

The image features three overlapping, hand-drawn ribbons in a light orange color against a dark grey background. Each ribbon contains text in a yellow, sans-serif font. The ribbons are arranged in a descending staircase pattern from top-left to bottom-right.

10 Z 10

VZOREC

PREDAJA

MARCEL KAMON



**Marcel Kamon**

Ne Plus Ultra  
Bratislava  
2019



*„Svoju slobodu som dosiahol v deň, keď som uveril, že ju môžem vlastniť. Na tento deň sa nedá zabudnúť, pretože som sa stretol s človekom, ktorý ma oslobodil, a to tak, že mi predal niečo, na čo som nemal, a ja som prvýkrát pochopil, že skutočne MÔŽEM.“*

— Marcel Kamon



## VENOVANIE

Nie je možné mať výsledky bez motivácie, ako nie je možné milovať bez obetovania.

Túto knihu som sa rozhodol venovať ako dar človeku, ktorý ma dennodenne sprevádza pri mojich náročných dňoch a stojí pri mne pri všetkých zložitých rozhodnutiach. Je to človek, ktorý dennodenne bojuje za mojím chrbtom a vytvára mi priestor, aby tie najsilnejšie údery, ktoré dostávam, šli mimo mňa a ja som zostal nedotknuteľný. Nastavuje svoj chrbát pre všetky rany a prepúšťa len tie, ktoré ma posunú dopredu.

Túto knihu som sa preto rozhodol venovať svojej skvelej manželke  
*Heke.*



## OBSAH

Prečo som napísal túto knihu?	9
Kto vám môže radiť?	15
Je možné predať 10/10?	19
Čo musíte splniť na to, aby ste predali 10/10? 27	
Aké produkty predávať?	31
Prečo sa stať obchodníkom?	37
Ako som začínal v obchode a ako som sa prepracoval do pozície, že vzdelávam ostatných?	43
Ako si nájdem prvých klientov?	53
Ako si dohodnúť stretnutie?	59
Snažíte sa predávať hneď na prvom stretnutí?	65
Ako sme prišli o naše schopnosti?	75
Kto nás okradol a ako to získať späť?	81
Potrebujeme mať vôbec dobré vzťahy?	87
Ako predávať produkty s vyššou pridanou hodnotou?	95
Hlavné predpoklady na úspešný predaj.	99
Takže ešte raz, robiť či nerobiť obchod?	107
Musí ma obchod baviť?	113
Zažili ste už strach z predaja? Ako sa ho zbaviť?	119
Čo ak som sa nenarodil pre predaj?	125
Akým spôsobom predávame u nás?	131
Proces tvorenia dôvery.	141
Ako využiť ostré náboje?	147
Môžem takto predať akýkoľvek produkt?	151
Čo ak nie som dôveryhodný alebo dôveryhodnosť nie je mojou silnou stránkou?	155
Potrebujem poznať produkt, aby som mohol predávať?	159
Používanie prirovnaní.	163
Obchodník a jeho miera zodpovednosti.	169
Ako postaviť náš produkt?	177
Povrchnosť pri predaji.	183



Potreby klienta.	187
Obchod a marketing.	191
Kde získavať informácie o klientoch?	199
Zameraný na výsledok alebo zameraný na peniaze?	205
Signály kupujúcich.	209
Obchodník v skvelej kondícii.	215
Koľko sa dá zarobiť v obchode?	221
Vzdelávanie v obchode.	225
Ľudia majú radi skratky.	231
Obchod a garancie	239
Milujete svoju prácu?	243

# **Prečo som napísal túto knihu?**



Klamal by som, ak by som nenapísal, že som po tom túžil už celé roky, nakoľko sa chcem podeliť o informácie, ktoré som ako podnikateľ zozbieral počas svojej 20-ročnej kariéry.

Keďže som profesionálny business konzultant, cez ruky mi pretiekli doslova stovky klientov, majiteľov firiem.

Stretávam sa s majiteľmi firiem nielen zo Slovenska a Čiech, ale aj zo zahraničných krajín, ako sú napríklad Kanada, USA, Austrália, Nemecko, Japonsko, Čína, Taliansko, či Mexiko a z mnohých ďalších krajín. Už roky sa zaujímam o to, aké problémy majú majitelia firiem plošne na celej planéte. Čím viac študujem, tým viac pozorujem, že tieto problémy sa neustále opakujú a sú si podobné. Spočiatku som si myslel, že rozdielne kultúry budú prinášať rôzne problémy a ešte odlišnejšie riešenia. No nie je to tak. Stretávam sa dookola so všetkými týmito problémami, a keďže som konzultant, ľudia odo mňa očakávajú riešenia. Takže mať riešenia, je moje živobytie a som od toho závislý. Čím funkčnejšie riešenie, tým väčšia odmena. Bol som doslova prinútený zozbierať riešenia na rôzne komplikované problémy, s ktorými sa stretávame každodenne a ktoré nás oberajú o stovky, ba až desiatky tisíc eur denne.

