

Maciej Dziekanowski

PORADNIK REKINÓW SPRZEDAŻY



JAK ZOSTAĆ
TOP SELLEREM
I NIE ZWARIOWAĆ

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Helion SA dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Helion SA nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Grzegorz Krzystek
Projekt okładki: Jan Paluch

Helion SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!
Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres
<http://onepress.pl/user/opinie/poreki>
Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-283-6450-9

Copyright © Helion SA 2020

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Praca handlowca	11
Pranie mózgu i istota handlu	11
Znaczenie umiejętności sprzedażowych	19
O pracy w sprzedaży	24
Rozdział 2. Fundamenty	43
Zły dzień, złe życie	43
Fundamenty	56
Fundamenty: lęk	58
Fundamenty: porażka	64
Fundamenty: samoakceptacja plus mity	70
Fundamenty: motywacja	83
Rozdział 3. Przygotowanie do pracy	95
Bez planu = bez sensu	95
Estetyka — wizytówka firmy i przy okazji Twoja	100
Knowledge is power	118
Materiały sprzedażowe	123
Rozdział 4. Znajomość produktu i klienta	135
Poznaj swój produkt!	135
Kim jest Twój klient	145
Uniwersalne metody pozyskiwania klientów. Wstęp	150

Uniwersalne metody pozyskiwania klientów — jak robić dobrze przez telefon?	151
Uniwersalne metody pozyskiwania klientów — mailing	159
Uniwersalne metody pozyskiwania klientów — personal branding	165
Rozdział 5. Badanie potrzeb klienta	175
Dominacja? Nie! Kontrola? Tak!	175
Czym jest magia, czyli składniki pytań	182
Rozdział 6. Prezentacja, zamknięcie i domknięcie sprzedaży	199
Jaka oferta?! Ja nic nie zamawiałem	199
Prezentacja taka, że babcia będzie dumna!	203
Trzy podstawowe zamknięcia sprzedaży	212
Trzy techniki moralnie szare bądź ciemniejsze	216
Na wojnie z obiekcjami	221
Rozdział 7. Obsługa posprzedażowa	235
Dbaj o swoje	235
Siła rekomendacji	241
Rezultaty, czyli ostrzeżenie przed niebezpieczeństwem	243
Słowniczek przydatnych zwrotów	245

PRACA HANDLOWCA

*Witaj w maszynie, czyli jak zepsuć handlowca
i czym jest sprzedaż*

Z tego rozdziału dowiesz się między innymi:

- czym jest sprzedaż,
 - jakie są dominujące trendy w szkoleniu handlowców,
 - na jakie pułapki należy uważać,
 - czy praca w handlu to dobry pomysł,
 - z jakimi stanowiskami w handlu możemy się spotkać,
 - jak kształtują się zarobki w sprzedaży.
-

PRANIE MÓZGU I ISTOTA HANDLU

Czym jest sprzedaż

Zakładamy, że gdy słyszysz słowo „handel”, przychodzi Ci do głowy co najmniej 100 skojarzeń! Excel, upierdliwi klienci lub też mina Twojego przełożonego, gdy przez błąd w dokumentacji kredytowej Twój tłusty temacik wysypał się na weryfikacji, i wiele, wiele innych. Czy zastanawiałeś się jednak kiedyś, czym jest sama sprzedaż?

Zapewne na myśl od razu przychodzą Ci definicje, które pseudo-coachowie wlewają strumieniami do głów młodych adeptów tej szlachetnej profesji, typu „sprzedaż jest kreowaniem marzeń”, „handel jest nadawaniem blasku życiu klientów” — jasne! Chcąc wybudować solidne podwaliny skutecznego i stabilnego handlowca, musimy pozbyć się myślenia tego typu i uczulić na przyszłość. Podstawowym błędem nauki sprzedaży — STOP — wręcz elementarnym błędem jest narzucanie definicji, które pociągają za sobą konsekwencje. Spójrz na przykład!

