książkiklasybusiness
księgarnia internetowa

IDŹ DO
PRZYKŁADOWY ROZDZIAŁ
SPIS TREŚCI

KATALOG KSIĄŻEK
KATALOG ONLINE
ZAMÓW DRUKOWANY KATALOG

TWÓJ KOSZYK
DODAJ DO KOSZYKA

CENNIK I INFORMACJE
ZAMÓW INFORMACJE O NOWOŚCIACH
ZAMÓW CENNIK

CZYTELNIA
FRAGMENTY KSIĄŻEK ONLINE

Sztuka sprzedaży



Autor: Charles Gardner
Tłumaczenie: Monika Lipiec-Szafarczyk
ISBN: 83-246-0540-1
Tytuł oryginału: The Art of Selling
Format: A5, stron: 168

Zostań handlowcem z ludzką twarzą

- Dlaczego większość handlowców zarabia za mało: błędy w myśleniu o sobie i klientach
- Ustalanie ceny sprzedaży: ile klient chce, a ile może wydać
- Budowanie porozumienia z różnymi typami klientów: wyszczekanymi, niezdecydowanymi, potakującymi, niezadowolonymi

Zasada, jaką kierowałem się przez ostatnie 30 lat w zawodzie handlowca, jest prosta: nie ograniczaj się do oferowania klientowi produktów. Nie nakłaniaj go do czegoś, czego nie chce. Pokaż mu, że jesteś człowiekiem takim, jak on, który stoi po jego stronie. Zyskaj w jego oczach szacunek i bądź wiarygodny. Nie miej wątpliwości: to Ty jesteś sprzedawanym towarem, bo ludzie kupują ludzi, a oferowane produkty oceniają dopiero później. Opanuj metody opisane w tej książce, a klienci będą traktować Cię jak sojusznika, a nie domokrążcę.

Problem z większością sprzedawców polega na tym, że gdy już opanują jakąś metodę, przestają się uczyć. Myślą, że są dobrzy, a tymczasem inni przejmują ich klientów. Nie popełnij tego błędu. Poznaj metody sprzedaży – dobre i sprawdzone – i zacznij je stosować. Dowiedz się:

- jak zdobywać dobre rekomendacje,
- jak sprawdzić, czy klient nie kłamie, mówiąc o tańszej i lepszej ofercie konkurenta,
- jak handlowiec może zaskarbić sobie szacunek klienta,
- jak docierać do decydentów w firmie klienta,
- jak zatrzymywać dobrych klientów,
- jak radzić sobie w trudnych chwilach, gdy dajesz z siebie wszystko, a nie osiągasz wyników.

Wydawnictwo Helion
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
tel. 032 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl

książkiklasybusiness

Spis treści

Wstęp		5
Rozdział 1.	Sprzedaż jako forma sztuki	7
Rozdział 2.	Presja wyników	15
Rozdział 3.	Co sprzedajesz?	27
Rozdział 4.	Kontakty z klientami	49
Rozdział 5.	Sprzedawanie	69
Rozdział 6.	Osiąganie celów i podwyższanie wyników sprzedaży	99
Rozdział 7.	Radzenie sobie z porażkami i okresami zastojów	119
Rozdział 8.	Dobrze się bawiąc	129
Rozdział 9.	Sprzedawanie jako kariera	135
Rozdział 10.	Skuteczne sprzedawanie	141

Rozdział 1.
Sprzedaż jako forma sztuki

Nie ma wątpliwości, że sprzedaż jest formą sztuki, nie zawsze docenianą. Niektórym opanowanie tej sztuki przychodzi z łatwością, jest ich drugą naturą. Inni jednakże wciąż się zmagają z kłopotami. Prawda jest taka, że każdy, kto wystarczająco się postara, jest w stanie opanować tę sztukę — w stopniu wystarczającym przynajmniej do zastosowania w praktyce.

W procesie sprzedaży nieważne jest, co sprzedajesz, podstawowe zasady pozostają zawsze takie same. Elementem, który pozwala Ci wyprzedzić konkurencję, jesteś Ty sam. Jeśli nauczysz się sztuki sprzedaży, a następnie ją zastosujesz w praktyce, nie będziesz się oglądał za siebie, gdyż staniesz się bardzo poszukiwanym towarem. Jednak jeśli zastanawiasz się, jakimi produktami czy usługami się zająć, postaraj się działać w branży, która

Cię pasjonuje — albo przynajmniej bardzo interesuje. Jeśli sprzedajesz coś, co jest związane z Twoją pasją, Twoja praca — i Twoje życie — daje Ci stokrotnie większą satysfakcję.

Niestety, zawód handlowca wciąż wiąże się z wieloma negatywnymi stereotypami. To przykre, ale wynika z poglądu, że wszyscy sprzedawcy są jak akwizytorzy krążący od domu do domu ze swoimi odkurzaczami. Wielu klientów uważa, że handlowiec będzie próbował sprzedać im coś, czego nie chcą lub nie potrzebują. Oczywiście ta opinia może być zrozumiała, jednak moim zdaniem sprzedawca, który opanował po mistrzowsku sztukę sprzedaży, zasługuje na coś więcej niż na podpinanie pod ten krzywdzący stereotyp.

