

**SPRZEDAŻ
NATURALNA**

**FRYDERYK
KARZEŁEK**



**CZYLI NAJBARDZIEJ PODNIECAJĄCA CZYNNOŚĆ,
JAKĄ MOŻNA ROBIĆ W UBRANIU**

© Copyright by Złote Myśli, rok 2019

Autor: Fryderyk Karzelek

Tytuł: Sprzedaż Naturalna

Redakcja: Janina Granas-Olewińska

Wydanie I

ISBN: 978-83-65837-46-2

Złote Myśli sp. z o.o.

44–100 Gliwice

ul. Kościuszki 1c

www.ZloteMyśli.pl

e-mail: *kontakt@zlotemysli.pl*

Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” 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 Wydawnictwo „Złote Myśli” nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

Opinie o książce

Magdalena Zelek

Szkolenie, które zmienia i sprzedawcę, i człowieka

Określenie Sprzedaż Naturalna było mi obce, dopóki nie spotkałam Fryderyka.

Myślę, że wcześniej podświadomie w ten właśnie sposób pracowałam, ale nie w takim stopniu zaawansowania, jakie jest niezbędne, aby osiągać dobre rezultaty. A uświadomiłam to sobie właśnie po szkoleniu z Fryderykiem Karzełkiem.

Prowadzę własną działalność gospodarczą już ponad dziesięć lat. Od samego początku czułam i wiedziałam po reakcjach klientów, że lubią mój sposób tłumaczenia, lubią rozmawiać i rozwiązywać problemy właśnie ze mną. Miałam też wewnętrzne przeświadczenie, że robię to dobrze. Tak mi się wtedy wydawało....

Nie zapomnę, jak podczas pewnego z webinarów ze Sprzedaży Naturalnej prowadzonych przez Fryderyka zapytałam go, czy odmowa realizacji usługi wtedy, kiedy się czuje, że klient nie udźwignie przedsięwzięcia, to właśnie Sprzedaż Naturalna. Fryderyk tak pięknie mi to wówczas wytłumaczył, że uwierzyłam, iż jestem na dobrej drodze.

Dotarło do mnie, że Sprzedaż Naturalna nie jest tym samym, co zwykła sprzedaż. Przede wszystkim nie jest to sprzedaż za wszelką cenę, byle tylko zarobić pieniądze. To sprzedaż z pełnym zaangażowaniem, z przekonaniem,

to sprzedaż wartości, ale również informowanie, edukowanie. Nie zawsze każde spotkanie musi się kończyć sfinalizowaną transakcją. Czasem musimy odmówić, i to też jest Sprzedaż Naturalna!!!

Webinary, w których początkowo uczestniczyłam on-line, na tyle mnie zaciękały, że zgłosiłam się na szkolenie stacjonarne w tzw. Białym Domku. I tam wydarzyła się magia, która trwa aż do dzisiaj...

Wiedza, wskazówki, ćwiczenia indywidualne i w parach tam przerobione praktycznie ujawniły moje braki, ale i wskazały możliwości zmiany. Test osobowości „Persolog” był dla mnie niesamowitym odkryciem, bo uzmysłowił mi, kim jestem oraz jak wiele błędów popełniałam do tej pory. Uświadomiłam sobie, jak wiele rozmów prowadziłam „szablonowo”.

Te wszystkie czynniki spowodowały, że zaczęłam inaczej wykonywać moją pracę. Ogromne znaczenie miało dla mnie poznanie fantastycznych ekspertów, takich jak Magdalena Daniłóś, która w bardzo profesjonalny sposób wprowadziła nas w tajniki social mediów, czy spotkanie i wykład Sebastiana Kotowa, który tak nietuzinkowo i z wielką pasją opowiadał o zaufaniu, i to nie tylko w biznesie...

Pierwszą i fundamentalną zmianą, którą wprowadziłam, jest to, że zaczęłam słuchać klienta. Wiem, wiem, pewnie można teraz powiedzieć: „ale przecież zawsze go słuchałaś”. No niby tak... Teraz jednak zaczęłam go słuchać ze zrozumieniem. Ot, taka subtelna różnica...

Pytania typu: Jak mogę Pani/u pomóc?, Co jest dla Państwa ważne?, Na co chcieliby Państwo, żebym zwróciła szczególną uwagę?, Jakie są Państwa oczekiwania? – sprawiły, że klienci zaczęli się bardziej otwierać, rozmawiali ze mną szczerze. Moje spotkania biznesowe zaczęły być coraz dłuższe. A mnie to wcale nie przeszkadzało... Już nie pospieszałam klientów w oczekiwaniu na odpowiedź, ale cierpliwie czekałam. Już potrafiłam określić, kto jest dominantem, a kto ma osobowość inicjatywną, krytyczną lub stałą. To powodowało, że każda rozmowa była inna. Każda była indywidualnie dostosowana do mojego odbiorcy.

Zaczęłam mniej mówić, a więcej słuchać, i to bardzo uważnie. Nie mówiłam już tego, co ja chciałam powiedzieć, ale odpowiadałam na potrzeby i pytania tego właśnie konkretnego klienta.

Szczerość to cecha, która była już we mnie. Ale dodałam do niej kolejne umiejętności: zwłaszcza umiejętność przyznania się do błędu. Rewelacja! W końcu jesteśmy tylko ludźmi i każdemu błąd się może zdarzyć!

Następna ważna umiejętność to przyznanie się, że czegoś się nie wie, ale sprawdzi się to i poinformuje klienta, jak faktycznie sprawa wygląda. Umiejętność bezbłędna! Nie ściemniamy, nie oszukujemy, bo klient zawsze wyczuje fałsz, a wtedy działa to tylko na naszą niekorzyść.

Te wszystkie elementy połączone sprawiły, że jestem odbierana jako ekspert w mojej dziedzinie.

Może to niewiele, ale mój FP rozrósł się czterokrotnie. Firma zwiększyła obroty trzykrotnie, zatrudniłam osoby do zespołu, oczywiście zgodnie z testem osobowości „Persolog”. Zmieniłam biuro.

Ostatnio zostałam nawet poproszona o napisanie artykułu do gazety!

Otworzyłam się na ludzi, na ich problemy, zaczęłam komentować, wspierać, odpowiadać na pytania. Zaczęłam też uczestniczyć w konferencjach, podczas których poznawałam osoby, które potrzebowały moich usług. Za sięg mojej firmy jest teraz ogólnopolski. Jestem doceniana, promowana, polecana przez innych!

To, co się dzieje teraz, przerosło moje najszczęrsze oczekiwania.

Wszystko, czego się uczymy na szkoleniu, to są narzędzia podane nam przez najlepszych specjalistów ze Sprzedaży Naturalnej. A co my jako uczestnicy z tym zrobimy, to już nasz indywidualny wybór.