Żyjąc w bredni

Korzystając z okazji, przedstawimy bohatera, który będzie występował w naszych przykładach, i tutaj szok — będzie nim **Rekin Sprzedaży**. Chcieliśmy mu nadać imię Marka, ale stwierdziliśmy, że może to być mylące bądź też zbyt nobilitować to szlachetne imię — **ale do rzeczy!**

Nasz Rekin kompletnie nic nie wie o sprzedaży, załapał się na swoją pierwszą fuzkę, będzie handlował... no właśnie — czym? W imię nauki możesz uzupełnić lukę sam! Dlaczego? Prawa i zasady, o których mówimy, najczęściej są uniwersalne — co najmniej w większości przykładów! Rekin pakuje się na parę dni, bo szkolenie jest w Warszawie, bierze buty do biegania, bo przecież po szkoleniu będzie miał masę czasu (w rzeczywistości pije w hotelowym pokoju z braćmi w ~~praniu mózgu, tj.~~ szkoleniu), obiecuje swojej dziewczynie, że nie będzie się zbyt spoufalał z przedstawicielkami płci przeciwnej. Wstaje o 4 rano, żeby zdążyć na pociąg, który zawiezie go na pociąg, który zawiezie go na pendolino do Warszawy (za bilety zwracają, długo to trwa, ale warto kupić pierwszą klasę). O 9 dociera do hotelu, w którym odbywa się szkolenie.

W salce czuć słodką woń napojów energetycznych wymieszaną z zapachem ubrań przesiąkniętych papierosowym dymem towarzyszącym długim podróżom. Na twarzach pobratymców widać zmęczenie i resztki majonezu ze skrzętnie przygotowywanych przez matki, żony i kochanki bądź, w przypadku kobiet, mężów kanapek jedzonych w pośpiechu, pomiędzy jedną a drugą przesiadką. Standardowa ekipa szkoleniowa w postaci:

- Fajny koleś, zagaduje wszystkie laski, ma gadane — myślisz, wysłuchując kątem ucha historii o tym, jak w PKP wynegocjował zniżkę dla inwalidów wojennych — będzie z niego handlowiec, stwierdzasz szybko.
- Skrzydłowy fajnego kolesia, raczej słuchacz, przypiął się do tego pierwszego, bo myśli, że laski zwrócą na niego uwagę.
- Zarozumiała laska, na zimno gasi każdy tekst tego pierwszego, trochę się spina, ale dużo czytała o sprzedaży.
- Ładna dziewczyna, trochę zbyt cicha, stresuje się, bo myśli, że wszyscy myślą, że ona myśli, że sobie nie da rady — serio.
- Dwóch typów z prowincji, którzy już się ugadują na wódeczkę po szkoleniu, co jakiś czas rzucając jakimś rubasznym tekstem.
- Karyna, wyrzucili ją z wcześniejszej pracy za to, że ma własne zdanie — to gwoźl ścisłości jej wersja wydarzeń, bo w rzeczywistości nie potrafi się podporządkować, ale jest bezczelna, więc może być dobrym handlowcem — myślisz sobie.

Poza Rekinem w sali jest cały przekrój społeczeństwa, który zmordowany podróżą ledwo zipie, marzy o śnie, ale i świetlanej przyszłości, którą sprzedaż może mu zapew...

— *Sieeeeemanko witaj w mojej kuchni* — wraz z wybicciem godziny 9 do pomieszczenia wbiega naładowany energią, entuzjastyczny trener sprzedaży. — *No i jak tam, moi drodzy?*

Sala odpowiada mu sennymi spojrzeniami, no może oprócz fajnego kolesia, który z podejrzeniem spogląda na jedyne samca alfa będącego w stanie zagrozić jego pozycji w tej grupie. Przejdźmy jednak do rzeczy! Po krótkiej wymianie uprzejmości oraz zdań na temat punktualności polskiej kolei i zbyt małej ilości toalet na dworcu głównym nasz trener przechodzi do sedna (wybaczcie długą przybudówkę!):

— *Sprzedaż jest kreowaniem marzeń. Wystarczy, że wykroczycie poza swoją strefę komfortu i będziecie stosować techniki, które wam przedstawię! Zapewniam was, że uzyskacie niezależność finansową! Dzieli was od tego jeden krok!*