Nie chcę się wydać zarozumialcem, ale uważam, że jestem przynajmniej tak dobry, jak najlepsi sprzedawcy w Australii, chociaż z natury jestem osobą dość nieśmiałą i zamkniętą w sobie. W tej branży nie trzeba być bardzo wygadanym, żeby odnieść sukces. Sprzedawanie nie przyszło mi samo, nauczyłem się tej sztuki z czystej konieczności. Nauczyłem się, jak być dobrym sprzedawcą, bym mógł przetrwać w trudnej dziedzinie, w której tylko najlepsi mogą się nazywać dobrymi.

Zacząłem uczyć się sprzedaży w latach siedemdziesiątych dwudziestego wieku, gdy założyłem małą, jednoosobową firmę, specjalizującą się w sprzedaży radioodbiorników samochodowych. Na początku myślałem, że muszę jedynie pokazać mój towar potencjalnym klientom, a oni go ode mnie kupią. Wydawało się to proste. Jakże się myliłem!

W tym początkowym okresie naprawdę brakowało mi umiejętności sprzedawania, a kiedy traciłem coraz to nowych klientów,

nie potrafiłem wyciągnąć z tego wniosków. Wymyślałem rozmaite wymówki — że klienci się za bardzo czepiali, nie takiego towaru poszukiwali, pewnie było dla nich za drogo, a nawet że jeszcze nie byli gotowi do zakupu.

Teraz, mając trochę więcej doświadczenia, zdaję sobie sprawę, że wszystkie te wymówki nie były niczym innym niż właśnie wymówkami. Powodem, dla którego klienci u mnie nie kupowali, był wyłącznie mój brak doświadczenia w sprzedaży. Gdybym był bardziej biegły, początki mojej kariery w tej branży byłyby o wiele prostsze, a efekty znacznie lepsze.

Muszę przyznać, że kiedy udało mi się w końcu coś sprzedać, dało mi to olbrzymiego pozytywnego „kopa". Chciałem sprzedawać coraz więcej. Ponieważ nie miałem pod ręką nikogo, kto mógłby mnie nauczyć, jak to robić, nauczyłem się wszystkiego na własnych błędach. Dodatkowym bodźcem było to, że przy każdej nieudanej transakcji widziałem, jak dochód wychodzi za drzwi. I odwrotnie, po każdej sprzedaży naprawdę czułem pobrzękiwanie monet w kieszeniach.

Pomału nabierałem coraz więcej umiejętności. Ale przez pierwsze kilka lat w tym biznesie poruszałem się w zasadzie na oślep. Zdecydowanie była to metoda prób i błędów. Jednakże jedno przemawiało na moją korzyść: gdy odkryłem coś, co działało, trzymałem się tego. Przynajmniej do czasu odkrycia metody, która była jeszcze skuteczniejsza.

Kiedy obserwowałem innych sprzedawców w akcji, zwracałem uwagę na ich podejście do klienta i nie unosiłem się dumą, ale starałem się przejmować niektóre techniki. Obserwowałem, naśladowałem i udoskonalałem. Nawet dziś nie zadzieram nosa

i przyznaję, że choć uważam się za niezłego w tym fachu, to nadal widząc lub słysząc technikę, która jest moim zdaniem lepsza od mojej, nie waham się nawet przez mikrosekundę, by ją przyjąć jak własną.

Problem wielu sprzedawców polega na tym, że gdy już nauczą się jakiejś procedury, przerywają naukę. Właśnie dlatego tak wielu sprzedawców to miernoty, gdyż nieważne, jak dobry jesteś, zawsze możesz się czegoś nauczyć i coś poprawić, zatem aż do końca żywota miej oczy i uszy otwarte. Naucz się swoich technik i rozwijaj je, bo zawsze będą Ci wiernie służyć i pomagać posuwać się naprzód.

Każdy może nauczyć się sprzedawać

Każdy może nauczyć się sprzedawać. Nawet największemu przygłupowi na świecie od czasu do czasu uda się coś sprzedać, ponieważ często wszystko, co trzeba zrobić, żeby dokonać sprzedaży, to być na miejscu. Wystarczy znaleźć się w odpowiednim miejscu we właściwym czasie, i zgodnie z zasadami statystyki uda się dokonać jakichś transakcji. Jednak to, czego można się nauczyć ze sztuki sprzedaży, dotyczy tego, jak sprzedać towar, nawet jeśli klient się waha lub w ogóle nie zamierza nic kupić.

