

# Prodajne tehnike za posrednike u prometu nekretnina Zagreb, 13.11.2015.



Mr.sc.oec.Marija Novak-Ištok,  
mag.politologije Gendar d.o.o.

# Ideja vodilja:

*Prodavati znači:  
pomoći, savjetovati, uvjeriti i poslužiti, pa  
tako ne prodajemo proizvode/ usluge,  
nego rješenje potrošačevih problema/  
Peter Jesen*



GENDAR/ MNI



# Stanje na tržištu/ Ranglista strahova stanovništva

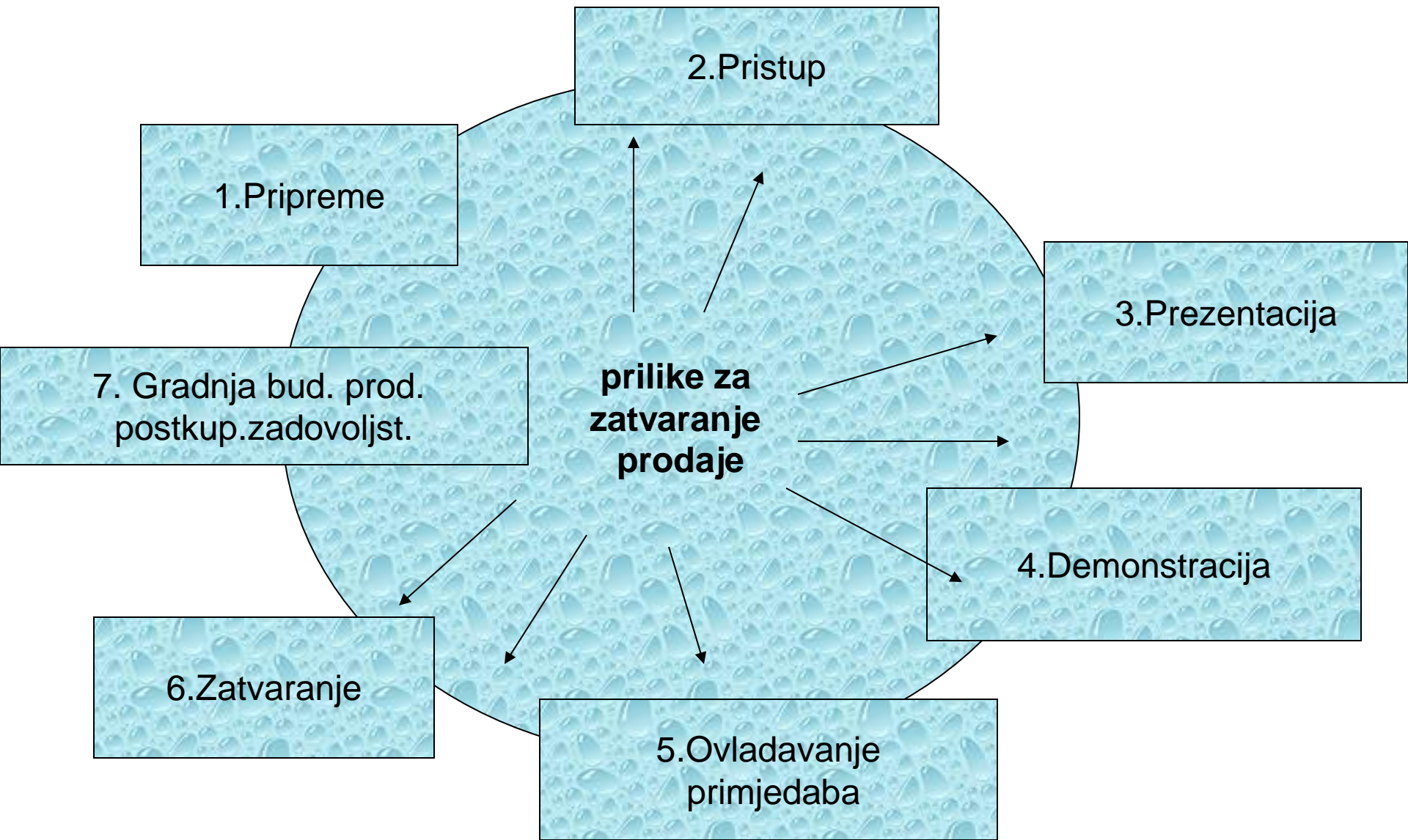
1. Nezaposlenost
2. Nepovoljna opća ekonomska situacija
3. Visoki javni dug
4. Kriminal/ korupcija
5. Inflacija
6. Zdravstvena i socijalna nesigurnost
7. Niske mirovine
8. Stambene nevolje
9. Visoki porezi
10. Problemi obrazovanja...



# Što (u)činiti?



- Prihvatiti, prilagoditi se trendovima/ konkurentnost=
- Komunicirati s klijentima
- Nuditi personaliziranu uslugu (+ proizvode)/ ugodan doživljaj, životni stil!
- Postati brend
- Privlačna atmosfera-prodajni alati, komunikacija
- Kombiniranje prodajnih kanala
- Partnerstvo...+ ?