O ile na tej sali nie ma kogoś, kto może pochwalić się wieloletnim doświadczeniem w sprzedaży, z góry możemy założyć, że odbiór tej wypowiedzi podzieli uczestników na dwie grupy: osoby, które spijają te słowa niczym spragniony pelikan chapie młodą rybkę, oraz te, które z obawą słuchają, niezbyt wierząc w prawdziwość tych słów. Bez obaw, dwa tygodnie takiego grzebania kijem w głowie wystarczą, by wyprać mózg! Na nieszczęście nasz Rekin jest w pierwszej grupie i mocno wierzy w słowa wypowiedziane przez młodego, dobrze ubranego mężczyznę, który swoim optymizmem mógłby leczyć choroby skórne połowy Europy. Niestety, te słowa nie są niczym innym jak stekiem bzdur.

Zjedz chociaż mięso

Zostawmy na chwilę naszego Rekina, jeszcze do niego wrócimy. Przejdźmy do mięsa, rozkładając zdania na czynniki pierwsze!

Sprzedaż jest kreowaniem marzeń. — Zakładamy tutaj, że sprzedawca jest w stanie stworzyć marzenia klienta. Niestety, nie jest. Jest to niewykonalne z technicznego punktu widzenia. Mamy kłamstwo numer jeden.

Wystarczy, że będziesz wykraczać poza swoją strefę komfortu. — Mīt numer dwa, utarty, zasługujący na brutalne okre-

ślenie — wyruchany, opowiadający o magicznej barierze, która wędruje z nami przez całe dni, nie pozwala nam zarabiać dużych pieniędzy, poznawać pięknych kobiet, jeździć na wakacje 10 razy w roku i Bóg wie co jeszcze. Pewnie masę razy słyszeliście to enigmatyczne pojęcie, jakim jest strefa komfortu — w skrócie obszar psychicznego bezpieczeństwa, zbiór zachowań, działań i reakcji, które znacie i które niczym Was nie zaskoczą. Wedle mainstreamu nauk sprzedaży tylko odważne wykroczenie poza granicę komfortu może przynieść Wam realne zarobki i satysfakcję z pracy (nie mówiąc już o tych wszystkich pięknych kobietach!).

Jak tego dokonać? Oczywiście przez rozwój osobisty! Pociągnijmy dalej za ten łańcuch i dojdźmy do sedna! Czym jest samorozwój? Tutaj, Drodzy, leży zasadniczy problem — definicja samorozwoju uległa praktycznej zmianie na przestrzeni ostatnich 100 lat. Samorozwój dąży do samorealizacji jednostki, której definicją według wybitnego amerykańsko-niemieckiego psychiatry Kurta Goldsteina jest *nadrzędny motyw sterujący ludzką aktywnością, zorientowany na spełnienie możliwości i urzeczywistnienie osobistego potencjału jednostki*. Stąd też nasza samorealizacja została umieszczona przez psychologów na szczycie jednej z najważniejszych piramid ludzkości, piramidy Masłowa.

W dzisiejszych czasach coachowie, trenerzy sprzedaży, pseudopsychologowie sukcesu czy motywacji mówią Wam, że samorealizację możecie osiągnąć przez samorozwój, który polega na przekraczaniu własnych granic (masło maślane), czyli robieniu rzeczy, które znajdują się poza Waszą strefą komfortu, jak na przykład codzienne zagadywanie do pięciu obcych ludzi na ulicy, pytanie się klienta pięć razy, czy jest pewien swojej decyzji, oferowanie dodatkowych produktów. Jednak już na pierwszy rzut oka na samą definicję widać tutaj wielki problem. Samorealizacja jest maksymalizowaniem własnych mocnych stron, tak zwanym rozwojem potencjału, a nie

robieciem rzeczy, które nie przychodzą nam naturalnie, które są sprzeczne z naszym charakterem, wolą i naturą.

Swoją strefę komfortu należy rozszerzać, a nie poza nią wyskakiwać. — Wrócimy jeszcze do tego tematu w rozdziale o coachingu i nastawieniu do pracy, na razie nazwijmy zdanie trenera sprzedaży kłamstwem numer 3.