Shihan De Jong, mój nauczyciel wschodnich sztuk walki przez jakieś czterdzieści lat, kiedyś powiedział, że każdy może nauczyć się sztuki walki. Ale biegłe jej opanowanie można przyrównać do gry na skrzypcach. Skrzypce są tak precyzyjnym instrumentem,

że gdy trzymając smyczek, przesuniemy palce choćby o milimetry, rezultatem będzie potworny zgrzyt zamiast wywołującego zachwyt dźwięku.

To samo dotyczy sztuki sprzedaży. Jedno niewłaściwe słowo, jedno nie takie spojrzenie może być tym, co przesądza o stracie transakcji. A gdy już popełni się gafę, bardzo trudno ją zatuszować.

W każdej dziedzinie biznesu istnieje tak wiele różnych odmian i czynników, że czasem trzeba całego życia, by się ich dobrze nauczyć. Chcę pokazać Ci, jak można się nauczyć efektywnej sprzedaży przy użyciu metod, których nauczyłem się przez ostatnie trzydzieści lat. Sposób ich wykorzystania zależy od Ciebie. Ale zacznij już od dziś, a będziesz zyskiwać coraz lepsze efekty po każdej dokonanej sprzedaży.

Spraw, by Twój klient był szczęśliwy

Najważniejszą zasadą obowiązującą w sprzedaży rozumianej jako forma sztuki jest upewnienie się za każdym razem, że Twoi klienci są szczęśliwi. Nie oznacza to, że musisz unieszczęśliwiać samego siebie, ale raczej, że obydwie strony muszą skorzystać na transakcji. Powinieneś dążyć do sytuacji, w której i Ty, i Twój klient będziecie wygranymi. Obie strony muszą coś z tego mieć.

Zawsze staraj się sprawić, by Twój klient był szczęśliwy

Jeśli sprzedajesz coś, czego tak naprawdę nie chce Twój klient, albo coś, co nie będzie odpowiadało jego potrzebom, albo jeśli cena za produkt czy za usługę jest za wysoka, jest spora szansa, że Twój klient poczuje się nieszczęśliwy i w rezultacie nigdy już do Ciebie nie wróci. Jeśli nie powróci, nie poleci Cię też swoim znajomym, co w efekcie da mniejsze zyski.

Zatem poprzez właściwe postępowanie i przede wszystkim sprawienie, by Twój klient był szczęśliwy, dbasz tak naprawdę o własny interes. Ale uważaj! Jeśli ciągle będziesz sprzedawał towar praktycznie po kosztach albo nawet poniżej kosztów, zbankrutujesz, zatem staraj się nie wpaść w pułapkę. Aby odnieść sukces, musisz dbać o siebie, nie tylko o klienta. A to w rezultacie przyniesie zyski!

Zysk to nie jest brzydkie słowo

Jeśli zamierzasz zostać handlowcem, musisz pamiętać, że zysk nie jest brzydkim słowem. W istocie napędza on cały kapitalistyczny świat. Musisz się upewnić, że generujesz wystarczające zyski, by to wszystko miało sens. W dzisiejszym ekscytującym, lecz pełnym konkurencji świecie dobry sprzedawca musi mieć umiejętność zarobienia więcej niż lekarz czy prawnik, a może nawet więcej niż premier. Z pewnością masz okazję zarobić więcej niż Twoi klienci.

Nigdy nie zapominaj, że nawet jeśli nie prowadzisz własnej firmy, to gdy przysparzasz zysków swojemu pracodawcy, będziesz

miał w końcu w nich własny udział w formie prowizji lub dodatkowych premii. Zatem sprzedaż bez zysków jest równie pozbawiona sensu jak samolot bez skrzydeł, samochód bez silnika czy łódź bez steru. Bez zysków możesz równie dobrze od razu spakować walizkę i iść do domu. Rusz się i znajdź pracę za biurkiem!

Jednak osiągnięcie zysków należy do kategorii „łatwiej powiedzieć, niż zrobić". Na niektórych rynkach, łagodnie mówiąc, istnieje spora konkurencja. Niezależnie od branży musisz zadbać o to, by sprzedawać odpowiedni rodzaj towaru, tak by zaspokoić potrzeby swojego klienta, ale jednocześnie mieć szansę osiągnięcia przyzwoitych zysków. Bardzo istotne jest, by znaleźć dobrych klientów — i słuchać ich potrzeb. Następnie zrobić wszystko, co tylko możliwe, by polecić im produkt, który zaspokoi te potrzeby, ale jednocześnie przyniesie Ci zysk.

Jeśli się solidnie przyłożysz, odkryjesz, jak dobrze sprzedawać i osiągać zyski. Postępuj zgodnie z wypróbowanymi i prawdziwymi zasadami przedstawionymi w tej książce. Gdy zdecydujesz już, w jakiej branży chciałbyś być sprzedawcą, skontaktuj się z firmami, które się tym zajmują, i sprzedaj się im. Staraj się zostać profesjonalnym sprzedawcą, a tak się stanie. Gdy już osiągniesz swój cel, możesz być z tego dumny!