

BRIAN TRACY

& MICHAEL TRACY

Nieograniczony

→ sukces ←

w sprzedaży

Jak sprzedawać więcej, niż kiedykolwiek
mógłbyś sądzić, że to możliwe,
w 12 prostych krokach

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie. Sprzedaż – nowa rzeczywistość	7
Rozdział 1. Psychologia sprzedaży	19
Rozdział 2. Osobiste planowanie sprzedaży – zostań szefem firmy Ja, SA	37
Rozdział 3. Pozyskiwanie nowych klientów	51
Rozdział 4. Sprzedaż relacyjna	77
Rozdział 5. Sprzedaż konsultacyjna	103
Rozdział 6. Właściwa identyfikacja potrzeb	117
Rozdział 7. Wpływanie na zachowanie klienta	131
Rozdział 8. Prowadzenie przekonujących prezentacji	149
Rozdział 9. Przełamywanie zastrzeżeń i wątpliwości	163
Rozdział 10. Zamykanie sprzedaży	179
Rozdział 11. Uzyskiwanie sprzedaży ponownej i poleceń	201
Rozdział 12. Zarządzanie czasem dla handlowców	219
Podsumowanie. Siedem sekretów sukcesu w sprzedaży	235
O autorach	239

ROZDZIAŁ 1

PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY

Ambicja jest ostrogą, która nakłania ludzi do walki ze swoim przeznaczeniem. To niebiańska zachęta, by cel stał się wielki, a osiągnięcie bardziej doniosłe.

– Donald G. Mitchell

Dlaczego niektórzy handlowcy osiągają większy sukces niż pozostali? Na początku mojej kariery w tej branży przez wiele miesięcy ledwo wiązałem koniec z końcem, podczas gdy wszyscy wokół sprzedawali i zarabiali o wiele więcej, a nie wydawali się przy tym mądrzejsi czy też bardziej pracowici ode mnie.

Pierwszym przełomem było odkrycie zasady 80/20, zgodnie z którą 20 procent sprzedawców odpowiada za 80 procent sprzedaży i zgarnia 80 procent wszystkich pieniędzy. Oznacza to, że przeciętne przychody ludzi należących do tych 20 procent są szesnastokrotnie większe od średniego przychodu pozostałych 80 procent.

Fakt ten zainspirował mnie i jednocześnie zniechęcił. Zniechęcił dlatego, że nigdy nie byłem w niczym naprawdę dobry – nie mówiąc już o tym, abym znalazł się wśród najlepszych 20 procent. Nie szło mi w szkole, wykonywałem dotychczas prace fizyczne i często spałem na ziemi, trzymając w plecaku cały swój dobytek. Myśl, by znaleźć się w gronie 20 procent najlepszych, była tyleż ekscytująca, co nierealna. Nie sądziłem, że może mi się to kiedykolwiek udać.

Ale wtedy poznałem kolejny fakt: każdy człowiek z tych 20 najlepszych procent zaczynał od 20 najgorszych. Każdemu, kto dziś ma świetne wyniki, kiedyś wiodło się kiepsko. Ludzie, którzy obecnie są na początku kolejki, zaczynali na jej końcu. Jak mówi T. Harv Eker: „Każdy mistrz był kiedyś do niczego”.

Natychmiast podjąłem decyzję, że dostanę się do grona najlepszych 20 procent. Później dopiero dowiedziałem się, że podjęcie decyzji – bez względu na jej naturę – a następnie próba jej zrealizowania jest często punktem zwrotnym w życiu. Gdybym nie podjął takiej decyzji, to nigdy nie znalazłbym się w czołowych 20 procentach. Nie uda się dotrzeć na szczyt wyłącznie dzięki szczęściu lub przypadkowi. Ludzie, którzy osiągają wyżyny w swoich dziedzinach, muszą najpierw podjąć stosowną decyzję, a następnie poprzeć ją ciężką, naprawdę ciężką pracą – miesiąc po miesiącu i rok po roku – aż w końcu zrealizują swoje postanowienie.

