

# Poznanstvo ni dovolj za sklenitev posla

V prejšnji številki smo govorili o VCP modelu, ki opisuje kronološki razvoj medsebojnega poslovnega odnosa. Najprej se spoznamo, smo vidni, potem ustvarimo kredibilnost in temu sledi profitabilnost. V današnji številki pa bomo govorili o tem, kaj konkretno lahko naredimo, da zvišamo svojo kredibilnost, ki je od teh treh faz najpomembnejša. Brez kredibilnosti oziroma zaupanja v vas namreč ne moremo pričakovati sklenitve posla oziroma prodaje.



## Brigita Hribar Pirc

je strokovnjakinja s področja poslovnega mreženja in napotitvenega trženja.

Osebno svetovanje:  
040 191651,  
brigita@bni-adria.com

### Zaupanje se začne pri nas samih

Dokler si sami ne zaupamo, nam ne bodo zaupali drugi (Stephen Covey, The speed of trust).

Kaj je torej prvi in najpomembnejši korak? Da spoznamo sebe, smo gotovi v svoja dejanja in poslovanje. Torej, da naredimo vse, da vsako naše dejanje izhaja iz našega notranjega prepričanja, da vemo, kaj počnemo. Ko bomo zares zaupali vase, lahko pričakujemo, da nam bodo tudi drugi zaupali. Prestavljajte si, da naročite pleskanja stanovanja in na ogled pride slikopleskar, ki ste ga našli v lokalnem oglasniku. Razkažete mu stanovanje in posebej pokažete tudi nekaj posebnih poškodb, ki terjajo nekoliko zahtevnejši poseg. In takrat vaš sogovornik, slikopleskar, začne zmajevati z glavo, da ni čisto prepričan, če to lahko sanira, da ne ve, kako bo to uspelo, ker takega primera še ni imel, itd. Mu zaupate, če si še sam ne zaupa?!

### Profesionalno poslovno delovanje

Seveda je pogoj, vendar ni dovolj, da si le sami zaupamo, če želimo, da nam bodo zaupali tudi drugi. Pomembno je, da v gradnji odnosa, v medsebojni komunikaciji in delovanju z drugimi na vsakem koraku izkajujemo profesionalno poslovno delovanje. Kaj to pomeni?

Profesionalno poslovno delovanje med drugimi (to je najbolj pomembno) pomeni, da:

- na sestanke prihajamo točno oziroma se pravočasno opravičimo za zamudo (najpo-

membnejši so sestanki pri stranki – na primer ogledi)

- se posvetimo strankam (ne da pridemo na ogled in se nam mudi, da nimamo časa, da si stranka ustvari prvo zaupanje v nas)
- pripravljamo kvalitetne in lično izdelane ponudbe (ponudbe izkazujejo, kako profesionalno delujete – če dela z računalnikom niste večji, prosite prijatelja za pomoč)
- se vedno držimo dogovorjenih rokov in ponudbene cene (stranke so najbolj občutljive, kadar končna cena ni skladna s ponudbo in pričakovanji ter kadar dogovorjeni roki zaradi slabe organizacije izvajalca niso doseženi)
- nemudoma priznamo in odpravimo reklamacije (v primeru reklamacije zaradi naše napake je prav, da to takoj priznamo in napako odpravimo – vsi, ki delamo, delamo napake in hitra reakcija na reklamacijo lahko celo poviša vašo kredibilnost!)
- smo ažurni pri odzivanju na telefonske klice in e-sporočila (v današnjem svetu, ko se vse odvija že skoraj s svetlobno hitrostjo, lahko pozen odziv pomeni zamujeno prilo-

žnost, saj bo potencialna stranka poiskala izvajalca drugje, če vas ne bo priklicala)

### Zaupanje se ne rodi čez noč

Včasih, ko nekaj želimo narediti hitro, dosežemo ravno nasprotno, da se odvija počasneje. Točno to velja za gradnjo naše kredibilnosti. Kredibilnost ni to, kar mi menimo o sebi, ampak to, kar mislijo o nas drugi. In tega procesa ne moremo pospešiti do hitrosti, kot bi si morda sami želeli, ampak se od- vija s svojo naravno hitrostjo.

Seveda vsa naša pozitivna dejanja pomagajo, da se hitrost gradnje odnosa in hitrost povečevanja medsebojnega zaupanja povečujeta, vendar le do meje, ki jo v sebi nosi naš vsakokratni sogovornik. Pri nekaterih vaših strankah ali partnerjih boste lahko odnos in zaupanje vzpostavili hitro, pri drugih nekoliko počasneje. V vsakem primeru pa največ tako hitro, kot je prav.

Tako kot dobro vino, tudi dobri medsebojni odnosi zahtevajo svoj čas in potrpljenje, da dozori, vendar jih bomo lahko potem uživali v vsej svoji polnosti in bogastvu!



Kredibilnost ni to, kar mi menimo o sebi, ampak to, kar drugi mislijo o nas.