Ja na szkolenie pojechałam świadomie, wiedziałam, że tego chcę, bo chcę czegoś więcej od mojego życia i czułam, że mogę. Ktoś z większą wiedzą uzmysłowił mi, jak to mogę zrobić. Przerobił ze mną krok po kroku każdy element, ze spokojem odpowiadał na moje pytania, a nawet swoim postępowaniem prowokował mnie do samodzielnego wyciągania wniosków i samodzielnego proponowania rozwiązań.

To szkolenie obudziło mnie! Uwolniło mój potencjał, dodało mi paliwa, które stale uzupełniam i nie dopuszczę, żeby go kiedykolwiek zabrakło... Zmieniło mnie nie tylko jako sprzedawcę, ale jako człowieka!

Dziękuję Fryderyku, dziękuję Tobie, Twoim gościom, Twojej cudownej rodzinie, Twoim współpracownikom.

Krzysztof Szymański
Sprzedaż Naturalna to fundamenty współczesnej komunikacji

W swoim kilkunastoletnim doświadczeniu w sprzedaży zawsze miałem więcej do powiedzenia niż klient. Często starałem się odgadywać, co myśli, zamiast go po prostu o to zapytać. Ucząc się Sprzedaży Naturalnej, zacząłem klienta słuchać i starać się „wejść w jego buty”. Dzięki temu, że umiem rozpoznać profil psychologiczny danej osoby, wiem, jak dostosować komunikat w taki sposób, aby klient poczuł, że rozumiem jego potrzeby i rzeczywiście chcę pomóc rozwiązać jego problemy.

System Sprzedaży Naturalnej jest prosty, a prosty znaczy użyteczny. Jest łatwy do przyswojenia przez każdego, kto zajmuje się sprzedażą zawodowo. To nie zestaw magicznych trików, które sprawią, że klient kupi od Ciebie wszystko, nawet jeśli do niczego nie jest mu to potrzebne. Sprzedaż Naturalna to fundamenty skutecznej komunikacji, których brakuje wielu osobom zajmującym się sprzedażą profesjonalnie. Doskonale wpisuje się w trendy sprzedaży konsultacyjnej, w której handlowiec jak doktor ma znaleźć palący problem i pomóc klientowi go rozwiązać.

Wojciech Rembowski
***Nauka Sprzedaży Naturalnej jest jak autostrada,
którą błyskawicznie dociera się do wytyczonego celu***

Było ciepłe czerwcowe popołudnie, które spędzałem w domu studenckim nr 16 krakowskiej Akademii Górniczo-Hutniczej, gdzie nadal mieszkalem po obronie pracy dyplomowej. Jakiś czas wcześniej zrządzenie losu sprawiło, że znalazłem zatrudnienie w jednej z firm zajmujących się technologią kosmiczną, a ściślej – fotowoltaiką. Dla mnie jako inżyniera – specjalisty w dziedzinie energetyki odnawialnej nie była to odkrywcza technologia. Jednak, jak się później okazało, przedstawienie tego tematu u klientów sprawiało mi więcej trudności niż bezbłędne wymówienie przez nich słowa

fotowoltaika, a co dopiero, jeśli chodzi o zrozumienie, czego tak naprawdę od nich oczekuję. Sprzedaż fotowoltaiki jest wdzięcznym zajęciem, bo oprócz oczywistych korzyści finansowych niesie za sobą również świadomość zwiększania udziału odnawialnych źródeł energii w krajowym systemie energetycznym, co dla mnie jako inżyniera zawsze było powodem do dumy. Z kolei aktywna sprzedaż, jaką się zajmowałem, wymagała pewnego przygotowania handlowego, takiego jak umiejętność cold callingu, prowadzenia rozmów z klientem, tak aby nie usnął po pierwszej minucie naszego monologu, oraz prowadzenia negocjacji, o ile ktoś odważył się na zakup. Z umiejętnościami tymi nikt się oczywiście nie rodzi, ale w dosyć krótkim czasie, jak pokazuje mój przykład, można ich się wyuczyć. Niestety często bywa, że szkolenia sprzedażowe w firmie, w której pracujemy, przeprowadzają ludzie, którzy w życiu nigdy nic nie sprzedawali i nie znali codziennych realiów bycia handlowcem. Tak było również w moim przypadku. Mówiąc delikatnie, model sprzedaży oraz wyniki nie były podniecające. Mój dawny pracodawca twierdził, że szkolenia były wystarczająco dobre, aby osiągnąć wystarczająco dobre wyniki. Ja jednak nigdy nie lubiłem osiągać wystarczających wyników, dlatego szybko zacząłem doksztalać się na własną rękę.

Owego czerwcowego popołudnia zadzwonił do mnie Fryderyk Karzełek. Byłem bodaj pierwszą osobą, która po wykupieniu dostępu do jego kursu Sprzedaży Naturalnej postanowiła napisać wiadomość i, o zgrozo, zarzucić, że przedstawione tam metody się nie sprawdzają. Fryderyk szybko uświadomił mi, że nie mam racji, i następnego dnia potulny jak baranek przystąpiłem do wykonywania telefonów do klientów celem umówienia spotkania wedle wskazówek zawartych w kursie oraz powtórzonych telefonicznie przez Fryderyka. Nie przypuszczałem, że efekt będzie tak widowiskowy, a styl, w jakim dzwoniłem do klientów, zostanie zapożyczony również przez innych, nawet starszych ode mnie handlowców. Mówiąc w dużym skrócie – zwiększona o ponad sto procent skuteczność umawiania spotkań zmobilizowała mnie do przetestowania innych, na pozór dziwnych metod zawartych w kursie, co doprowadzało czasami do przedziwnych sytuacji, ale chyba nie da się nauczyć sprzedawać, nie testując, co w naszym wykonaniu przynosi najlepsze efekty.

Ileż może się zmienić w zaledwie rok! Zaledwie rok i aż rok, patrząc na to, co działo się w mojej pracy po ukończeniu tego kursu. Był to rok niesamowitych przygód z klientami, których odwiedziłem prawie czterystu. Rok, w którym robiłem wszystko zupełnie odwrotnie, niż miałem to pokazane niegdyś na szkoleniu wdrażającym do mojej pracy, ale najlepsze jest to, że nikt nie ośmielił się powiedzieć mi złego słowa na to co robię, bo moje efekty natychmiast zamykały drogę do jakiegokolwiek dyskusji. Był to rok, w którym zarobiłem kilka razy więcej niż w poprzednim i praktycznie wszystkie te pieniądze wydałem na inwestycję w siebie: książki, studia, kursy, odpowiednie ubranie. Był to rok, w którym wreszcie na zakończenie mojej pracy pokazałem kunszt „sprzedawcy naturalnego”, podpisując największy kontrakt w historii firmy (przewyższający kilkakrotnie wartość typowych zawieranych przez nią kontraktów), pobijając jednocześnie ustanowiony już przez siebie wcześniej jeden rekord sprzedaży. Było warto.