Malcolm Gladwell w swojej książce *Poza schematem*¹ przytacza wyniki badań, według których potrzeba około siedmiu lat i/lub 10 tysięcy godzin poświęcenia i ciężkiej pracy, aby dojść na szczyt w dowolnej dziedzinie. Nie oznacza to, że wystarczy po prostu przez siedem lat chodzić do pracy. Trzeba włożyć całe serce w rozwijanie swoich umiejętności i stawanie się lepszym i lepszym – tak jak robią to sportowcy przygotowujący się do ważnych zawodów.

W swoich badaniach na temat „rozmyślnej praktyki” Anders Ericsson z University of Florida doszedł do wniosku, że ludzie, którzy docierają na szczyt – osiągają „wyjątkową efektywność” – musieli zainwestować w to dziesięć lat ciężkiej pracy.

Gdy przekazuję tę informację uczestnikom moich seminariów i szkoleń, zwykle słyszę w odpowiedzi jeden wielki jęk zawodu. Zebrani na sali sprzedawcy mówią: „Ale ja mam już trzydzieści lat. Twierdzisz, że dotarcie na szczyt zajmie kolejne 7–10 lat. Będę wtedy starszy o te 7–10 lat”.

To prawda. Ale pytam wtedy: „Ale pomijając to wszystko, to o ile lat będziesz starszy za 7–10 lat?”. Przecież *czas przeminie i tak*. Za siedem lat będziesz o siedem lat starszy. Pytanie tylko, czy będziesz wtedy wśród najlepszych i najlepiej opłacanych ludzi w swojej dziedzinie. A ta kwestia jest niemal całkowicie sprawą twojego osobistego wyboru.

Pamiętaj, że możesz opanować każdą umiejętność, jaką tylko chcesz, aby osiągnąć cel, który sam sobie postawisz. Wszystkie umie-

¹ Malcolm Gladwell, *Poza schematem*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010.

jętności związane z technikami sprzedaży są *nabyte* i można się ich nauczyć. Każdy, kto dziś może pochwalić się mistrzowskim opanowaniem dowolnej umiejętności, kiedyś wcale nie potrafił z niej korzystać. Wielu spośród najlepszych znanych mi sprzedawców na początku radziło sobie naprawdę kiepsko i obawiało się o swoją przyszłość. Dziś jednak należą do grona najbardziej pozytywnie nastawionych, pewnych siebie i najlepiej zarabiających ludzi. Ty możesz zrobić dokładnie to co oni i pójść w ich ślady.

POCZUCIE PEWNOŚCI SIEBIE I WŁASNEJ WARTOŚCI

Zasada 80/20 nie sprowadza się wyłącznie do stwierdzenia, że 20 procent sprzedawców przeprowadza 80 procent transakcji i zarabia 80 procent wszystkich pieniędzy. Równie prawdziwe jest to, że sukces w 80 procentach zależy od mentalności i emocji, a nie techniki i możliwości fizycznych.

Najistotniejszym czynnikiem decydującym o sukcesie w sprzedaży – bez względu na rynek, branżę, produkt lub usługę – jest poczucie pewności siebie. Niezachwiana wiara w siebie i swoje możliwości odniesienia sukcesu sprawia, że nic nie jest w stanie nas powstrzymać, tak jak nic nie jest w stanie powstrzymać żywiołów. Im większa pewność siebie, tym większe cele jesteśmy skłonni sobie wyznaczać, tym łatwiej przychodzi nam pogodzić się z odrzuceniem i rozczarowaniem i tym więcej osiągniemy w krótszym czasie.

Ja odkryłem przy tym, że pewność siebie zależy od poczucia własnej wartości. Poczucie własnej wartości można określić także jako „stopień lubienia samego siebie”.

Im bardziej się lubisz, tym więcej masz pewności siebie i tym bardziej lubisz innych, włączając w to klientów. A im bardziej lubisz swoich klientów, tym większe prawdopodobieństwo, że oni będą lubili ciebie – a co za tym idzie, chętniej będą kupować od ciebie i polecać cię swoim znajomym.

Konsekwencją poczucia własnej wartości jest poczucie własnej skuteczności, które można zdefiniować jako wiara we własne możliwości. Im bardziej lubisz samego siebie, tym lepiej wykonujesz swoją pracę. Jedno wiąże się nierozzerwalnie z drugim. Poczucie własnej wartości i skuteczność w działaniu wzajemnie się wzmacniają.

