje celoj grupi: *Ko smatra od prisutnih da je njihov biznis specifičan u odnosu na druge?* I šta mislite šta se desilo? Svi su podigli ruku!

Jedan prodavac osiguranja mi je rekao: „Dragane, ja sam u poslu prodaje polisa života već više od deset godina i nisam siguran kako vi možete da me učite prodaji osiguranja!“ Postavio sam mu pitanje: „Uvažavam vaše iskustvo. Da li je iskustvo zamena za znanje?“ Priznao je nevoljno da nije. Zatim sam mu postavio sledeće pitanje: „Ukoliko idete na more i poželite da napravite sliku foto-aparatom, šta vam je potrebno za dobru fotografiju?“ Kratko je razmislio i odgovorio: „Usmeriti objektiv tamo gde želiš i pritisnuti dugme!“ „I to je sve?“ upitah ga. „Pa... da to je