Nigdy nie byłem handlowcem i nawet nie przypuszczałem, że mogę nim zostać, ale dzisiaj z czystym sumieniem mogę powiedzieć, że nim jestem. Mało tego, zrozumiałem, że zawsze nim byłem, bo czym różni się praca na tzw. targecie, aby otrzymać prowizję od studiowania czy też nauki w szkole ponadgimnazjalnej i spełnienia wymogu średniej ocen 4.75, aby otrzymać świadectwo z czerwonym paskiem?

Czy warto zatem zastosować wskazówki zawarte w tej książce? Moim zdaniem tak. Często po webinarach Fryderyka ktoś odszukiwał moje nazwisko na Facebooku i zwracał się z pytaniem, czy warto kupić kurs Sprzedaży Naturalnej. Nigdy nie twierdziłem, że jest to jedyna słuszna droga nauki sprzedaży. Drog jest naprawdę wiele. Ta z pewnością jest autostradą ze zniesionymi limitami prędkości, dzięki czemu jeżeli będziemy podążać za Fryderykiem, osiągniemy zamierzone przez nas cele naprawdę szybko. Książkę i kurs mogę polecić każdemu – zarówno zaczynającym przygodę ze sprzedażą, jak i starym wyjadaczom, którym z pewnością będzie ciężko przekonać się do robienia czegoś inaczej niż do tej pory. Wiedza tu zawarta pozwoliła mi osiągnąć wiele jako handlowcowi i pozwala mi osiągać wiele już jako przedsiębiorcy, który posiada własną firmę zajmującą się kompleksowym wykonawstwem instalacji fotowoltaicznych.

Mateusz Warmuz

Dekalog Komunikacji ułatwia nie tylko sprzedaż, ale i porozumienie w każdej życiowej sytuacji

Wykorzystuję Sprzedaż Naturalną w praktyce od blisko pięciu lat, czyli od początku mojej przygody ze sprzedażą. Nie licząc krótkiego momentu zaraz po osiemnastych urodzinach, kiedy próbowałem swoich sił w jednym z MLM-ów – wtedy nie wyszło. Dwa lata później wróciłem do zawodu handlowca, tym razem w firmie Fryderyka (w zasadzie wówczas jeszcze Pana Fryderyka), w której Sprzedaż Naturalna była i pozostała do dziś standardem obsługi klienta.

Uważam, że w przypadku sprzedaży bezpośredniej (niezależnie, czy jest to B2B, czy B2C) Sprzedaż Naturalna jest jej najbardziej efektywną formą. Wykorzystując ją, nie musisz uczyć się technik ani sposobów manipulacji klientem. Musisz jednak nauczyć się czegoś dużo trudniejszego dla wielu ludzi: empatii. Bez niej nie ma szans.

Z perspektywy osoby, która od początku implementowała w swoim systemie pracy Sprzedaż Naturalną, uważam, że bez niej nie byłoby mnie tu, gdzie teraz jestem. Nie tylko dlatego że zapewniła mi wyniki, które z handlowca przekształciły mnie w menadżera sprzedaży, później w dyrektora, a w końcu w prezesa zarządu oraz współwłaściciela jednej ze spółek Fryderyka – PDF Financial Mentoring – ale również dlatego że pozwoliła mi w ogóle pokochać sprzedaż.

Pomimo pewnych deficytów w zakresie inteligencji emocjonalnej nigdy nie należałem do osób, które stawiają zainkasowanie prowizji wyżej niż dobro klienta. O wiele ważniejsze jest dla mnie to, by klient był zadowolony z obsługi, a rozwiązania, które u niego wdrażam, były dla niego możliwe najbardziej adekwatne. Takie podejście jest nie tylko zgodne z etyką, ale również sprawia, że klienci wracają. W przypadku stosowania manipulacji czy technik sprzedaży ani jedno, ani drugie nie byłoby możliwe, ponieważ celem spotkania nie byłoby dopasowanie rozwiązań, tylko „wciśnięcie” z góry założonego, często niedopasowanego produktu.

Trzeba także wspomnieć, że klienci to nie wszystko, choć może, gdyby pozostawić to bez kontekstu, byłoby to stwierdzenie daleko niewłaściwe. Umieszczę jednak to zdanie w konkretnym kontekście, stawiając tezę, że całe nasze życie to sprzedaż. Sprzedajemy zawsze, wszędzie i wszystkim, warto się z tym pogodzić, zanim zabrniesz w kolejne strony książki, którą właśnie czytasz. Czyż każda nowa relacja w naszym życiu to nie sprzedaż? Być może na początku ciężko to przegryźć, jednak ciągle sprzedajesz. Niezależnie od tego, czy jesteś handlowcem, menadżerem, specjalistą IT, dyrektorem placówki oświatowej, spawaczem czy kimkolwiek innym. Randka? Sprzedaż. Rozmowa o pracę? Sprzedaż. Nowa znajomość? Sprzedaż. Kłótnia z partnerem dotycząca miejsca, w które pojedziecie na wakacje? Sprzedaż. Studencka prezentacja na ćwiczeniach? Sprzedaż. Przykłady naprawdę można mnożyć w nieskończoność.

Sprzedaż Naturalna oparta jest na Dekalogu Komunikacji. Dzięki temu znajduje zastosowanie w dosłownie każdej życiowej sytuacji. W moim przypadku właśnie tak jest – korzystanie z jej praw pozwoliło mi poukładać sobie sytuację zawodową, przestałem jednocześnie prawie całkowicie brać udział w jakichkolwiek kłótniach; po prostu nie mają one sensu. Każdy spór można rozwiązać polubownie, jeśli tylko mamy w sobie dość empatii, by wczuć się w drugą osobę, spojrzeć z boku na jej cele i zrozumieć, o co tak naprawdę się kłócimy.

Podsumowując, posługiwanie się filozofią sprzedaży Fryderyka pozwoliło mi stać się tym, kim jestem dziś. A warto zaznaczyć, że w momencie, w którym piszę ten tekst, nie skończyłem jeszcze dwudziestu pięciu lat. Oczywiście sama sprzedaż to nie wszystko. Aby mieć dobre wyniki, należy połączyć ją ze zdobywaniem wiedzy w dziedzinie, w której chcesz się rozwijać, zaangażowaniem, ambicją, wytrwałością w dążeniu do celu i kilkoma innymi podobnymi cechami. Jeśli jednak masz już je wszystkie, a mimo to efekty, które uzyskujesz, nie są zadowalające, to właśnie Sprzedaż Naturalna pozwoli Ci je spotęgować.