Psycholodzy twierdzą, że wszystko, co robimy w życiu, wpływa w jakiś sposób na poczucie własnej wartości. Niemal każde działanie wzmacnia je lub chroni przed negatywnym wpływem innych ludzi lub okoliczności. Poczucie własnej wartości to „reaktor jądrowy” dający energię całej twojej osobowości i determinujący poziom optymizmu, szacunku do samego siebie i dumy ze swoich osiągnięć.

Wszystko, co buduje poczucie własnej wartości, zwiększa także pewność siebie. Gdy naprawdę lubisz lub kochasz samego siebie i postrzegasz siebie jako osobę ważną i cenną, zyskujesz pozytywne i radosne nastawienie, a dzięki temu nie boisz się kontaktować z klientami i namawiać ich do przeprowadzenia transakcji właśnie z tobą.

SIEDEM KROKÓW DO MENTALNEJ SPRAWNOŚCI

Poczucie własnej wartości jest wyznacznikiem „sprawności mentalnej”, którą można porównać ze sprawnością fizyczną. Podobnie jak możesz poprawić swoją kondycję dzięki serii treningów, tak samo możesz zyskać większą sprawność mentalną dzięki mentalnym ćwiczeniom. Aby rozwinąć w sobie poczucie pewności siebie i własnej wartości, musisz nauczyć się myśleć i działać jak najlepsi sprzedawcy. Z czasem nabierzesz takiej pewności siebie, że już nic nie będzie w stanie cię powstrzymać.

Ludzie z wysokim poczuciem własnej wartości są doskonałymi sprzedawcami na każdym rynku. Ludzie o niskim poczuciu własnej wartości nie radzą sobie nawet w najlepszych warunkach. Poczucie własnej wartości jest kluczem do sukcesu.

Można wskazać siedem kroków pozwalających zyskać sprawność mentalną niezbędną w sprzedaży. Dzięki nim zaczniesz pozytywnie

myśleć o sobie samym i swoim potencjale. A więc, aby zostać doskonałym sprzedawcą, musisz być:

1. ambitny,
2. odważny,
3. oddany swojej pracy,
4. profesjonalny,
5. odpowiedzialny,
6. doskonale przygotowany do każdego spotkania,
7. chętny do nieustannego zdobywania wiedzy.

Ciągłe praktykowanie tych siedmiu zasad zapewni ci miejsce na „mentalnej olimpiadzie” sprzedaży.

NAJLEPSI SPRZEDAWCY SĄ AMBITNI

Odczuwają silne pragnienie odniesienia sukcesu w sprzedaży. To chyba najistotniejsza cecha w tej branży, podobnie zresztą jak w każdej innej dziedzinie i branży. Po dwudziestu dwóch latach analizowania ludzi, którzy odnieśli największe sukcesy, Napoleon Hill doszedł do wniosku, że „palące pragnienie” to punkt wyjścia do sukcesu i bogactwa. Ta prawda pozostaje niezmienna.

Mój przyjaciel, Les Brown, twierdzi: „Jeśli chcesz odnieść sukces, musisz odczuwać głód!”.

Nic nie jest w stanie cię powstrzymać, jeżeli tylko jesteś wystarczająco ambitny i zdeterminowany do osiągnięcia swoich celów i odniesienia sukcesu. Wysoki poziom ambicji jest w sprzedaży niezbędny ze względu na ogrom niepowodzeń, jaki wiąże się z tą profesją – z odrzuceniem spotykasz się praktycznie na każdym kroku: podczas nawiązywania kontaktów, prowadzenia prezentacji produktu, a nawet na sam koniec, gdy prosisz potencjalnego klienta o dokonanie zakupu.

Ambicja to paliwo, które daje nam siłę na dotarcie do celu. Im więcej masz w sobie tego paliwa, tym sprawniej i szybciej pokonasz wyboistą część drogi. Im więcej ambicji, tym łatwiej poradzisz sobie z rozczarowaniem. Im więcej ambicji, tym więcej znajdziesz w sobie wytrwałości, dzięki której w końcu zrealizujesz swoje cele.

Postanów, że będziesz najlepszy. Dzięki ambicji najlepsi sprzedawcy są zdeterminowani, aby stać się najlepszymi w swojej branży. Tak się składa, że handel jest „ostateczną profesją” – w tym sensie, że ludzie raczej nie planują zostać sprzedawcami i nie jest to zawód „z wyboru”. Jest to branża, do której trafia się na końcu, gdy już nie ma żadnego innego wyboru lub też w niczym innym się nie powiodło. Praca w handlu czeka na samym końcu.