I będziecie stosować techniki, które wam przedstawię! — Techniki sprzedaży, sztuczki, manipulacje, podchwytliwe zagrania, łapanie za słówka, pułapki, neurolingwistyka — oczywiście powyższe mogą Was do czegoś zaprowadzić, jednak nie są one fundamentem, na którym wybudujecie dom zwany dobrym handlowcem, choć tutaj trener zakłada, że to jedna z podstawowych rzeczy, i tak to wygląda na szkoleniach, co nie? Uczycie się, jak omijać obiekcje, zmieniając temat, jak domykać sprzedaż, nie mówiąc o pełnych kosztach, czy też jak „kreować marzenia”. To wszystko są sztuczki, które upycha się młodym handlowcom łokciami i kolanami w ich chłonnych głowach. Dlaczego? Bo prościej nauczyć, jak zmienić temat w rozmowie z klientem, niż jak elegancko mu wytłumaczyć, że obawy z jego perspektywy są zasadne, ale widzisz, że u ich podstaw leży pewien błąd, który może zakłócić odbiór oferty produktu/usługi. Czy jest to kłamstwo? Nie, jest to mocne niedopowiedzenie, przechodzące w manipulację.

Zapewniam was, że uzyskacie niezależność finansową! Dzieli was od tego jeden krok! — Gloryfikacja pieniądza jest w dzisiejszych czasach czymś normalnym. Ciężko tu mówić o zdrowych fundamentach, bo wszyscy mniej czy bardziej chorujemy na tę samą chorobę. Jednak zakotwiczanie podczas szkolenia sprzedażowego w relatywnie otwartych umysłach takich pojęć, jak wyjście ze strefy komfortu, stosowanie technik sprzedaży, niezależność finansowa i jeden krok może prowadzić do powstania bardzo destrukcyjnej mieszanki, która przy pierwszym niepowodzeniu w realnej sprzedaży sprawi, że zaczniemy przeglądać portale z ogłoszeniami o pracy.

Określenie „jeden krok” daje młodym adeptom do zrozumienia, że to wszystko wcale nie jest trudne, pokazuje im, że wystarczy, iż przekroczą linię strefy komfortu, a sukces będzie na wyciągnięcie ręki. Jest to jawnym kłamstwem, bo zgodnie z japońskim przysłowiem sztuka sprzedaży, tak samo jak inne sztuki, wymaga od nas poświęcenia co najmniej 10 000 godzin, by stać się w niej mistrzem! Oczywiście to delikatna przesada, ale uświadommy sobie, że nie ma metod, które mają natychmiastowo i długofalowo pozytywne skutki. Może to mocno wyświechtany slogan, ale liczy się ciężka praca. To ona przynosi umiejętności, wiedzę i doświadczenie, które przędzą czy później uda Ci się przekuć w satysfakcjonujące zarobki.

Czym zatem jest sprzedaż?

Ustaliliśmy już, czym sprzedaż nie jest, przydałoby się więc ją zdefiniować tak, aby określenie to nie pozostawiało złudzeń i nie tworzyło przestrzeni do nadużywania tego słowa oraz nadawania mu cech co najmniej nadludzkich. *Sprzedaż jest procesem, który ma na celu nakłonić klienta do podjęcia decyzji o wydaniu swoich środków na produkt bądź usługę. To najprostsza z możliwych definicji, dodamy jednak coś od siebie. Sprzedaż powinna nieść za sobą maksymalizację satysfakcji klienta, wynikającą z jego decyzji.*

Po pierwsze teraz już wszyscy mamy pewność co do tego, że decyzję podejmuje klient, rolą handlowca zaś jest zbliżyć go do decyzji pozytywnej. Po drugie klient powinien być usatysfakcjonowany. Możesz się teraz zastanawiać, dlaczego kładziemy tak duży nacisk na tę definicję. Śpieszymy z odpowiedzią! Nazywanie rzeczy po imieniu pozwala nam uświadomić sobie, z czym faktycznie mamy do czynienia. Dalej nie wierzysz?

Odpowiedz sobie na jedno proste pytanie: co będzie Ci łatwiej zrobić — wykreować czyjeś marzenia czy porozmawiać z klientem? Dalej nie jesteś przekonany? Okej, w takim razie odpowiedz sobie na

następne pytanie: ile razy udało Ci się dotychczas wykreować czyjeś marzenia, a ile razy udało Ci się porozmawiać z klientem? Spójrz na to z szerszej perspektywy: czy nie masz wrażenia, że ludzie mają tendencję do upiększania pewnych rzeczy, dopatrywania się szlachetności i pięknych znaczeń w prostych czynnościach?