Magdalena Kołucka

Sprzedaż to proces, w którym najważniejszy jest człowiek

Fryderyka Karzelka poznałam w styczniu 2017 roku i już od pierwszego spotkania urzekł mnie swoją naturalnością i empatycznym podejściem do drugiego człowieka. Brałam wówczas udział w jego wykładzie dotyczącym sprzedaży. Z wykształcenia jestem marketingowcem i wiedziałam, że moja specjalizacja jest ściśle z nią powiązana. Drażniły mnie jednak metody manipulacji powszechnie stosowane na rynku przez wiele przedsiębiorstw, których celem była jedynie wysoka sprzedaż swojego produktu. Właściciele firm zapominają, że najważniejszy jest klient – relacje, empatia, budowanie społeczności, przekazywanie wartości – gdyż to właśnie napędza sprzedaż samoistnie. Olbrzymim zaskoczeniem była dla mnie filozofia Sprzedaży Naturalnej oparta właśnie na wartościach, w które i ja mocno wierzę, a których nauczył mnie Fryderyk.

Postanowiłam dołączyć do szkolenia zatytułowanego Sprzedaż Naturalna, gotowa uczyć się od człowieka, który w tej dziedzinie ma ponad trzydzieści lat doświadczenia i jednocześnie uważa drugą osobę za swojego przyjaciela, a nie tylko potencjalnego klienta.

Dwa dni bardzo intensywnej pracy. Dwa dni wiedzy merytorycznej i praktycznej, dzięki której nauczyłam się o sprzedaży więcej niż w ciągu pięciu lat studiów marketingu... Rodzaje osobowości, dopasowanie komunikatów, sposoby negocjacji i rozmowy z drugim człowiekiem, budowanie relacji – to tylko niektóre zagadnienia poruszane na tym istotnym szkoleniu. Z każdą godziną rozumiałam coraz więcej i wiedziałam, że moje relacje z klientami od tego momentu już będą wyglądały zupełnie inaczej!

Szkolenie szkoleniem, ale najważniejsze jest wcielanie wiedzy w życie. Wspaniała atmosfera i pomocna ekipa Fryderyka towarzyszą mi w biznesie do dzisiaj. Z osoby, która była dość nieśmiała w kontaktach z klientami, nie potrafiła do końca wywalczyć swoich zasad i przystawała na stawkę, którą zaproponował klient, stałam się osobą pewną siebie, otwartą, stanowczą i równocześnie świadomie prowadzącą biznes, co przełożyło się oczywiście na zdecydowaną poprawę sytuacji finansowej i dobór odpowiednich klientów.

Dzisiaj wiem, że takie właśnie szkolenia powinny być obowiązkowym materiałem na wszystkich kierunkach studiów, aby każdy startujący w dorosłe życie mógł świadomie kierować swoim biznesem czy karierą zawodową. Szkolenie ze Sprzedaży Naturalnej to coś więcej niż tylko kolejny kurs w naszym CV – to zmiana myślenia, spójność z własnymi wartościami, nauka pokory i szacunku do drugiego człowieka oraz nauka efektywnego prowadzenia biznesu! Sprzedaż to proces, ale Fryderyk nauczył mnie bardzo ważnej rzeczy – w tym procesie najważniejszy zawsze był, jest i będzie człowiek. I właśnie dzięki temu pokochałam sprzedawać!

Spis treści

Wstęp	17
1. Wskazówki na start	21
1.1. Kategorie sprzedawców	21
1.2. Czy dobrym handlowcem trzeba się urodzić?	23
1.3. Dobra rada na początek	23
1.4. Czym jest Sprzedaż Naturalna?	25
1.5. Sztuka patrzenia w lustro	26
1.6. Zasada Charliego Woopa	27
1.7. Instrukcja obsługi	28
1.8. Wiedzieć coś, a tego nie robić – to tak, jakby nic nie wiedzieć	30
1.9. Model „6 kroków od wiedzy do rezultatu”	30
2. Elitarny zawód	37
2.1. W życiu nie ma nic za darmo	37
2.2. Wszystko na tym świecie powstaje trzy razy	38
2.3. Chcesz zmian w swoim życiu?	39
2.4. Droga na skróty najczęściej bywa najdłuższa	40
2.5. Znaczenie zawodu sprzedawcy	40
2.6. Twoje nastawienie do zawodu	43

3. Dlaczego Sprzedaż Naturalna?	45
3.1. Technika sprzedaży „na stopę w drzwiach”	46
3.2. Technika sprzedaży „na kłanianie się”	47
3.3. Technika sprzedaży „na urzędnika”	47
3.4. Technika sprzedaży „na pieska”	48
3.5. Technika sprzedaży „na Columbo”	49
3.6. Prawdziwy mistrz sprzedaży	50
3.7. Wszystko, co robisz dla innych, wraca dziesięciokrotnie wzmocnione	51
3.8. Naucz się zadawać pytania, aktywnie słuchać i budować słowem obrazy	52
3.9. Dlaczego warto zostać „sprzedawcą naturalnym”?	53
4. Wirusy, korzyści i Excel	55
4.1. Mózg. Program antywirusowy i wirusy	56
4.2. Jaki jest dzisiejszy klient?	58
4.3. Zaufanie do drugiego człowieka	59
4.4. Zachowanie sprzedawcy na dzisiejszym rynku	60
4.5. Sprzedaż według Harleya-Davidsona	60
4.6. Czyje problemy rozwiązujesz, będąc profesjonalnym sprzedawcą?	61
4.7. Pułapka Excela	62
5. Definicja Sprzedaży Naturalnej i komunikacji	65
5.1. Definicja Sprzedaży Naturalnej	66
5.2. Emocjonalne bankowe konto	68
5.3. Na czym polega proces komunikacji?	68
5.4. Straty w procesie komunikacji	69
5.5. Historia o zielonej karcie	71
5.6. To, w jaki sposób mówisz i jak się zachowujesz, ma znaczenie	74

