

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- У осигурању постоји више темељних начела продаје којих би продавци полиса требало да се непрекидно придржавају
- О којим начелима се ради и како се она примењују?
- Обрадићемо једно по једно основно начело.



ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- **Начело бр. 1.** Приликом продајног разговора у осигурању често се ради о сложеним питањима. Странка ће, по правилу, купити полису тек онда када услугу разуме
- С тога разлога, купац мора бити способан да прати шта му продавац казује
- На његову моћ праћења, односно на јачину такозваног пламена продаје који продавац мора непрекидно одржавати, утиче посао којим се купац бави или стање у ком се налази. Радник који ради по сменама неће пре подне моћи држати пажњу ...

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

... ако је синоћ радио; службеник који ради устаљено радно време управо ће тада бити најрасположе- нији да саслуша и схвати шта му се казује; родитељ који припрема дете да крене у први разред основне школе неће бити у стању да прати излагање о осигурању крајем августа

Из тога проистиче **ПРАВОВРЕМЕНОСТ** као прво темељно начело чаробњака продаје: покушајте да приликом утврђивања времена продајног разговора одредите право време, односно део дана када ће странка моћи да вас прати.

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- **Начело бр. 2.** Када током продајног разговора преоптеретите странку с превише података постаће уморна и неће вас моћи пратити
- Стога, као чаробњак продаје, морате знати која су обавештења вашој странци више а која мање важна. Исто тако, морате знати како та обавештења саопштавате
- Продавац неретко примењује приступ да пред странком заблиста са свим својим знањима и умењима. Учинач тада често није задовољавајући. Ко стално истиче како је велики стручњак из осигурања и ...

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... много зна о овој делатности
полако ће гасити пламен продаје
замарајући купца и смањујући
његову способност држања пажње
- Из наведеног произлази **САЖЕТОСТ**
као друго основно начело чаробњака
продаје: странци пружите само она
обавештења која су њој важна
- **Начело бр. 3.** Увек смо мишљења да
све што радимо радимо свесно
- Међутим, морамо прихватити да
осећања далеко више него што и
можемо претпоставити опредељују
наше понашање.

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- Подражаји - слике, звуци, мириси, речи, оно што осећамо - пролазе у мозгу прво кроз део система обраде података задужен за осећања пре него што доспеју у део који опредељује спознају и покрете. Осећајни део је, дакле, у позадини свести
- У спознајном делу možданог система обраде података налази се свест која обухвата стварне мисаоне процесе
- То значи да пре него што неко обавештење свесно доживимо, оно ће, зависно од расположења, већ бити подсвесно повољно или неповољно

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- Људи нису у стању да неку ствар, неке околности, неку слику, непристрасно оцењују. Људи су увек пристрасни
- Из тога произлази **НЕСВЕСНОСТ** као треће полазно начело чаробњака продаје: увек водите рачуна да странка све што чује од вас то несвесно вреднује повољном или неповољном оценом
- **Начело бр. 4.** Многи људи имају одбојан став према заступнику осигурања. Однос између заступника и странке стога је од почетка оптерећен неповерењем.



ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- Странка је свесна да продавац на првом месту жели продати услугу и да ће најрадије избећи разговор о њеним мањкавостима. Странке се, са своје стране, по правилу труде да ово неповерење не искажу јавно
- Зато ниједна страна не може рачунати са безусловном искреношћу оног другог
- Овакав став странке према вама мора бити преокренут, што почиње већ приликом уобличавања вашег спољног изгледа. Чаробњак продаје приликом вођења разговора увек носи одело.

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- Одело вас у осећајном делу
можданог система у подсвести
странке представља поузданим и
стручним. Ово су истраживале и
доказале бројне студије
- Из наведеног проистиче ИЗГЛЕД као
четврто темељно начело чаробњака
продаје: будите увек неговани,
примерено одевени и љупки
- **Начело бр. 5.** Да бисте знали који је
рецепт продаје најпримеренији,
морате сазнати шта потиче странку
на куповину. Такво сазнање ћете
стећи испитивањем њених потреба. У
продаји се често среће изрека: ...

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... „Ко пита, води!”
- Она значи да странку питањима треба подстаћи на разговор, а тако прикупљена обавештења искористићете за избор правог продајног наступа
- Одговарајуће подстицање испословаћете отвореним питањима, што значи питањима на која се не одговара просто са „да” или „не”, већ питањима која појачавају пламен продаје почињући речима „зашто”, „како”, „ко”, „шта” и слично
- Из реченог се изводи ИСТРАЖИВАЊЕ као пето основно начело чаробњака продаје: истражите потребе ...