Oczywiście tak jest! Robimy to świadomie, nie zdając sobie sprawy z konsekwencji używanego przez nas nazewnictwa. Nie pracujemy dlatego, że chcemy zarabiać adekwatne do naszych potrzeb pieniądze, tylko dlatego, że chcemy osiągać sukces. Nie jeździmy autem z relatywnie wysoką prędkością, tylko mkniemy po szosach. Tak samo nie używamy słownictwa, które definiuje jasne sytuacje, tylko wpadamy w pułapki, które sami na siebie zastawiamy. I żeby nie było, nie chcemy popadać w skrajność — miłość jest miłością, a nie wzajemną sympatią dwojga ludzi na relatywnie wysokim poziomie. Pamiętajmy tylko, że oprócz tego, iż jesteśmy tym, co jemy, jesteśmy też tym, co o sobie mówimy i myślimy.

Witaj w maszynie

Te słowa — *Witaj w maszynie* — to nie tylko tytuł świetnego utworu Pink Floyd, ale także odniesienie do tego, jak traktowani są handlowcy podczas szkoleń sprzedażowych. Do ich głów wlewa się papkę, która jest najprostsza do przyjęcia i buduje złudny obraz rzeczywistej pracy z klientem i sprzedaży. Co gorsze, łudzi się ich możliwością osiągnięcia szybkiego sukcesu, który uzależniony jest od „prostej zmiany chwytów”. Niestety, rzeczywistość po zakończeniu szkoleń weryfikuje jakość większości z nich. Z mocnych dziesięcioosobowych grup, w których każda jednostka ma jakiś potencjał, atut nadający się do wykorzystywania, doskonalenia i przekuwania w realne wyniki, po dwóch miesiącach pracy zostaje sześć osób, z czego jedna ma wyniki, bo jest na tyle zdeterminowana, by każdego dnia pozbywać się swojego potencjału i przyjmować czyjeś metody przekraczania

granicy komfortu. Brzmi mocno pesymistycznie, ale bez obaw! Ta książka jest po to, by pomóc Wam rozwinąć skrzydła, Wasze własne, nie cudze!

Esencja

Celem pracy handlowca, niezależnie od branży, jest generowanie sprzedaży w taki sposób, by satysfakcja klienta była na możliwie najwyższym poziomie.

Sprzedazowe sztuczki, techniki, manipulacja, bujdy o samorozwoju i propaganda sukcesu to czynniki, które na dłuższą metę nie pozwolą Ci zbudować niczego dobrego i stabilnego.

ZNACZENIE UMIEJĘTNOŚCI SPRZEDAŻOWYCH

Spokojnie, to tylko czynność

We wcześniejszym podrozdziale obraliśmy sobie za cel pokazanie Ci, że handel nie jest czymś egalitarnym, niedostępnym i tajemniczym. W gruncie rzeczy jest on czynnością, którą każdy może opanować, jeżeli tylko poświęci na to odpowiednią ilość czasu i będzie miał wystarczająco otwartą głowę. Dzisiejsi coachowie, trenerzy sprzedaży i różnej maści psychologowie upowszechniają pewne przekonanie – że *umiejętność sprzedaży przydaje się każdemu i przydaje się wszędzie*. Jak już zdążyliście zauważyć, my forsujemy dość niepopularną i **pewnie niedochodową**, ale do bólu szczerą tezę, że najważniejsze jest to, abyś czuł się komfortowo w tym, co robisz, jednak powyżej przytoczonej myśli trudno jest zaprzeczyć!