Osiemdziesiąt procent nowo upieczonych handlowców traktuje ten zawód jako przejściowy. Nigdy nie przestają rozglądać się w poszukiwaniu jakiegoś innego zajęcia. W rezultacie nigdy nie poświęcają się tej profesji całym sercem, a przez to nigdy nie stają się doskonałymi sprzedawcami i nie odnoszą wielkich sukcesów. Przez cały czas drepczą w miejscu i nie robią żadnych postępów.

Najlepsi sprzedawcy są inni. Owszem, oni również zazwyczaj trafiają do tej profesji przypadkowo, ale w pewnym momencie zaczynają coś dostrzegać. W głowie zapala się światełko. Rozglądają się wokół i dochodzą do wniosku, że to w tej branży mogą zrealizować wszystkie swoje cele, jeśli tylko staną się naprawdę dobrymi sprzedawcami. Jeśli wędrują na szczyt, będą mogli zarabiać więcej niż inni profesjonalści, którzy mają za sobą wiele lat wykształcenia uniwersyteckiego.

W tym momencie włączają się dopalacze. Ludzie ci podejmują świadomą decyzję: chcę zostać najlepszym handlowcem. Całkowicie poświęcają się nauce – słuchają audiobooków, uczestniczą w kursach. A za każdym razem, gdy nauczą się czegoś nowego i zastosują to w praktyce, poprawiają się ich wyniki sprzedaży. Sukces jeszcze mocniej wzmacnia ich ambicję i zwiększa determinację do odniesienia sukcesu.

Oto jedno z największych odkryć: brak pełnego zaangażowania i pragnienia osiągnięcia doskonałości to skazywanie się na przeciętność. Doskonałość na każdym polu jest wynikiem ciężkiej, wieloletniej pracy nad samym sobą. Podobnie jak przeciętny sportowiec, który do olimpiady musi przygotowywać się przez okres 7–10 lat, przeciętny sprzedawca musi pracować nad sobą tyle samo czasu, by dostać się do elity swojego zawodu.

Earl Nightingale napisał: „Szczęście kryje się w konsekwentnym dążeniu do znaczącego celu lub ideału”. Gdy zdecydujesz się podążać w stronę doskonałości, zostać najlepszym w swojej dziedzinie i branży, a następnie będziesz konsekwentnie rozwijał się każdego dnia, to rezultaty przyjdą niemal natychmiast.

Poziom ambicji i determinacji działa jak nitrogliceryna, dzięki której twój potencjał eksploduje.

NAJLEPSI SPRZEDAWCY SĄ ODWAŻNI

Nieustannie stawiają czoła lękom, które powstrzymują większość ludzi. Jeśli ambicja jest siłą napędową sukcesu, to odwaga jest sposobem na wyzwolenie lub odblokowanie tej ambicji, jako że lęk stanowi główną przeszkodę na drodze ku osiągnięciu sukcesu.

Gdy zacząłem studiować psychologiczne podłoże osiągania wysokich wyników, z zaskoczeniem odkryłem, że największą przeszkodą do osiągnięcia sukcesu i szczęścia w dorosłym życiu jest *lęk przed niepowodzeniem*. Nie klęska sama w sobie. Każdy z nas potyka się co pewien czas. W osiągnięciu wyników przeszkadza sama myśl o potencjalnym niepowodzeniu.

Lęk przed klęską, nawet jeśli jest całkowicie irracjonalny i wpływa wyłącznie z wyobraźni, jest hamulcem twojego potencjału. To on powstrzymuje cię przed podjęciem działania. To on jest przyczyną, dla której odkładasz wszystko na później i unikasz sytuacji, w których istnieje cień ryzyka, że mógłbyś nie odnieść sukcesu, w szczególności zaś sytuacji związanych ze sprzedażą.