# Najčešće prodajne tehnike:

- Pažljivog slušanja
- Ciljanog pitanja
- Pristupa
- Pozitivnog sažimanja
- Isticanja koristi
- Provjere jasnoće prezentacije
- Alternativne ponude
- Izravnog pristupa
- Zavođenja - Neka zavole štene...





# Tehnika aktivnog slušanja

- Pravilo 20:80/ 10:90
- Promatranje
- Slušanje
- Razumijevanje
- Detektiranje neizrečenog (emocije)



*Pričanje nije prodaja/ Telling is not selling (trgovačka)*

*Istinski prodaje onaj koji pažljivo sluša./ B.Tracy*



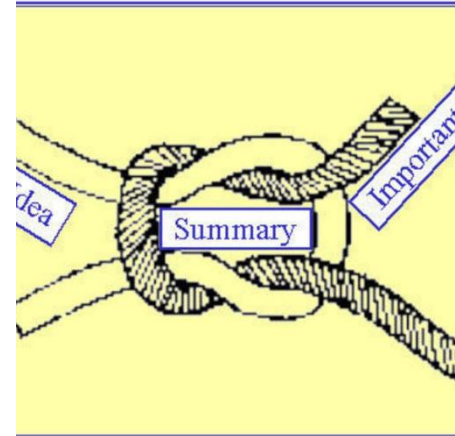
# Tehnika pitanja



- Dragocjeni alat (sve faze prodajnog razgovora)
- Pokazatelj proaktivnosti/ prodajna prilika
- Vrste: otvorena, zatvorena, uvodna, zaključna, klasifikacijska, izdvajajuća, kontrolna, prikupljajuća, zanimajuća, premošćujuća, uključujuća, retorička, zamaskirana...
- Mitovi i strahovi - činjenice i istine
- Prednosti: da govorimo manje; da klijent prepozna ono što želi; da našu ideju doživi – svojom... =
- Olakšava posredniku da pronađe kritičnu točku (prodajni / kupovni motiv) ➡ zaključivanje



# Tehnika sažimanja:



- Sumiranje svih prodajnih/ kupovnih argumenata/vrući gumb!
- Idealno + pisanje formi/ B.Franklin + traženje potvrde („Da“)
- Rezultat aktivnog slušanja + poštovanje!=
- Jasan pregled, otkrivanje skrivenih nejasnoća i primjedbi, objedinjavanje svih etapa prodajnog razgovora/ olakšavanje odluke
- Logični prijelaz na samo zaključivanje („Ima li još nešto što nismo pokrili, nejasnoća koje trebamo riješiti?“ )

# Tehnika isticanja koristi



- Za klijente - prodavatelje i kupce nekretnina
- Izravno poticanje želje za kupnjom
- klijente u ulozi prodavatelja i kupca zanimaju oni sami - korist/ pogodnost
- tvrtke u svim vrstama prodaje i promocije stavljaju naglasak na sebe, pričaju o sebi...a ne o koristima i pogodnostima klijentima
- rješenja, ne činjenice

# Tehnika provjere jasnoće prezentacije

- + njene privlačnosti za klijenta/ „Kako Vam se čini ova kuća/ stan...?“, „Jesam li odgovorio/la na Vaše pitanje...?“
- u svim prodajnim etapama, posebno u zaključivanju
- spriječavanje neželjene reakcije/ nejasnoća(!)
- Važno: kontrolna pitanja tijekom cijelog prodajnog procesa...



# Tehnika alternative

- Presentacija rezervne ponude
- Cilj: povratak zanimanja za prvu/ glavnu ponudu i/li spašavanje prodaje alternativnom
- Najčešći problem: budžet
- Važno: posrednikove financijske vještine i poznavanje tržišta novca=
- Pomoć oko zatvaranja financijske konstrukcije



# Tehnika izravnog pristupa

- Izbjegavanje oklijevanja
- AIDA +
- Kupovni signali =
- Zaključivanje

Primjer:

„Sada nam preostaje samo popunjavanje ugovora...“





# Tehnika „Neka zavole štene“



- Prodaja kao zavođenje
- Porijeklo: trgovci kućnim ljubimcima
- Snaga uključivanja što više osjeta u prodaji
- Omogućiti klijentu da vidi, čuje, osjeti/ dodirne, namiriše, okusi =
- snaga **doživljaja**/ trgovački centri - novi hramovi zabave

# Kako posredovati/prodavati?



- Gradnja odnosa i povjerenja s klijentima (win-win pregovori, ugovori, ...)=
- Dobro poznavanje financijskih prilika i kuća (edukacija i kontinuirano praćenje djelatnosti)=
- Dugoročnost suradnje s klijentom/krajnji cilj: uljuđenost, ravnopravnost, fer-odnos, kontinuiranost (postprodaja)...=
- vraćanje klijenata, preporuka/ WOM...

# Emocionalna inteligencija



- *Tržišnu zamku je moguće izbjeći na način da se udovoljava emocionalnom ljudskom biću, a ne racionalnom/ ključna ideja Funky Businessa – K.Nordström i J.Riddersträle*

# Vaša pitanja