Jeżeli rozwiniesz swoje zdolności negocjacyjne, łatwiej będzie Ci negocjować cenę zakupu mieszkania. Jeżeli rozwiniesz swoje umiejętności sprzedażowe, szybciej załatwisz swoje sprawy w szpitalu, ZUS-ie czy choćby w pracy — to wydaje się oczywiste... No właśnie nie do końca! Niektórzy (będziemy unikać generalizacji) spośród wspomnianych specjalistów zakładają, że rozwój osobisty może Wam to wszystko zapewnić — z tym że dyktują swoje warunki tego rozwoju i może ten przykład już jest zbyt mocno przez nas ~~wyruchany~~ wyeksploatowany, ale zmuszanie się do rozmów z randomowymi pięcioma osobami na ulicy naprawdę nie sprawi, że zapłacisz za auto choćby parę procent mniej w salonie samochodowym czy też że łatwiej poznasz atrakcyjną dziewczynę w klubie. Posłużymy się tu krótką historią o jednym z nas, przedstawiając ją za pomocą naszego drogiego bohatera, Rekina Sprzedaży.

Nie tak dawno temu, za górami i...

Rekin nie należał do najbardziej otwartych ludzi pod słońcem, nie można było go też zaliczyć do grona ludzi najbardziej otwartych w Polsce ani nawet w małym miasteczku w Małopolsce, z którego pochodził. Zdecydowanie miał problemy z nawiązywaniem relacji i tak zwanym pierwszym kontaktem. I nie byłoby w tym kompletnie nic złego, gdyby nie to, że jego pierwsza poważna praca miała polegać właśnie na nawiązywaniu relacji i sprawianiu pozytywnego wrażenia.

Miał handlować telefonami i usługami telekomunikacyjnymi w salonie sprzedaży pewnego operatora i jeszcze nie wiedział, że kiedyś będzie w tym piekielnie skuteczny. Co więcej, w ogóle nie wiedział, czy się do tego nadaje, no i jeszcze raz co więcej — po tygodniu stwierdził, że się nie nadaje. Nasz Rekin tak bardzo bał się ludzi, że ze stresu nie był w stanie utrzymać w ręce długopisu, co dopiero wziąć łyk kawy, stojąc twarzą w twarz z klientem. Można było to określić krótko: **paniczny strach i całkowita awersja do gatunku**

ludzkiego. Rekin potrzebował jednak pieniędzy, wisiał pewnym ludziom trochę kaski, poza tym jedyną alternatywą z jego ówczesnym wykształceniem i w małym mieście była praca fizyczna, co oznaczało wstawanie o 5 rano i maszerowanie do fabryki, by cały dzień rozbierać okna na części pierwsze.

Rekin był w stanie nawet schować do kieszeni całkiem rozbujane ambicje, które nakłaniały go do marzenia o luksusowych jachtach, pięknych samochodach i jeszcze piękniejszych kobietach, byle tylko nie musieć stać przed drugim człowiekiem i go słuchać, a co gorsze — proponować mu coś, na co ten musiałby wydać pieniądze. **Własne, ciężko zarobione pieniądze.** Rekin musiał je wyciągać z czyjejś kieszeni i głęboko upychać w swojej, a tego nie był nauczony w domu. Był synem swoich rodziców, których zawody można było określić w dość prosty sposób: beznadziejnie niekapitalistyczne. Mama zajmowała się leczeniem dzieci, które były z różnych, głównie zdrowotnych, względów opóźnione w rozwoju szkolnym, a tata był policjantem. Jakakolwiek sprzedaż nie tylko była w domu Rekina obca, lecz wręcz sprzeczna z zasadami, które tam panowały. Nie było lekko, ale Rekin pojechał na szkolenie wstępne — jego fragmenty opisano powyżej — i zdecydowanie można było go umieścić w grupie, która wątpiła w to, czego się uczy. Z czasem jednak zaczął się przekonywać do nauki technik manipulacji i małych niedomówień. Szło mu średnio! Nie przeciągając historii — wyleciał z pracy za brak wyników po jakichś 10 miesiącach (szok!). To oczywiście nieoficjalna wersja, bo w oficjalnej został wyrzucony za spóźnienie do pracy (serio).

Mimo to przez wspomnianych 10 miesięcy Rekin przeczytał chyba wszystko, co się dało o sprzedaży, jego półka była pełna książek. Portfel miał wypchany kartkami z planami finansowymi na następne 10 lat — tak, niektóre publikacje nakazują na początku swojej kariery/nauki sprzedaży zrobić listę rzeczy, które kupimy, gdy sprzedaż wejdzie nam w krew — wrócimy do tego w dziale dotyczącym motywacji.