Ralph Waldo Emerson opisał doświadczenie, które zmieniło całe jego życie. Kiedy miał dziesięć lat, spacerował sobie ulicą w Concord w stanie Massachusetts, gdy do nogi przykleił mu się kawałek papieru przywiany wiatrem. Na kartce napisane było: „Jeśli chcesz odnieść sukces w życiu, zrób nawyk z wykonywania rzeczy, których się obawiasz. Jeżeli robisz to, czego się obawiasz, śmierć lęku jest pewna”.

To był przełomowy moment w życiu Emersona. Twoje życie również może się diametralnie zmienić, jeśli zaczniesz robić coś, czego się najbardziej obawiasz. Wkrótce lęk zniknie.

Glenn Ford stwierdził z kolei, że „jeśli nie robisz tego, czego się lękasz, strach będzie kontrolował twoje życie”.

Faktem jest, że nie można osiągnąć sukcesu bez ani jednej porażki. Ci, którzy są na szczycie, potykają się częściej niż ludzie przeciętni lub nieodnoszący sukcesów. Oczywiście ci najlepsi także nie lubią, gdy powinie im się noga, ale rozumieją, że nie da się osiągnąć celu, jeśli nie pogodzimy się z nieuchronnymi niepowodzeniami, jakie czekają nas po drodze.

Podobnie jak stajemy się tacy, jak o sobie myślimy, tak samo możemy wpływać na samych siebie *słowami, które do siebie wypowiadamy*. Myślę tu szczególnie o trzech magicznych wyrazach, które możesz sobie po wielokroć powtarzać, aby nabrać odpowiedniej pewności siebie i zmniejszyć lęk przed porażką. Oto one: „Mogę to zrobić! Mogę to zrobić! Mogę to zrobić!”.

Za każdym razem, gdy masz jakiegokolwiek obawy przed wyjściem ze swojej skorupy i zrobieniem tego, czego tak bardzo się boisz, zwalcz ten lęk, powtarzając wystarczająco długo i z przekonaniem: „Mogę to zrobić!”.

Pokonaj lęk przed odrzuceniem. Drugą obawą, która nie pozwala ci na osiągnięcie sukcesu, szczególnie w handlu, jest lęk przed odrzuceniem. Strach ten wynika z wczesnych doświadczeń w dzieciństwie, kiedy padaliśmy ofiarą krytyki i „warunkowej miłości” ze strony rodziców. Uważa się, że wszystkie emocjonalne problemy, jakich doświadczamy w dorosłym życiu, są konsekwencją „wstrzymywanej” i dawkowanej miłości w dzieciństwie. Dziecko wychowane w środowisku, w którym nie miało wystarczającego poczucia bezpieczeństwa i wsparcia, może w życiu dorosłym być niepewne siebie i nadwrażliwe, a przez to nadmiernie ulegać myślom, opiniom i nastawieniom innych osób, bez względu na to, czy są one realne, czy też jedynie wyimaginowane.

W handlu obawa przed odrzuceniem często sprowadza się do unikania lub opóźniania kontaktów z potencjalnym klientem i stanowi największą przeszkodę na drodze do odniesienia sukcesu, jakim jest przeprowadzenie transakcji. Dopóki nie pokonasz lęku przed odrzuceniem, nie będziesz mógł w pełni pokazać swojego potencjału.

Na szczęście są pewne sztuczki, którymi można oszukać swój umysł. Wystarczy, że przeprogramujesz się w taki sposób, aby zamiast lękać się odrzucenia, czekać na nie z niecierpliwością. Wyobraź sobie, że nie możesz się już doczekać odrzucenia, jakie cię dziś spotka.

Gdy zaczynałem moją karierę sprzedawcy, pukając od drzwi do drzwi, starałem się na wszelkie sposoby nie dopuścić do odrzucenia, które czekało mnie już od pierwszej wizyty każdego kolejnego dnia. Ale wtedy dowiedziałem się czegoś, co całkowicie zmieniło moje podejście: w odrzuceniu nie ma nic osobistego. Zapewne myślisz sobie teraz: „Co? Czy chcesz powiedzieć, że jeśli ktoś odrzuca moją ofertę produktu lub usługi, to nie ma to nic wspólnego ze mną? Jest to całkowicie nieosobista reakcja na komercyjną ofertę w konkurencyjnym społeczeństwie?”. Tak!

Odrzucenie twojej oferty nie jest dowodem na twoją prawdziwą wartość. Przecież ten potencjalny klient nie zna cię i niczego o tobie nie wie. Odmowa jest całkowicie neutralna i nie ma z tobą absolutnie nic wspólnego.

