Sadržaj

Poglavlje 1: Uvod 1
Moj neplanirani eksperiment 1
Šta je dijagnostička prodaja 3
Šta dobijate ovom knjigom (i šta ne dobijate) 4
Mapa puta 4
Upozorenje pre nego što krenete dalje 4
Agile, promene i granica „dosta“ 15
Konstanta: integritet odluke 16

Poglavlje 2: Osnovni koncept dijagnostičke prodaje 17
2.1. Šta je dijagnostička prodaja 17
2.2. Prodaja kao disciplina odlučivanja 19
2.3. Od tehnike ka dijagnostici 25
2.4. Ključne karakteristike dijagnostičke prodaje 33
2.5. Šta nije dijagnostička prodaja 38
2.6. Granice i uslovi dijagnostičke prodaje 39

Poglavlje 3: Sistem i kontekst: B2B, B2C i sistemska realnost 45
3.1. Zašto dijagnostička prodaja zahteva sistemski pristup 45
3.2. Učinak prodavca i krajnji ishod za kupca *(output vs. outcome)* 47
3.3. B2B i B2C odnosi – isti mentalni sklop, drugačiji kontekst 48
3.4. Organizacije kao živi sistemi – pristup ORSC 54
3.5. Sistemi koji nose (i ne nose) dijagnostičku prodaju 59
3.6. Dijagnostički poslodavac – sistem u kojem raste prodavac 64

Poglavlje 4: Ciklus prodajnog razgovora i *Diagnostic Sales ARC* 69
4.1. Od prodajnog luka do dijagnostičkog *Sales ARC*-a 69
4.2. *Sales ARC* u složenom sistemu – višestruki akteri, više susreta, *handoff* 76
4.3. *Agreement* – dogovor i dozvola 83
4.4. *Root cause* – dijagnostika konteksta 86
4.5. *Choices* – sagledavanje opcija i mentoring 91
4.6. *Soft landing* – stabilizacija odluke 94
4.7. Česte greške sa *Sales ARC*-om 98

Poglavlje 5: *Sales Meta-ARC* – tri sloja iznad operativnog *Sales ARC*-a 101
5.1. Zašto *Sales ARC* nije dovoljan – uvod u metaslojeve 102
5.2. Sloj 1: *Stance* – unutrašnji kapacitet prodavca 103
5.3. Sloj 2: Pretpostavke i rizici – FII okvir 110
5.4. Sloj 3: Ekosistem – spoljašnji kontekst koji kaskadira nadole 116
5.5. Kako se slojevi povezuju i empatija kao infrastruktura 118

Poglavlje 6: *Sales Growth Wheel* – profesionalni identitet dijagnostičkog prodavca. 123
6.1. Svrha postojanja *Sales Growth Wheel*-a. 124
6.2. Struktura *Sales Growth Wheel*-a 125
6.3. Kako koristiti *Sales Growth Wheel* u praksi 126
6.4. *Self-mastery* – centar profesionalne stabilnosti 127
6.5. *Mindset – premium* naspram *surface*. 127
6.6. *Diagnostic leadership* – vođenje prostora odluke 131
6.7. *Domain mastery* – duboko razumevanje sveta kupca. 134
6.8. Biznis i strategijsko razmišljanje – strategija kao okvir integriteta 136
6.9. Marketing i pozicioniranje – javno prisustvo kao produžetak dijagnostike 138
6.10. Učenje i refleksija – motor dijagnostičke prakse. 139

Poglavlje 7: *Self-mastery* – centar profesionalne stabilnosti. 145
7.1. Zašto *self-mastery* 146
7.2. *Self-mastery* u praksi: kako se razvija 146
7.3. Emocionalna inteligencija kao infrastruktura *self-mastery*-ja 147
7.4. Granice kao profesionalna etika 150
7.5. Osvajanje nesvesnog: *self-mastery* ispod površine. 153
7.6. Hrabrost: *self-mastery* kada sistem uzvrati 155
7.7. *Outer role* i *inner roles*: zašto profesionalna uloga popušta pod pritiskom. 159
7.8. *Self* kroz vreme: *mastery* nivo *self-mastery*-ja 161
7.9. Fizičko telo: *self-mastery* koji se vizualizuje pre prvog koraka. 165
7.10. Integrisani *self-mastery*: stanje unutrašnje slobode. 167
7.11. *Self-mastery* i religiozna dimenzija integriteta. 169