Táto kniha je písaná o obchode a o tom, ako predať. Mohol by som si vybrať ktorýkoľvek iný problém, ale máloktorý z nich vás však pripraví o toľko financií ako nezvládnutý obchod alebo nezvládnutý obchodný systém.

V tejto knihe vám odovzdám návod a riešenie na obchod tak, aby ste tejto kapitole raz a navždy porozumeli a mohli ju považovať za uzavretú. Prečítal som veľké množstvo kníh a návodov na obchod. Ak píšem veľké množstvo, myslím naozaj „množstvo“. Posledných pár rokov študujem niekoľko hodín denne. Darí sa mi tak preštudovať, nie prečítať, minimálne tri knihy do týždňa. Dnes mám za sebou niekoľko stoviek kníh, ktoré som pospájal dokopy s informáciami, ktoré som získal ako konzultant a vytvoril som si pre svoju firmu obchodný systém, ktorý mi v týchto oblastiach môžu závidieť aj priekopníci. Viem, že to znie ako samochvála, ale viem vám to dokázať a sami po preštudovaní tejto knihy pochopíte, aký

je obchod jednoduchý. Budete ho schopní zvládnuť neporovnateľne lepšie ako kedykoľvek predtým. Vaše predošlé snahy nespočetne premrhaných hodín u klientov sú už za vami. Jediné, čo stačí, je túto knihu preštudovať a držať sa týchto pár základných pravidiel, ktoré tak či tak máte v sebe a sú pre vás intuitívne. Napríklad, máte radi takzvaný „tvrdý predaj“? Väčšina obchodníkov s tým má markantný problém. Ja osobne nenávidím robiť tvrdý predaj a nie som jeho zástancom. Napriek tomu predávam veľa a dokážem predat' doslova čokoľvek. Som odkázaný na obchod, a keďže obchodujem denne, našiel som si riešenia, ako sa vyhnúť tvrdému predaju, no napriek tomu predat' veľa, rýchlo a zároveň tak, že každá zúčastnená strana v obchode dostane to, čo očakáva a častokrát ďaleko viac.

Táto schopnosť nie je niečo, s čím som sa narodil, aj keď tak na prvý pohľad môžem pôsobiť. Je to niečo, čo som si vytvoril, pospájal a vybudoval čítaním tisícami hodín riadkov v knihách a čítaním medzi riadkami v ľudskej konverzácii. Tie mi dali istotu, vďaka ktorej dnes dokážem prehlásiť, že predaj dokážem naučiť kohokoľvek, kto túži na sebe pracovať a neustále sa zlepšovať. Ak čítate tieto riadky, ste ten človek, ktorý hľadá riešenia a tým potvrdzujete, že sa to dokážete naučiť aj vy.

Osobne si myslím, že tieto kvality hľadá naozaj veľké množstvo ľudí. Majitelia firiem a obchodníci držia v rukách skvelé produkty, ktoré v skutočnosti nikdy neuvidia svetlo tohto sveta. Dôvodom je neschopnosť sa presadiť alebo neschopnosť predat' svoju myšlienku, teda svoj produkt. Tak ako navždy ostanú v zabudnutí umelecké diela maliarov, skladateľov či vynálezcov, ktorí sa nikdy nevedeli presadiť, tak ostanú v zabudnutí aj produkty majiteľov firiem, ktoré boli, v prvom rade, vymyslené na to, aby zlepšili životy miliónom ľudí. A jediný problém spočíva v tom, že nevedia odkomunikovať svoju myšlienku, aby sa rýchlo šírila.

Bohužiaľ, kvôli nezvládnutému obchodu a chýbajúcim obchodným systémom sa tieto riešenia dostanú len k desiatkam ľudí, ktorí si ich budú šťastne užívať. Preto mojou úlohou je, odovzdať vám informácie a podeliť sa s nimi, čo, prirodzene, vnímam ako svoju osobnú

zodpovednosť. Ľudia sa ma pýtajú, prečo to robím? Prečo odovzďavam tieto cenné informácie viac-menej zadarmo?

Celý vtíp je v tom, že skvelý predaj je v skutočnosti len prezlečená pomoc a odovzďavanie riešení. Keď ste skvelý obchodník, tak nasiaknete do poslednej nitky jediným a hlavným účelom, ktorý má zmysel udržiavať na tejto planéte – a tento účel je obyčajná nezištná pomoc.