Następnym etapem w jego karierze okazał się bank, w którym również zrobiono sieczkę z jego mózgu. Ponowne grzebanie motywacyjnym kijem w głowie w połączeniu ze wszystkimi przeczytanymi stronami poradników typu „Zostań fenomenalnym handlowcem”, „Wykreuj marzenia swoich klientów i spełń je” czy może „(Nie)trudna droga do niezależności finansowej i spełnionego życia” przyniosło efekty. Nagle to wszystko zaczęło procentować! Nasza bojąca się ludzi biedula zrobiła skok daleko poza granice swojego komfortu. Rekin został liderem sprzedaży w regionie, później w makroregionie, a następnie w Polsce. Był chwalony z każdej możliwej strony, szkolił ludzi, doradzał liderom, a nawet pisał poradniki sprzedażowe.

W tej chwili pewnie sobie myślicie: „STOP! Czy oni czasem nie pisali, że wyskoczenie poza strefę komfortu jest złe i że należy ją raczej rozszerzać?!”. Tak pisaliśmy i podtrzymujemy to w 100%. Wróćmy do wątku — Rekin był *top of the top* w swojej firmie. Moglibyśmy powiedzieć, że to, kim się stał, nie było naturalne, ale to mało powiedziane! To, co się działo, było sprzeczne z fundamentami jego charakteru. Wyobraźcie sobie faceta, który jest w stanie powiedzieć klientowi, że wskoczy na biurko, jeżeli ten zdecyduje się dziś podpisać umowę na kartę kredytową, po czym klient podpisuje, a bankier wskakuje. Parę godzin później ten sam bankier idzie do klubu i podpira ściany, bo maska, którą założył, została stworzona tylko do sprzedaży. Nawet jeżeli zauważy piękną dziewczynę, to nie podejdzie do niej, by użyć jednej ze wspaniałych technik, które sprawiają, że klienci rzucają dowodami osobistymi i proszą, by wprowadzać na nich wnioski kredytowe do systemu. Dlaczego? Bo to zdecydowanie trudniejsze i zgoła inne niż manipulacja przypadkowymi osobami w sprzedaży.

Nasz Rekin nie skończył dobrze. Bardzo szybko okazało się, że stawiane mu wymagania nieustannie rosły. Po jakimś czasie nie był w stanie nawet dogonić estymacji, którą sam podawał. Ponadto

regularnie wrzucano go do obszarów, w których jego proste tricki i sztuczki manipulacyjne nie działały tak skutecznie lub, mówiąc krótko, nie działały wcale. Został niesamowicie skutecznym handlowcem, biorąc się do roboty od tyłu. Nie interesowały go czasochłonne metody, które pozwalały wzmocnić osobowość i uwierzyć w swoją wartość. Poszedł na skróty.

Po paru miesiącach takiego ciśnienia po prostu nie wytrzymał. Zaczęły się ataki paniki, kołatanie serca, brak snu, nadużywanie alkoholu, kłótnie z bliską osobą. Nie było już mowy o jakichkolwiek wynikach. Rekin musiał się solidnie postarać, żeby w ogóle wstać z łóżka. Ilość i waga obowiązków i oczekiwań, które na niego spadły po jego początkowym sukcesie, były tak duże, że bez solidnych podstaw nie mogło się to skończyć inaczej niż długotrwałym L4, wizytami u psychiatry, lekami na uspokojenie i zmianą pracy.

Szczypta dziegciu

To smutna historia, ale niestety oparta na faktach. Weź sobie nasze słowa do serca. Dopóki nie robisz krzywdy swoim klientom i otoczeniu, w którym funkcjonujesz, możesz być, kim chcesz. Możesz uszyć sobie maskę, przy której bohater *Wilka z Wall Street* będzie wydawał się żółtodziobem, masz do tego pełne prawo! Taki ruch będzie wynikał z Twojej elastyczności i z plastyczności Twojego charakteru. Pamiętaj tylko, że z każdym wdrożeniem w siebie cechy, która do Ciebie nie należy, pozbawiasz się części siebie. Możesz być, kim chcesz, pytanie, jak dużo będziesz musiał za to zapłacić. Chcemy zaproponować Ci coś kompletnie innego — pomoc w zbudowaniu Ciebie jako handlowca, opartą na zdrowych filarach, które pomogą Ci sprzedawać dużo i żyć w zgodzie ze sobą! Wchodzisz w to?