Gdy tylko poznałem tę prawdę, znacząco zintensyfikowałem swoje wysiłki. Każdego ranka wstawałem z animuszem i powtarzałem sobie: „Dziś moja oferta zostanie odrzucona wielokrotnie. Ale każdą odmowę potraktuję jako kolejny bodziec do jeszcze większego wysiłku. Za każdym razem, gdy doświadczę odrzucenia, stanę się jeszcze bardziej optymistyczny, zdeterminowany i zmotywowany do tego, by spotykać się z jeszcze większą liczbą potencjalnych klientów niż dotychczas!”.

Wkrótce zacząłem z niecierpliwością czekać na pierwszą odmowę każdego dnia. Przeprogramowałem swoją podświadomość w taki sposób, aby na odrzucenie reagowała przyływem optymizmu i entuzjazmem. Czasem wręcz wybuchałem śmiechem, mając poczucie, iż od tej pory nic nie jest w stanie mnie zatrzymać.

NAJLEPSI SPRZEDAWCY SĄ ODDANI SWOJEJ PRACY

Osoby odnoszące największe sukcesy w swojej branży, w tym także – a może przede wszystkim – w handlu, są całkowicie oddane swojej pracy. Wkładają w nią całe serce i nieustannie starają się stać się jeszcze lepsze.

Istnieje bezpośredni związek między wiarą w sens i znaczenie swojej pracy a byciem przekonującym podczas prezentacji i sprzedaży produktu. Przede wszystkim najlepsi sprzedawcy *wierzą w swoje firmy*. Mają poczucie, że są to doskonałe organizacje, i są dumni, że mogą w nich pracować.

Najlepsi sprzedawcy *wierzą w oferowane przez siebie produkty i usługi*. Są przekonani, że są one najlepsze na rynku. Wiara ta jest tak silna, że sami ich używają, gdy tylko mają do tego okazję, z entuzjazmem podsuwają je swoim rodzinom i znajomym, a także zawsze pochlebnie wypowiadają się na ich temat.

Wierzą w swoich klientów i pragną im pomagać. Najlepsi sprzedawcy postrzegają swoją rolę jako doradcy i pomocnicy, którzy zawsze szukają sposobów poprawy jakości życia swoich klientów. Innym ważnym elementem zaangażowania i oddania jest troska o klientów. Najlepiej zarabiający sprzedawcy są emocjonalnie związani zarówno z oferowanymi przez siebie produktami i usługami, jak i swoimi klientami. Z całego serca pragną sprawić, aby produkty i usługi pozytywnie wpłynęły na życie klientów.

I na koniec: najlepsi sprzedawcy *wierzą w samych siebie* i swoje możliwości. Mają niemal absolutnie niezachwianą pewność, że ich umiejętności pozwolą im pokonać przeszkody i zrealizować swoje cele. Są pewni siebie, pozytywnie nastawieni i niedający się powstrzymać.

NAJLEPSI SPRZEDAWCY SĄ PROFESJONALISTAMI

Gdy zacząłem sprzedawać usługi finansowe, zamówiłem sobie wizytówki z tytułem: „Przedstawiciel handlowy”. Tak właśnie wtedy postrzegałem samego siebie i tak też patrzyli na mnie moi potencjalni i bieżący klienci.

Jednak pewnego dnia postanowiłem zmienić tytuł na „konsultant”. Wyrzuciłem wszystkie stare wizytówki i zamówiłem nowe z napisem: „konsultant finansowy”.

Zmiana była zadziwiająca! Już od tamtego dnia zacząłem myśleć o samym sobie jako o konsultancie: profesjonalnym doradcy i przewodniku po świecie finansów, którego celem jest pomaganie klientom

w zorganizowaniu ich oszczędności i inwestycji. Klienci także zaczęli mnie inaczej traktować – wystarczyło, że zobaczyli tytuł „konsultant finansowy” na mojej wizytówce. Sceptycyzm i podejrzliwość zastąpione zostały przez otwartość, gotowość i zainteresowanie tym, co miałem im do powiedzenia.