Toto je kniha, ktorá vám za pár hodín čítania skráti čas obchodovania na zlomok času.



**Kto vám môže radit?**





Niektor by sa mohol spýtať, či vôbec mám dostatok skúseností na to, aby som tvrdil, že predávať sa dá aj ľahko. Veľa ľudí si totiž myslí, že predaj môže fungovať len tvrdým spôsobom.

Môj uhol pohľadu je taký, že je možné predávať tvrdým spôsobom a iste je to metóda, ktorá funguje. Neraz som aj ja takto uzavrel obchod. Má to však veľakrát háčik. Po tvrdom predaji vám z času na čas príde správa alebo telefonát, že si to klient rozmyslel. Mnohokrát som sa na konci tvrdého predaja stretol s tým, že namiesto toho, aby bolo predané, človek ustúpil kdesi do úzadia, nekomunikoval, nedvíhal telefóny, nezaujímal sa o ďalšiu komunikáciu, a dokonca ma začal ohovárať. Namiesto toho, aby som klienta získal, som klienta stratil. Áno, ľudia často bojujú s nejakými svojimi démonmi, prečo nechcú nakupovať.

Možno sa v minulosti stretli s tým, že im niektor nútene predával niečo, čo nechceli, alebo majú prirodzený odpor k nakupovaniu. A možno si len sami chcú vybrať produkt, ktorý si kúpia. Oni chcú mať v rukách rozhodnutie o tom, čo budú používať, namiesto toho, aby im to niektor nanútil. Rovnako, ako nám nanucovali rôzne veci, keď sme boli deti a my sme, prirodzene, mali k tomu odpor. Ako keď nás mama nútila, aby sme jedli, a my sme neboli hladní. Neprestajné opakovanie: „Daj si, nie si hladný?“ v nás vyvolalo averziu k vnucovaniu. Máme teda odpor, keď nám niektor začne diktovať, čo by sme mali v živote robiť, alebo keď nám začne vnucovať, čo by sme mali chcieť.

Je to v podstate celkom nepríjemná záležitosť. Práve to je ten dôvod, prečo hľadám spôsoby a riešenia, ako prehovorím k človeku samotnému a nie k jeho nahnevanej časti mysle, ktorá bola celý život napádaná rôznymi ľuďmi, ktorí nám hovorili, čo musíme robiť a prečo musíme niečo chcieť. Chcem hovoriť k živej bytosti, ktorú nosí každý z nás hlboko v sebe. K tej lepšej časti v nás a chcem každému človeku podať pomocnú ruku a uistiť ho, že to, čo mu v skutočnosti ponúkam, je riešenie na jeho problém, ktorý mu pozitívne zmení život.

Práve preto používam „mäkké“ metódy obchodu.

Samozrejme, môj produkt musí naozaj pomáhať a riešiť potreby a problémy. Veľmi ťažko by som vedel takýmto spôsobom predávať,

ak by produkt nevykonal žiadne pozitívne zmeny v živote človeka, ktorému predávam.

Ak teda viete, že váš produkt je kvalitný a pri jeho správnom používaní produkuje pozitívnu zmenu, potom je táto kniha pre vás. Ak si však myslíte, že váš produkt je zlý, a keď ho niekomu predáte, tak mu ublíži, poškodí mu život, vezme mu čas alebo mu znehodnotí jeho budúcnosť, tak táto kniha nie je pre vás, a vy by ste mali začať pracovať na tom, aby ste svoj produkt skvalitnili a upravili ho tak, aby životy ľudí zlepšoval.

Produkty, ktoré ničia a zhoršujú nejaké sféry života, nemá zmysel predávať. Keď máte takýto produkt vo svojom portfóliu, úspech v predaji touto „soft-mäkkou“ metódou, nie je možný. Ak vo svojom vnútri cítite, že namiesto pomoci človeku ublíži, urobí mu niečo zlé, niečo mu skomplikuje, urobte ešte teraz krok späť a začnite na svojom produkte pracovať. Začnite sa zamýšľať nad jednoduchou otázkou: Ako môžem produkt zmeniť, aby z neho mal osov akýkoľvek užívateľ a aby mu priniesol do života niečo pozitívne? Keď to budete mať zvládnuté, potom pokojne vezmite túto knihu alebo si ju vypočujte prostredníctvom audio nahrávky. Na základe tejto knihy budete môcť zmeniť svoje obchodné stratégie na nepoznanie a už nikdy nebudete musieť predávať tvrdým spôsobom.

**Je možné predať  
10/10?**