Esencja

Sprzedaż to nic innego jak czynność, którą możesz opanować, korzystając ze zdrowych i sprawdzonych praktyk. Drogi na skróty w większości przypadków kończą się źle.

O PRACY W SPRZEDAŻY

Kto ma wiedzieć, ten wie

No dobra, wykopaliśmy dziury pod fundamenty bycia spełnionym i usatysfakcjonowanym handlowcem! Opowiedzmy teraz więcej o samej pracy handlowca i o tym, w którą stronę może ona iść. Jednak zanim zaczniemy, mała uwaga — ten rozdział dla doświadczonych handlowców może okazać się nudny i oczywisty. Zakładamy jednak, że duża część z Was może:

- nie wiedzieć tych rzeczy;
- poszukiwać inspiracji do swojego rozwoju;
- dowiedzieć się, ile powinna zarabiać.

Nieskończoność pracy

Zaczynamy! Pracy w handlu jest dużo, zawsze było i będzie. Każda firma na świecie coś sprzedaje! Od firmy produkującej odzież, przez wykonującą zaawansowane usługi księgowości, po firmę ogrodniczą czy producenta sprzętu wojskowego. Niezależnie od tego, czy sprzedawane są pączki, telefony, auta czy usługi malarskie, zarobki zależą od skuteczności wykorzystania umiejętności sprzedażowych — to taka definicja na poczekaniu!

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Nauka pływania w oceanie nieskończonych możliwości

Handlowiec i rekin mają ze sobą wiele wspólnego. Rekin to bardzo stary gatunek, który pływa w ziemskich oceanach od setek milionów lat. Z kolei handlowiec to jeden z najstarszych zawodów świata — najprawdopodobniej zaistniał w momencie, w którym pierwszy wytwórca postanowił wymienić swój towar na coś innego. Łup myśliwego, poradę szamana, pole sąsiada. Rekin to zwierzę potężne: szybkie, sprawne, z klawiaturą ostrych zębów w pysku. A jednak jego życie jest niepewne, zależy bowiem od tego, jak skutecznie w danym dniu skorzysta z wyposażenia, które dała mu natura. I od tego, czy nie spotka większego od siebie drapieżcy. Ze sprzedawcą bywa tak samo — dopóki dowozi target, chodzi w chwale (i pieniądzach), ale jeśli raz i drugi powinie mu się płetwa...

Cóż, kariera top sellera nie jest prosta. Bo choć wmówią Ci, że „jesteś najlepszym handlowcem, dziś osiągniesz sukces!”, choć każą Ci powtórzyć to zdanie sto razy, choć będą pracować nad rozbudowaniem Twojego ego, choć spróbują zmienić Cię w aroganckiego, pewnego siebie gościa, to i tak któregoś dnia się potkniesz. Po serii sukcesów przyjdzie porażka. Twój z taką pieczołowitością budowany wizerunek rekina sprzedaży rozpadnie się, a z jego okruciami pozostaniesz sam. „Jak to, przecież jestem najlepszy... A może jednak nie jestem?” Niestety, w sprzedaży nie ma prostych dróg do sukcesu, nie ma trików, które szybko awansują Cię na top sellera i zabezpieczą przed upadkiem. Bez dobrze zbudowanych podstaw, bez zdrowego podejścia możesz tylko fluktuować pomiędzy poziomem „sprzedałem – miałem szczęście” a „nie sprzedałem – nie jestem najlepszy”.

Potraktuj tę książkę jak naukę pływania w oceanie sprzedaży. W zdrowiu i skuteczności. Przez długie lata.

PATRON

HALNY & NOIZ.

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książki **klasy** business

Sprawdź nasze szkolenia!



AKADEMIA IT & BUSINESS

HELIONSZKOLENIA.PL

ebook dostępny na:

ebookpoint



ISBN 978-83-283-6450-9



9 788328 364509

Cena: 44,90 zł