6. Tryb awaryjny	77
6.1. Budowa i funkcjonowanie mózgu	77
6.2. Sześćścieżkowy magnetofon i magazyn doświadczeń	79
6.3. Historia o przekonaniach i maszynce do mięsa	82
6.4. Historia o psie rasy pitbull	83
6.5. Zjawisko „tryb awaryjny”	85
6.6. „Tryb awaryjny” i Windows	86
6.7. Objawy „trybu awaryjnego”	87
6.8. Magazyn doświadczeń klienta	88
6.9. Wpływ emocji na proces komunikacji	89
6.10. Wewnętrzny zbiornik na emocje	91
6.11. Zarządzanie własnymi emocjami	92
6.12. Podsumowanie	94
7. Dekalog Komunikacji – klucz do sukcesu	99
7.1. Dekalog Komunikacji	99
7.2. Mowa jest srebrem, a milczenie złotem	100
7.3. Mniej mów, zadawaj pytania i słuchaj uważnie	102
7.4. Historia o sprzedawcy kserokopiarek	104
7.5. Historia o sprzedawcy notebooków	108
7.6. Pierwsze prawo Dekalogu Komunikacji	111
7.7. Drugie prawo Dekalogu Komunikacji	112
7.8. Trzecie prawo Dekalogu Komunikacji	112
7.9. Czwarte prawo Dekalogu Komunikacji	113
7.10. Piąte prawo Dekalogu Komunikacji	118
7.11. Szóste prawo Dekalogu Komunikacji	121
7.12. Siódme prawo Dekalogu Komunikacji	123
7.13. Ósme prawo Dekalogu Komunikacji	131
7.14. Dziewiąte prawo Dekalogu Komunikacji	134
7.15. Dziesiąte prawo Dekalogu Komunikacji	135
7.16. Podsumowanie	136

8. Sytuacja wyjściowa w sprzedaży	139
8.1. Sytuacja wyjściowa „na tak”	140
8.2. Sytuacja wyjściowa „na nie!”	145
8.3. Sytuacja wyjściowa „na nie?”	146
9. Zachowania	149
9.1. Trzeba zacząć od siebie	150
9.2. Profile zachowań	152
10. Zasady telefonowania	163
10.1. Strach przed telefonowaniem	163
10.2. To, co mówisz, ma mniejsze znaczenie niż sposób, w jaki to mówisz	164
10.3. Pamiętaj, do czego służy telefon	165
10.4. Co wolno Ci powiedzieć przez telefon, a czego nie?	166
10.5. Zasady, których musisz przestrzegać	166
10.6. Jak powinna wyglądać rozmowa telefoniczna?	170
11. Rozmowa handlowa	177
11.1. Historia o Jenny	178
11.2. Umówienie spotkania i przebieg rozmowy	179
11.3. Otwarcie sprzedaży	181
11.4. To, jak wyglądasz, ma duże znaczenie	182
11.5. Pamiętaj o uśmiechu i właściwej postawie	183
11.6. Budowanie relacji	183
11.7. Cel spotkania i kontrakt	184
11.8. Zdobywanie rekomendacji	186
11.9. Analiza motywów, potrzeb i obiekcji	188
11.10. Podsumowanie przebiegu rozmowy handlowej	189
Zakończenie	197

1.

Wskazówki na start

Opowiadając swoją historię, mówię o tym, że moja wielka przygoda ze sprzedażą zaczęła się w roku 1990, czyli jakieś dwadzieścia siedem lat temu. Jednak tak naprawdę zaczęła się dużo wcześniej. Pamiętam to dokładnie. Kiedy miałem czternaście lat, bardzo mocno interesowałem się fotografią. Za odłożone pieniądze (zamiast wydać je na różne drobiazgi) zakupiłem upragniony sprzęt fotograficzny. Zainwestowałem w porządny aparat, powiększalnik do wywoływania zdjęć i ciemnię, którą sam sobie urządziłem. Dzięki tej inwestycji mogłem robić zdjęcia, które z czasem zacząłem sprzedawać – to był mój pierwszy biznes. Chyba właśnie stąd wzięło się moje przekonanie, że sprzedaż jest tak niezwykle czynnością. Według mnie zawód handlowca jest jednym z najbardziej elitarnych na świecie. Dlatego też moim zadaniem jest (m.in. za pośrednictwem tej książki) pomóc Ci stać się prawdziwym sprzedawcą oraz zrozumieć, dlaczego w dzisiejszych czasach bycie „sprzedawcą naturalnym” jest najbardziej efektywnym i jedynym słusznym podejściem.

1.1. Kategorie sprzedawców

Podczas swojej wieloletniej praktyki miałem styczność z licznymi handlowcami, z których każdy prezentował inny poziom umiejętności. Doświadczenie to uświadomiło mi, że sprzedawców na rynku można dzisiaj (ogólnie rzecz biorąc) podzielić na dwie główne kategorie:

1. Przeciętniacy;
2. Geniusze sprzedaży:
 - a) manipulatorzy,
 - b) „sprzedawcy naturalni”.

„Przeciętniacy” prawdopodobnie stanowią dzisiaj grupę około 80 – 90% wszystkich handlowców na rynku. Ludzie ci są zwykłymi rzemieślnikami, podchodzącymi do sprzedaży jak do zwyczajnie wykonywanej pracy pozwalającej im przeżyć i zarabiać „jakieś tam” pieniądze. Ich działanie polega na chodzeniu od klienta do klienta i prezentowaniu tego, czym handlują. Rozdają wizytówki, wysyłają e-maile i odpowiadają na pytania. Czasem żartobliwie nazywam ich administratorami albo składaczami ofert, ponieważ wykonując swoją pracę, skupiają się na odwiedzaniu klientów, głównie po to żeby składać im różnego rodzaju oferty. Nasuwa się pytanie, czy takie podejście jest właściwe? Niestety nie, ponieważ podchodząc do sprzedaży w ten sposób, musisz liczyć się z tym, że Twoimi klientami zostaną co najwyżej ludzie, którzy posiadają wadę wymowy, przez co zwyczajnie nie potrafią mówić „nie”. Jak myślisz, ilu jest takich klientów?

„Geniusze sprzedaży” to zupełnie inna kategoria handlowców, która w zasadzie stanowi niewielki odsetek wszystkich sprzedawców na rynku (prawdopodobnie około 10%). Ludzie ci potrafią prawdziwie zainspirować drugiego człowieka i przekonać go do zakupu swoich produktów (usług). Osiągają nieprawdopodobne wyniki, ponieważ potrafią naprawdę dobrze sprzedawać. Niestety (jak to zwykle bywa) są wśród nich zarówno dobrzy, jak i źli handlowcy. Tych dobrych określam mianem „sprzedawców naturalnych”, a tych złych mianem „manipulatorów”.

„Manipulatorzy” to ci, dla których nie ma kompletnie znaczenia, czy oferowane przez nich produkty (usługi) niosą klientom korzyści. Skupiają się wyłącznie na tym, aby sprzedawać jak najwięcej, byle by tylko zarabiać.

„Sprzedawcy naturalni” są handlowcami, którzy kierują się etyką i prawdziwymi wartościami. Oferowane przez nich produkty (usługi) to rozwiązania, których klienci potrzebują, nawet jeśli czasem nie zdają sobie z tego sprawy. Są profesjonalistami w każdym calu. Pełnią rolę doradców, a ich głównym celem jest pomoc klientom w podejmowaniu właściwych decyzji zakupowych.