Poglavlje 8: Mitovi u prodaji i zašto su važni 173
8.1. Mitovi o prodavcu: *identitet*, *harizma i odnosi*. 174
8.2. Mitovi o procesu: *brzina*, *prezentacije*, *cena*, *informisani kupac i kvalifikacija* 178
8.3. Mitovi o sistemu: *znanje, infrastruktura i dijagnostika kao arhitektura* 182
8.4. Most ka veštačkoj inteligenciji 187

Poglavlje 9: KPI dijagnostičke prodaje. 189
9.1. Zašto klasični KPI ne mere ono što je važno 189
9.2. Najveći konkurent: odsustvo odluke 190
9.3. *Decision velocity*: merenje koje menja igru 191
9.4. Lanac odluka: o čemu kupac zapravo odlučuje 192
9.5. Broj odluka: metrika koja menja perspektivu. 194
9.6. Praktičan okvir: pet slojeva merenja 196
9.7. Gudhartovo upozorenje: kada metrika postane cilj 198
9.8. „Ne“ kao *input* umesto kao *output*. 199
9.9. Fibonacci i složenost odluke. 200
9.10. Tim koji samerava sebe. 201
9.11. Najjednostavniji KPI: vreme provedeno u razmišljanju o kupcu 203
9.12. Meta-KPI: šta se desi kada ode najbolji prodavac. 208
9.13. Stopa poboljšanja dijagnostike: metrika učenja sistema. 209
9.14. Nagrađivanje u dijagnostičkom modelu. 210
9.15. Most ka veštačkoj inteligenciji (AI) 212

Poglavlje 10: Dijagnostička prodaja i veštačka inteligencija 215
10.1. Dijagnostička prodaja u eri veštačke inteligencije 215
10.2. Tri režima: *assist, guide, govern* 216
10.3. Od oblaka do lokalne mašine: AI kao infrastruktura, ne kao servis 217
10.4. Glavni problem kompanija i profesionalnih usluga: znanje pojedinca 218
10.5. Gde je danas prodaja u B2B i profesionalnom B2C svetu 219
10.6. Razlika između B2B i B2C dijagnostike i zašto je sistem mora prepoznati 220
10.7. Stvarni potencijal veštačke inteligencije u dijagnostičkoj prodaji 222
10.8. Agent kao dijagnostički partner, ne kao zamena za prodavca 223
10.9. Pet režima dijagnostičke interakcije 225
10.10. Spektar integracije: od alata do infrastrukture – i određenje granica 228
10.11. Zašto dijagnostički prodavac mora da koristi veštačku inteligenciju 232
10.12. Sistem, a ne povećanje broja zaposlenih 234
10.13. Dva puta implementacije, ali samo jedan opstaje dugoročno 234
10.14. Šta sa ljudima kada agent preuzme ponavljanja 235
10.15. Ograničenja dijagnostičkog AI sistema 236
10.16. Kada AI košta više nego što štedi 238
10.17. Regulatorni okvir, etika i profesionalni standardi 239
10.18. Implikacije dijagnostičkog AI sistema 240
10.19. Šta ostaje kada se dijagnostika komoditizuje 244
10.20. Merenje kvaliteta dijagnostičkog AI sistema 245
10.21. Dvostruka petlja i dijagnostička retrospektiva – sistem koji uči iz sopstvenih rezultata 246
10.22. Završna implikacija: dijagnostika kao infrastruktura 251
10.23. Most ka završnom poglavlju – manifest dijagnostičkog prodavca 251

Poglavlje 11: Manifest dijagnostičke prodaje 253
11.1. Zašto nam je neophodan manifest 253
11.2. Deset principa 254
11.3. Poziv na rad 259
11.4. Dijagnostička prodaja kao profesija 260
11.5. Smisao kao krajnja dijagnostika 265

Rečnik stručnih i stranih pojmova 269

Literatura 275

Indeks 279

O autoru 283