Zostań konsultantem. Najlepsi sprzedawcy uważają się za konsultantów i doradców – a nie zwykłych handlowców. W jaki sposób możesz zostać konsultantem? To proste. Zaczynj zachowywać się przy swoich klientach jak prawdziwy konsultant. W jaki sposób handlowiec staje się konsultantem? Zadając właściwe pytania i uważnie słuchając odpowiedzi. Starając się raczej zrozumieć, niż samemu być zrozumianym. Koncentrując się na kliencie i próbując za wszelką cenę zrozumieć jego sytuację, po to, aby móc polecić mu właściwe rozwiązanie, które naprawdę okaże się dla niego pomocne.

Sprzedawca-konsultant stara się znaleźć problemy klienta, które może dla niego rozwiązać. Rozumie, że tak naprawdę oferuje *rozwiązanie* problemu lub środek zaspokajający potrzebę klienta. Pierwszym zadaniem podczas rozmowy z potencjalnym klientem jest poznanie jego potrzeby i zrozumienie sposobu, w jaki można ją zaspokoić.

Konsultanci pracują dla klienta, a nie dla siebie samych. Ciekawe w tym wszystkim jest to, że klienci przyjmą bez zastrzeżeń rolę, jaką sam sobie nadasz. Jeśli uważasz się za konsultanta, to oni będą traktować cię jak konsultanta.

Najtrudniejsze w przemianie handlowca w konsultanta jest chyba to, że trzeba mieć odwagę, by po raz pierwszy określić samego siebie mianem konsultanta. (Więcej na temat roli konsultanta znajdziesz w rozdziale 5 „Sprzedaż konsultacyjna”).

NAJLEPSI SPRZEDAWCY SĄ ODPOWIEDZIALNI

Aby stać się naprawdę wielkim człowiekiem, należy przyjąć stuprocentową odpowiedzialność za swoje życie i wszystko, co ci się przydarza. To kolejny aspekt życia, w którym sprawdza się zasada 80/20. Dwadzieścia procent najlepszych na danym polu traktuje samych siebie jako osoby samozatrudnione – działające na własny rachunek. Innymi słowy, uważają, że to oni kontrolują własne życie.

Wskazówki, narzędzia i techniki niezbędne do tego, aby przenieść wyniki sprzedaży na wyższy poziom i odnieść sukces

20 procent najlepszych sprzedawców przeprowadza 80 procent sprzedaży bez względu na przeszkody. Uzyskują przewidywalne i doskonałe wyniki w zmiennym środowisku. Możesz dołączyć do tego grona, jeśli tylko opanujesz najlepsze techniki!

Skoncentruj się na tym, co naprawdę działa. Skorzystaj z najlepszych praktyk zawartych w tej biblii handlowca profesjonalisty. Znajdziesz tu m.in.:

- siedem sposobów wykrycia (i uniknięcia) nierokującego klienta
- ćwiczenia umysłowe, które pozwalają przekształcić odrzucenie w iskrę zainteresowania
- sposób na to, jak połączyć sprzedaż relacyjną, konsultacyjną i edukacyjną
- najpotężniejsze pytanie, które można zadać klientowi
- praktyczne wskazówki pozwalające ulepszyć prezentację i potroić sprzedaż
- skuteczne narzędzie, które pozwala natychmiast zmienić obojętnych ludzi w klientów
- podpowiedzi, co mówić, gdy klient narzeka na cenę
- wyjaśnienie, dlaczego „pomyślę o tym” oznacza w języku klienta „żegnam” – i jak unikać tych słów
- 7 kluczowych technik, które odpowiadają za 90 procent udanych transakcji
- rady, jak uzyskać powtórne zakupy w „społeczeństwie rekomendacji”
- prawdziwe powody, dla których klienci nie kupują
- strategie, które pozwolą zwiększyć skuteczność działań
- podpowiedzi, jak podwoić ilość czasu spędzanego twarzą w twarz z obiecującymi klientami i osiągać z tego korzyści

...i dużo, dużo więcej!

Opanuj umiejętności, które zapewniają odpowiednią skuteczność i zarobki, o jakich zawsze marzyłeś. Naucz się podstaw i ciesz się swoją drogą na szczyt.

Książka dostępna także
jako e-book i audiobook.

mtbiznes.pl

ISBN 978-83-8231-587-5



9 788382 315875

MT24062

Cena 44,90 zł