Zachęcam Cię gorąco, abyś i Ty zdecydował się zostać „sprzedawcą naturalnym”. Gwarantuję, że nie będziesz musiał nigdy stosować żadnych technik sprzedaży ani niczego uczyć się na pamięć. Osiągniesz sukces w zawodzie, będąc stuprocentowo sobą – będąc naturalnym.

1.2. Czy dobrym handlowcem trzeba się urodzić?

Wielu ludzi uważa, że dobrym sprzedawcą trzeba się urodzić. Nic bardziej mylnego. Jestem przekonany, że tak naprawdę nikt się nim nie rodzi. Dobrym handlowcem można stać się z czasem, wymaga to jednak wysiłku. Oczywiście możesz mieć w tym kierunku talent i określone predyspozycje, jednak najpierw powinieneś je w sobie odkryć. Kiedy to nastąpi, dopiero wtedy będziesz je mógł z powodzeniem zastosować w praktyce.

Rozwijanie umiejętności „sprzedawcy naturalnego” jest procesem, którego długość będzie zależać wyłącznie od Ciebie. Proces ten prawdopodobnie potrwa kilka miesięcy, może mniej, ale równie dobrze może potrwać nawet kilka lat. Aby stać się prawdziwym „sprzedawcą naturalnym”, będziesz musiał przyjąć przypisaną sobie liczbę „nie”, po to żebyś zrozumiał, na czym tak naprawdę polega prawdziwa sprzedaż i nauczył się jej. Być może w Twoim przypadku liczba „nie”, które będziesz musiał zaliczyć, wyniesie dziesięć, a być może sto lub dwieście – tego nie wiem. Wiem natomiast, że osiągniesz swój cel, jeśli naprawdę będziesz tego chciał. Podejmij więc odpowiednią decyzję i przystąp do działania.

1.3. Dobra rada na początek

Pozwól, że opowiem Ci pewną historię, której bohaterami są Sokrates i jego uczeń. Pewnego dnia Sokrates i towarzyszący mu uczeń wybrali się na spacer po plaży. Podczas spaceru zafascynowany osiągnięciami oraz mądrością swojego mistrza uczeń zadał mu pytanie: – Mistrzu, co muszę zrobić, żebym stał się mędrce tak wielkim, jakim Ty dzisiaj jesteś? Jak tego dokonałeś? Czy może urodziłeś się już wybitnym człowiekiem, czy musiałeś na to wszystko ciężko zapracować? Co muszę zrobić, żeby dokonać tego co Ty, mistrzu?

Sokrates zatrzymał się i spojrzał na ucznia. Przyjrzał mu się uważnie i po chwili powiedział: – Jeśli naprawdę chcesz poznać odpowiedź na to pytanie, zaufaj mi i choć ze mną.

Wypowiedziawszy te słowa, mistrz położył dłoń na ramieniu ucznia i skierował go w stronę otwartego morza. Kiedy zaczęli wchodzić do wody, uczeń poczuł się nieswojo. Pomimo iż sytuacja wydała mu się trochę dziwna, szedł dalej, gdyż nade wszystko ufał swojemu mistrzowi. Podążali razem w głąb morza do momentu, w którym woda zaczęła im sięgać do klatki piersiowej – wówczas się zatrzymali. Nagle Sokrates chwycił ucznia mocno za głowę i wepchnął ją pod wodę. Ponieważ uczeń darzył swego mistrza wielkim szacunkiem oraz zaufaniem, początkowo nie reagował na to, co się działo. Jednak po chwili, gdy już zabrakło mu powietrza, zaczął ostro się szamotać i wrywać. Mimo to Sokrates nie odpuścił i potężnym chwytem nadal utrzymywał głowę przerażonego towarzysza pod wodą. W chwili gdy poczuł, że jego uczeń całkiem opadł z sił, szybko odpuścił i pozwolił mu zaczerpnąć życiodajnego powietrza.

Mój Drogi Przyjacielu, być może zastanawiasz się, co przytoczona wyżej historia ma wspólnego z Tobą i Twoim pragnieniem zostania „sprzedawcą naturalnym”. Domyślasz się już?

Kiedy przerażony i kompletnie wyczerpany uczeń doszedł do siebie, z trudem wyjąkał: – Mistrzu, czy Ty, czy Ty przed chwilą naprawdę chciałeś mnie utopić?

Sokrates uśmiechnął się serdecznie i ze stoickim spokojem zapytał: – Powiedz mi, mój drogi uczniu, co czułeś, będąc tam pod wodą? O czym wtedy myślałeś? Czego wówczas najbardziej pragnąłeś?

W odpowiedzi usłyszał: – Ależ mistrzu, to oczywiste. Będąc tam pod wodą, myślałem tylko o jednym. Pragnąłem jak najszybciej zaczerpnąć powietrza.

Sokrates ponownie serdecznie się uśmiechnął i powiedział: – Oto odpowiedź na Twoje pytanie, mój drogi uczniu. Jeżeli równie mocno, jak tam pod wodą pragnąłeś powietrza, będziesz pragnął zostać wielkim mędrce, zrobisz wszystko, co jest możliwe, aby to osiągnąć. Będzie to dla Ciebie oczywistym i jedynym słusznym celem życia.

Czy już wiesz, co owa przypowieść ma wspólnego z Tobą? Wierzę, że weźmiesz sobie głęboko do serca lekcję, którą Sokrates udzielił swojemu uczniowi, i skorzystasz z płynącej z niej mądrości. Jeżeli to zrobisz, z pewnością zaczniesz odnosić sukcesy w sprzedaży, stając się z czasem prawdziwym „sprzedawcą naturalnym”. Życzę Ci tego z całego serca.

1.4. Czym jest Sprzedaż Naturalna?

Aby wytłumaczyć Ci, czym tak naprawdę jest Sprzedaż Naturalna i jaka idea leży u jej podstaw, opiszę Ci kolejną historię, którą kiedyś przeczytałem. Opowiada ona o młodym, świeżo upieczonym managerze dużej korporacji i jego pięcioletnim synu.

