

Zakaj in kako do novih kupcev?

Podjetniki vse bolj stremijo za novimi posli; predvsem takimi, ki bi dolgoročno lahko prispevali k večji stabilnosti in produktivnosti. Za današnje čase morda to zveni nekoliko hipotetično, vendar take možnosti so.



Evgen Gec, strokovnjak in predavatelj na področju prodaje, organizacije dela v podjetjih in poslovne urejenosti zaposlenih.

Odgovori na nekatera vprašanja lahko dokaj hitro sprožijo razmišljanje o novih pristopih, ki odpirajo številne potencialne možnosti za podjetnike. Koliko bi bili denimo pripravljeni plačati v evrih za novega kupca? Je to 10, 100, 1000, 10.000 ali več? Kje lahko pridobite nove kupce? Kdo vam pri tem lahko pomaga? Na vprašanja si skušajte odgovoriti čim bolj realno, medtem kot vrednost vložka lahko izračunate v okviru povprečnega prihodka glede na dejavnost, ki jo opravljate. Vsekakor je za pridobivanje novih kupcev pridobiti treba vložiti določeno vrednost in vprašanje je le, na kašen način in v kolikšnem možnem obsegu.

Novo dimenzije podjetništva stremijo k združevanju, kar pomeni večjo moč, lažji in učinkovitejši pristop ter dodatno poslovno varnost z minimalnimi stroški vlaganja in večjim pridobivanjem novih poslov. Okolje podjetnikov, ki razume pomen združevanja in želi pri tem sodelovati, ne sprejema in tudi ne želi, da bi kriza, ki se pogosto uporablja kot sredstvo izgovorov in manj kot sredstvo novih možnosti združevanja interesov ter skupnih pristopov, vplivala na njihovo vztrajnost pri iskanju novih rešitev in poslov na trgu. Tovrstni podjetniki se izogibajo izgovorov, kot so: »Saj mi dodatno znanje ni potrebno. Če bi slabo delal, ne bi imel toliko strank ali kupcev«. »Zakaj bi lastne interese delil z drugimi, če me potem samo izkoristijo?«. »Zakaj bi mi bilo treba uvajati spremembe, če vse poteka dovolj

dobro?«. »Zakaj bi mojo konkurenco priporočal nekemu, ker mi lahko prevzame posel?«. »Zakaj naj bi nekoga uvajal v delo, kajti ko ga dobro v delo vpeljem, odide in mi postane konkurenca«

Na delavnice, ki se izvajajo za poklicne dejavnosti, je ravno slednje eno od pogostejših vprašanj. Slušatelji želijo s strani predavatelja konkreten odgovor, zakaj naj bi to počeli, kaj razen ustvarjanja konkurence pridobijo. Odgovori na vsa vprašanja so zelo preprosti in se vedno navezujejo na moč skupnega sodelovanja v katerikoli obliki. Tudi vprašanje, ki je bilo zadnje navedeno. Vsakdo, ki dela v poklicni dejavnosti, se je moral nekje praktično izučiti in ko je postal toliko zrel, da je začutil, da lahko svoje delo opravlja samostojno, se je odcepil. Vsi nosilci obrti so predhodno bili učenci in da so danes uspešni, je k temu zagotovo pripomogel velik delež tistih, ki so jih v praktično delo uvajali.

Novi posli so tam, kjer jih nekateri vidijo in do njih ne morejo, tam kjer že delujejo in bi jih želeli razširiti, ali tam, kjer bi to želeli opravljati, vendar jim je zaradi različnih okoliščin preprečeno. Združen pristop podjetnikov, ki temelji na kredibilnosti, spoštovanju, točnosti, zaupanju in profesionalnosti, tako pridobiva moč izjemnih razsežnosti. Podjetnikom je v pomoč na tistih področjih, ki so za nekatere težko dosegljiva ali povsem nova. Pomembno pri tem pa je, da se v tovrstno okolje lahko vključi vsak, ki le želi pomagati sebi in drugim ne glede na dejavnost, ki jo opravlja.

Evgen Gec



BNI je organizacija ki tudi v Sloveniji tako kot po vsem svetu združuje podjetnike in poslovneže. V BNI se podjetniki združeni v skupine vzajemno zavzemajo za nove posle na način »če bom jaz pomagal tebi do poslov, boš tudi ti želel pomagati meni«. Vsi podjetniki (v posamezni skupini je lahko le en predstavnik posamezne dejavnosti), se z enakovredno združenimi močmi zavzemajo za nove posle in tako drug drugemu pomagajo do poslovne uspešnosti. Več o tem si lahko ogledate www.bni-slovenia.com ali na telefonski št. (0) 590 34 590.