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... странке и откријте шта је покреће на куповину
- **Начела бр. 6 и 7.** Странка мора разумети шта јој приопштавате и пламен продаје мора и даље горети
- Неопходно је да имате на уму како обавештења која дајете странци за време продајног разговора струје упоредо с другим спољним подстица-јима. Сви они заједно делују на живце и чулне органе изазивајући одговарајуће осећаје и реакције
- Странка ће углавном свесно прерадити спољашњи надражај који сматра значајним, а оно што сматра

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... безначајним биће одбачено
- Обавешења која као заступници пружате постојећем или будућем осигуранику стално се надмећу с другим поддражајима, попут радија који свира у позадини, воза који пролази у близини, буке са оближњег градилишта или сирене кола хитне помоћи
- Из тога проистичу два полазна начела чаробњака продаје. Шесто начело **ЈЕДНОСТАВНОСТ**: увек представите ваше услуге што је могуће једноставније. Седмо начело **АМБИЈЕНТ**: обезбедите да се продајни разговор

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... води у мирној средини како странка не би одвраћала пажњу од продаје
- **Начело бр. 8.** Уколико је покренут процес одлучивања о куповини, странка прво прима обавештења из понуде процењујући меру задовољења њених потреба и друге ставке. На крају вредновања следи одлука која гласи: „купујем” или „не купујем”
- Важно при томе јесте да продајном разговору буду присутни сви одлучиоци
- У домаћинству такву одлуку често заједнички доносе оба супружника.

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- Исто тако, када водите продајне разговоре у предузећу, по правилу је више лица укључено у доношење одлуке о куповини
- Из изнетог, као осмо основно начело чаробњака продаје произлази начело **ОДЛУЧИОЦИ**: обезбедите да продајном разговору присуствују сви одлучиоци
- **Начело бр. 9.** Када настане осигурани случај, осигураник ће вредновати и меру у којој су његове потребе за заштитом заиста задовољене. Ово вредновање је од посебног значаја у осигурању ...

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... где се продају услуге које показују домет тек по остварењу опасности од којих смо осигурани
- Странка у том тренутку, који се често дешава знатно касније од одлуке о куповини, установљава колико је њена новчана потреба задовољена и схвата да ли је оно што сте својевремено обећали заиста било тачно
- На основу наведеног изводи се девето основно начело чаробњака продаје, **ОБЕЋАЊЕ**: продавајте само услуге код којих се, када наступи осигурани случај, испуни ваше раније дато обећање.



ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- **Начело бр. 10.** Свако од нас за нека добра, као што су намирнице или одећа, по навици има „прве адресе” на којима ће задовољити своје потребе. По правилу се одређене куповине одвијају увек у истим радњама. Полазак ка тим продавницама дешава се већ потпуно или готово потпуно ван наше свести
- Ове уобичајене куповине могу, наравно, свесно бити промењене, а и настале су из свесно управљаних радњи
- Наиме, приликом прве куповине свесно сте одлучили да потражите

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

... одређену трговину како бисте покрили неку потребу. Потом сте установили да набавком у тој продавници стално задовољавате исте потребе које се непрекидно понављају и отада увек идете баш тамо. Настало је програмирано одвијање ваших покрета

Сада сте као чаробњак продаје одговорни за успех вашег заступничког посла

Када странку први пут саветујете, одлука о куповини стајаће под њеним спознајним надзором. Пошто се једном донета одлука о куповини ...

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- ... полисе касније поново вреднује, треба све да учините да то вредновање буде повољно
- Тада ће осигураник увек када искрсне нека нова потреба за осигуравајућим покрићем програмирано окренути ваш телефонски број
- Из тога проистиче **ДУГОРОЧНОСТ** као десето полазно начело чаробњака продаје: свака прва посета странци ваљало би да буде сматрана посетом будућој вишегодишњој странци.

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- **Начело бр. 11.** Не можемо увек очекивати да ће једном задовољан купац полисе одмах бити програмиран да се сам поново јави. Некада ће за ово програмирање бити потребно и више куповина
- Искуство казује да многи продавци осигурања након успешног закључења уговора брзо нестану с лица места како би избегли могућу промену одлуке странке и како би се радовали управо добијеном потпису полисе
- Али, ово је потпуно погрешан пут.

ОСНОВНА НАЧЕЛА ПРОДАЈЕ

- Странка вам је сада поклонила поверење. Искористите ово пријатно расположење да јој споменете и друге осигуравајуће услуге које нудите
- Онда увек имате ваљаног разлога да са странком касније опет ступите у везу. Приликом договарања следећег сусрета много је делотворније позвати се на ранији разговор него странку тек тако поново позвати
- Стога изводимо и једанаесто основно начело чаробњака продаје, РАЗЛОГ: никада не оставите странку без разлога да с њом опет ступите у