Pewnego dnia ów młody manager, przytłoczony ciężarem liczby zadań do wykonania, postanowił zabrać ze sobą robotę do domu. Wieczorem, kiedy zasiadł do swoich zawodowych obowiązków, jego pięcioletni syn ciągle jeszcze nie spał. Chłopiec co chwilę przerywał ojcu pracę, zadając przeróżne pytania. Żony mężczyzny nie było w tym czasie w domu, więc malcem nie miał się kto zaopiekować. Mężczyzna nie mogąc się skupić, postanowił, że zajmie czymś chłopczyka. Kiedy rozejrzał się po mieszkaniu, zauważył gazetę, a w niej na jednej ze stron ogromną, kolorową mapę. Wpadł szybko na genialny pomysł. Ostrożnie wyrwał z gazety stronę z mapą i pociął ją nożyczkami na małe kawałki. Następnie rozsypał je na podłodze i poprosił syna, żeby w ramach zabawy je poskładał. Mężczyzna był przekonany, że złożenie układanki w całość zajmie dziecku przynajmniej godzinę – no bo niby skąd taki brzdąc potrafiłby ułożyć szybko mapę? Jakież było jego zdziwienie, kiedy chłopiec po kilkunastu minutach przyszedł do niego i pokazał pięknie wyklejoną mapę świata. Ojciec był tak zdumiony tym, co zobaczył, że zapytał syna, jakim cudem dokonał tego tak szybko? W odpowiedzi usłyszał: – Tatusiu, po drugiej stronie obrazka, który mi dałeś, jest człowiek, więc poskładałem go w całość.

Po czym dodał jeszcze: – Tatusiu, jeżeli człowiek jest w porządku, to świat również będzie w porządku.

Jest to pewnego rodzaju przenośnia, która bardzo mocno wiąże się z procesem sprzedaży. **Jeżeli człowiek będzie w porządku, to jego sprzedaż też taka będzie.** Dlatego Sprzedaż Naturalna jest ideą wolną od wszelkich technik i manipulacji – ideą daleką od nudnych, przepelnionych słowami kluczami monologów wygłaszanych pod adresem klienta. Nie znajdziesz tutaj cudownych sposobów i magicznych zaklęć na zwiększenie liczby zbywanych przez siebie towarów (usług). Sprzedaż Naturalna opiera się na osobowości tego, kto się nią zajmuje – na tym, jakim jesteś człowiekiem, na tym, z jakimi intencjami idziesz do drugiego człowieka, aby zaproponować mu swoje produkty (usługi).

1.5. Sztuka patrzenia w lustro

Świat jest wielkim lustrem. Odbija do Ciebie to, kim jesteś. Jeśli jesteś kochający, przyjacielski, pomocny – świat okaże się kochający i przyjacielski, i pomocny dla Ciebie. Świat jest tym, kim Ty jesteś.

THOMAS DREIER

Przyszedeł czas, aby dokładnie przyjrzeć się własnemu odbiciu w lustrze i przyznać przed sobą, że Twoim najgorszym wrogiem lub najlepszym przyjacielem jesteś Ty sam. Na świecie istnieją trzy rodzaje ludzi:

1. Ci, którzy uczą się na własnych błędach – ludzie mądrzy;
2. Ci, którzy uczą się na błędach innych – ludzie szczęśliwi;
3. Ci, którzy nie uczą się ani na własnych, ani na cudzych błędach – głupcy.

Podejmij decyzję, że nigdy nie dołączysz do ostatniej z wymienionych grup. Obiecay sobie, że od dziś zaczniesz mocno stać na własnych nogach, odrzucisz ciężkie kule rozczulania się nad sobą i pogardy dla własnej osoby.

W mojej książce zatytułowanej *Pieniądze są sexy* opisałem czternaście kompetencji miękkich, które decydują o efektywności w działaniu. Nie ma znaczenia, czy jest to sprzedaż, zarządzanie czy cokolwiek innego. Tych czternaście kompetencji ma decydujący wpływ na to, jakie osiągniesz rezultaty.

Pamiętasz, jak mówiłem, że każdy, kto chce stać się prawdziwym „sprzedawcą naturalnym”, musi odebrać przypisaną sobie liczbę odmów. Gdybyś dzisiaj bezmyślnie wyszedł z domu i odebrał przypisaną sobie liczbę „nie”, to z całą pewnością będziesz je odbierał w nieskończoność, jeżeli po drodze nie zaczniesz analizować swoich zachowań – wyciągać z nich właściwych wniosków oraz uczyć się na błędach. Tak właśnie postępował Frank Bettger i opisał to w swojej książce. Frank zdawał sobie sprawę ze swoich postępów i błędów, ponieważ każdego dnia robił notatki ze spotkań, które odbywał z klientami. Dlatego zachęcam Cię, abyś i Ty wypracował sobie kompetencję, którą nazywam sztuką patrzenia w lustro – umiejętność podsumowywania na zakończenie dnia lub tygodnia tego, co się u Ciebie wydarzyło, a także patrzenia na siebie z pewnej perspektywy. Zachęcam Cię, żebyś po każdym spotkaniu z klientem robił notatki i dokonywał analizy, dlaczego akurat dzisiaj odebrałeś swoje „nie”. Pamiętaj, że z każdym „nie” jesteś coraz bliżej upragnionego „tak”.

1.6. Zasada Charliego Woopa

Jeden z moich wielkich nauczycieli opowiedział mi kiedyś o zasadzie Charliego Woopa, według której **prawdziwy sukces możesz osiągnąć tylko wtedy, kiedy robisz wszystko dokładnie tak, jak powinno to być robione**. Bardzo często zaniedbujemy drobiazgi, które wydają nam się nieistotne, w związku z czym popełniamy błędy. Ludzie, którzy uczą się na własnych błędach, są mądrzy, ludzie którzy uczą się na błędach innych, są szczęśliwi. Ja natomiast nie chcę, żebyś był tylko i wyłącznie szczęśliwy – chcę, żebyś był efektywny. Dlatego też namawiam Cię, żebyś ciągle spotykał się z klientami i nie obawiał się popełniać błędów, ponieważ jedynie prawdziwy kontakt z klientem sprawi, że poczujesz ten niezwykły dreszczyk emocji i czegoś się nauczysz. Moją rolą jako Twojego mentora jest przede wszystkim nauczyć Cię, jak stać się „sprzedawcą naturalnym”. Twoją zaś – teorię, którą sobie przyswoisz, przełożyć na realne działanie.

