

Tudi s prodajo grenivk lahko postanete milijonar!

Ste novi v poslu? Preberite to knjigo. Ste v poslu že 30 let? Preberite to knjigo.

Recesija. Odpuščanja. Slabe novice. Skoraj vsi trenutno govorijo samo o teh temah. Pa veste, zakaj? **Negativne novice pritegnejo. Pozitivne pa ne.** Premislite o naslednji situaciji. Gledate po televiziji, kako neurje poplavi mesto v Nemčiji ali kako so postavili novo šolo? Vidite. Skoraj vsem nam so bolj zanimive poplave. Naj vam povem zanimivo zgodbo. Mogoče ste jo videli tudi sami. Pred kratkim je po televiziji krožila reportaža, kjer ameriška reporterka s kanujem vesla po poplavljenem mestu New Jersey. Želela je pokazati, kako globoka je voda. Kaj mislite, kako globoka je bila? Vožnja s kanujem vsekakor ni bila potrebna. In kaj jo je izdalo? Med reportažo sta se v ospredju mimo nje sprehodila možakarja, ki jima je voda segala do gležnjev. Vidite, kaj mediji delajo, samo da so zanimivi.

Vrnimo se k recesiji. Če se je dotaknila tudi vas ali pa je vašemu podjetju zaenkrat še prizanesla. **Res uspešna podjetja so tista, ki znajo prodati.** Mogoče vam posel trenutno teče fantastično ali pa se trudite, rezultati pa se ne izboljšajo. Sprašujete se, kaj je narobe. Naj vam povem. Primerjajmo prodajo z vožnjo kolesa. Večina izmed nas je najprej vozila kolo s pomožnimi kolesi. Nato ste potrebovali nekaj časa, da ste speljali brez koles. In ko ste se naučili, so vam rekli - tega ne pozabiš nikoli. Tega znanja ti ne mora vzeti nihče. In tako je tudi pri prodaji. Pomožna kolesa so kot poučni seminarji, delavnice in nenazadnje knjige. Pokažejo in povedo nam, kako stvari delujejo. Kasneje pa le z vajo speljemo brez pomožnih koles. Z vajo in vztrajnostjo nam uspejo tudi kakšni zahtevnejši triki, skoki in nenazadnje vrhunske uvrstitve na tekmovanjih. Tako je tudi pri prodaji. Najprej se moramo naučiti, kasneje pa vaja prinese zelen dosežek. Vse je odvisno od vas samih. Od ciljev, volje in potrpežljivosti. Kolo že vozite, saj ste zaposleni ali pa je podjetje celo vaše. **A naredite še kakšen trik, skok ali pa premagajte vašo konkurenco.**

Vzemimo kot primer naslov prodanega pisma. Kaj je njegova naloga? Pritegniti bralca in ga pripraviti do tega, da bo prebral podnaslov. In kaj je naloga podnaslova? Dati prve informacije o izdelku. Ni res! Pripraviti mora bralca, da bo prebral prvi odstavek. Zdaj vas vprašam za nalogo prvega odstavka. Saj veste, da nam ta poda prve podatke o izdelku, ki ga prodajamo. Spet napačno! Ta mora prav tako pripraviti

bralca, da bo prebral drugi odstavek in kasneje celotno besedilo. Vidite, da je tudi meni uspelo pritegniti vašo pozornost, da ste tako obširen tekst ob vsej zaposlenosti prebrali do te točke. Tega ste se zmožni naučiti tudi vi. **Stvar je zahtevna pa vendarle enostavna.** Tako enostavna, da se jo lahko nauči prav vsak.

Ljudje so v poslu že veliko let. Verjetno tudi vi. Ne govorim vam, da česa ne znate. Verjamem, da ste dobri.

Naučili se boste žonglirati z besedami.

Ampak verjemite. Lahko ste še boljši. To dosežete, z učenjem od najboljših. Eden od teh je Joseph Sugarman - „Joe“. Joe je direktor podjetja JS&A. Ukvarja se s prodajo vseh možnih izdelkov. V svojem življenju je dosegel že mnogo. Ne le, ker je veliko prodal. Predvsem je veliko že izgubil. Ne veliko, ogromno je izgubil. Govorimo o milijonih dolarjev. Ampak le tako se je naučil in postal eden najboljših piscev prodajnih pism na svetu. Učil se je na svojih napakah. S pomočjo Joejeve knjige, lahko postanete izvrsten in uspešen pisec prodajnih pism. Izognite se napakam že v začetku. **Spoznajte štiriinšestdeset skrivnosti uspešne prodaje.**

Razkril vam bo od grafičnih elementov oglasa, s katerim potencialnega kupca pritegnete k branju prvega odstavka, do konceptov, ki jih morate pri pisanju upoštevati ter vse do izjemnih psiholoških sprožilcev. Knjiga vas ne bo le naučila pisati izvrstne prodaje in uspešnih besedil, tudi motivirala vas bo in vlila dodaten navdih.

Če knjige ne boste prebrali, ne boste izvedeli, kaj vse vsebuje oglas, s katerim je oče šestih otrok prodal 3 milijone knjig, in zakaj je potem umrl pred televizijskimi kamerami. Ne boste poznali nerodnosti, ki so jih zagrešili v začetnih oglasih za znameniti katalog Victoria Secret, in kako je končal ustanovitelj tega podjetja. Ne boste vedeli, kako napisati oglas za nekaj tako preprostega, kot je grenivka, in kako genialno je to uspelo preprostem teksaškemu kmetovalcu, ki ga je **eno samo oglasno besedilo spremenilo v milijonarja.** Ne boste vedeli, kako je spisan oglas, s katerim je Joe Sugarman preko direktne pošte prodal **več kot 20 milijonov parov sončnih očal.** Ne boste poznali učinkovitih prijemov besedila, ki ga je Joe Sugarman napisal za prodajo svojega letala - tako učinkovitih, da se je zanj zanimala celo CIA. In še več zanimivih skrivnosti.

Ne čakajte na znanje in investirajte vase. Za samo 40,00 € dobite zraven knjige še 4-urni DVD „Recesijsko odporen marketing“ (redna cena 50,00 €) brezplačno. Prosim pohitite, ponudba velja do **10. avgusta 2009.**

Priročnik za pisanje oglasov (redna cena 40 €)
+ DVD Recesijsko odporen marketing (redna cena 50 €)

SKUPAJ SAMO 40 € (ponudba velja do 10.8.2009)

Ime in priimek:

Podjetje:

Naslov:

Poštna št.:

Kraj:

Email:

Telefon:

Davčna št.:



LISAC & LISAC

tel: 01 568 57 82
faks: 01 541 22 06
info@lisac-lisac.si
www.lisac-lisac.si