1.7. Instrukcja obsługi

Chcę, abyś jak najlepiej opanował, zrozumiał i wykorzystał zawartą tutaj wiedzę, dlatego pozwól, że udzielę Ci kilku wskazówek i zapoznam z instrukcją obsługi niniejszego podręcznika. Znajdziesz tutaj wiele pomysłów na realizację Twojej ścieżki „sprzedawcy naturalnego”. Niektóre z nich mogą Ci się wydać genialne, inne natomiast niespecjalnie. Bez względu na to, jak je ocenisz, obiecaj sobie, że gdy już doczytasz tę książkę do końca, nie odłożysz jej zaraz na półkę. Jeżeli zamierzasz tylko ją przejrzeć i stwierdzić: „OK, jest tu sporo fajnych pomysłów. Może niektóre z nich zastosuję”, nie wróżę Ci sukcesu. Wiesz, dlaczego? Wyjaśnię Ci to, powołując się po raz kolejny na klasyka. Myślę, że sporo ludzi sięgnęło po wspomnianą już przeze mnie publikację Franka Bettgera: *Jak przetrwać i odnieść sukces w biznesie*, natomiast mało kto zdaje sobie sprawę z tego, że jej kwintesencja znajduje się dopiero na końcu. Frank Bettger pisze, że w przeczytanej kiedyś autobiografii Benjamina Franklina znalazł listę trzynastu cnót, które (według Franklina) należy wdrożyć w życie, żeby stać się prawdziwie efektywnym człowiekiem i odnieść sukces. Pamiętasz, jak pisałem, że w zakończeniu swojej książki Benjamin Franklin ma nadzieję, iż niektórzy z potomnych podążą jego śladem i to się im opłaci?

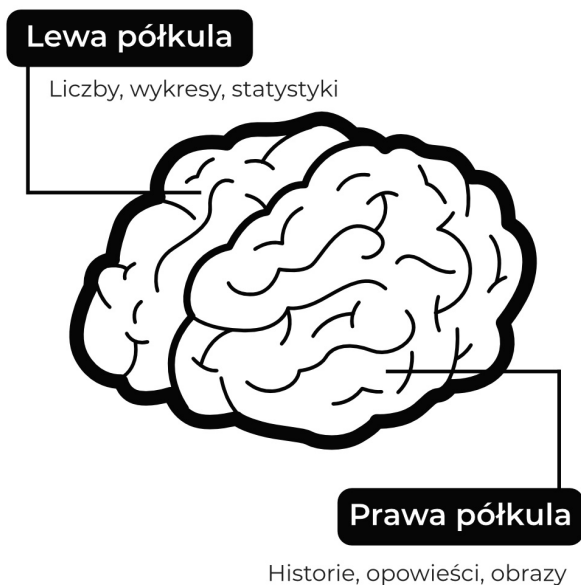
Napisałem również, że słowa te wywarły na Franku Bettgerze ogromne wrażenie, ponieważ były zgodne z jego osobistymi doświadczeniami. Dlatego w jego książce można znaleźć coś, pod czym w stu procentach się podpisuję, a mianowicie: *Jedna rzecz mnie zadziwia, niewielu jest ludzi, którzy nigdy nie słyszeli o 13-tygodniowym programie Benjamina Franklina, nigdy jednak nie spotkałem nikogo, kto by go wypróbował, a przecież na koniec tego długiego i niezwykłego życia Benjamin Franklin napisał: „Mam zatem nadzieję, że niektórzy z moich potomnych podążą moim śladem i odniosą z tego korzyść”*.

Właśnie te słowa zainspirowały mnie niegdyś do opracowania mojej autorskiej listy czternastu kompetencji miękkich, dlatego jeszcze raz powtórzę za Benjaminem Franklinem i Frankiem Bettgerem: *Jeżeli tylko przeczytasz to, co zostało tutaj opisane, i niczego z tym nie zrobisz, nic się nie wydarzy*.

Podkreślę więc jeszcze raz. Jeżeli poprzestaniesz tylko i wyłącznie na przeczytaniu tego poradnika i powiesz sobie: „Wow! Świetny materiał, rewelacyjne sposoby. Jest tutaj parę fajnych pomysłów. Może uda mi się je wdrożyć”,

i nie zastosujesz tej wiedzy w praktyce, nie spodziewaj się cudów. Nic się nie wydarzy poza tym, że sięgnąłeś po prostu po kolejną (być może) świetną książkę. Dopiero kiedy zaczniesz żyć wszystkim, co zostało tu opisane, dasz sobie szansę na to, aby podobnie jak ja i wielu innych „sprzedawców naturalnych” osiągnąć prawdziwy sukces. Sama teoria nie da Ci kompletnie nic, jeżeli zdobytej wiedzy nie zastosujesz w praktyce.

Żeby stymulować Twój mózg, (pomóc Ci lepiej zrozumieć i przyswoić pewne sprawy), będę podawał wiele przykładów i posługiwał się różnego rodzaju historiami.



Rys. 1. Proces przyswajania wiedzy

Wyobraź sobie ludzki mózg widziany z góry – lewą i prawą półkulę (Rys. 1). Jeżeli będziesz przyswajał wiedzę podaną wyłącznie językiem suchych faktów i starał się wykuć pewne rzeczy na pamięć, zaangażujesz jedynie swoją lewą półkulę mózgu. Jeśli jednak zaczniesz się uczyć na bazie przykładów, historii, opowieści oraz obrazów, to dzięki zrozumieniu materiału zaangażujesz również prawą półkulę mózgu, a to z kolei spowoduje, że Twoja wiedza z poziomu pasywnego przejdzie na poziom aktywny (będziesz

(czy było za dużo gadania, a za mało pytań, za mało sprawdzania, czy dobrze rozumiałeś).

Nie ma nic ważniejszego od potwierdzenia, czy dobrze zinterpretowałeś wypowiedzi klientów, również w czasie analizy potrzeb, motywów i obiekcji: *Czy ja pana dobrze rozumiem? Mówi pan, że (...) jest dla pana ważne. Czy ja to dobrze odebrałem? Czy ten obraz, który pojawia się w mojej głowie, jest dokładnie tym, czego pan oczekuje?*

Prowadząc rozmowę w ten sposób, rozszerzasz zaufanie. Pamiętasz historię o małej dziewczynce, której rodzice nie byli pewni, czy lekarz ich dobrze rozumiał? Twoi klienci, którzy poczują się zrozumiani, kupią od Ciebie produkt/usługę, oczywiście jeśli naprawdę będą tego czegoś potrzebować. Oprócz umiejętności perfekcyjnej komunikacji, mającej niezaprzeczalny wpływ na zaufanie, którym Cię ludzie obdarzą, musisz opanować umiejętność wykazywania, jakie korzyści osoby te uzyskają, kupując Twoje produkty (usługi). Naucz się prezentować to, z czym przychodzisz, językiem potencjalnego nabywcy. Wyjdź ze swojego profilu i zacznij rozmawiać z klientami w sposób dla nich komfortowy. Z dominantem powinien być konkretny, z inicjatywnym jowialny, ze stałym spokojny i poukładany, a z krytycznym dokładny, rzetelny i konkretny. Gdy już w pełni opanujesz te umiejętności, wówczas poczujesz, że sprzedaż jest dla Ciebie najbardziej podniecającą czynnością, jaką można robić w ubraniu.

Co możesz zrobić w swojej pracy, aby nie tylko zaspokoić oczekiwania klienta, ale też pozytywnie go zaskoczyć, tak aby chciał Cię polecić innym?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....