

A R T U R
WOJCIECHOWSKI

UMYSŁ SPRZEDAWCY

JAK W CIĄGU 21 DNI ZWIELOKROTNIĆ SWOJE
ZYSKI ZE SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ

I



*Brylantowa Kolekcja
Sprzedaży*

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Umysł sprzedawcy](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez www.darmowe-ebooki.pl

Copyright by Złote Myśli & Artur Wojciechowski, rok 2008

Autor: Artur Wojciechowski

Tytuł: Umysł sprzedawcy

Data: 02.12.2011

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

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.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

OD AUTORA.....	5
SPRZEDAŻ TO WYRAZ NIEPRYZWOITY.....	8
JAK KONTROLOWAĆ WŁASNĄ POSTAWĘ.....	10
Wczesne ukierunkowanie.....	10
Magnetofon wewnętrznego dialogu	15
Arkusze I: Magnetofon wewnętrznego dialogu.....	16
Uwarunkowania i sukces.....	17
Podświadomość.....	19
DLACZEGO LUDZIE ZAJMUJĄCY SIĘ SPRZEDAŻĄ PONOSZĄ KLĘSKI? 22	22
Słabe nastawienie.....	22
Brak nieustannego treningu.....	23
Zwleknięcie.....	24
Nieumiejętność ponoszenia klęski.....	24
Krytyka - Odrzucenie - Problem.....	26
Nieumiejętność poradzenia sobie z odmową.....	27
ZROZUMIEĆ, DLACZEGO KLIENCI NIE KUPUJĄ.....	29
Tradycyjne motywy robienia zakupów.....	29
Współczesne motywy robienia zakupów.....	31
Trzy grupy potrzeb.....	32
Potrzeby Twojego klienta.....	36
Arkusze I: Potrzeby twojego klienta.....	39
Wykorzystaj w praktyce grupy potrzeb klienta.....	40
Potrzeba, która poprzedza wszystkie inne.....	40
WAŻNE CECHY SUKCESU.....	42
Wyrazistość postanowienia.....	42
Pragnienie.....	42
Entuzjazm.....	43
Zastosowanie wiedzy.....	43
Zaufanie do siebie.....	44
Ujmująca osobowość.....	44
Wiara i ufność.....	44
Zdolność do dodatkowego wysiłku.....	44
Wytrwałość.....	45
Ukierunkowanie na cele.....	45
Samodyscyplina.....	45
Osobista inicjatywa.....	45
Wyobraźnia.....	46
Koncentracja.....	46
Pozytywny wizerunek samego siebie.....	46
Wyciąganie nauki z niepowodzeń.....	47
Dobre zdrowie.....	47
Liczyć swój czas i pieniądze.....	48
Ścisłe myślenie.....	48

Empatia.....	48
Rozpoznaj swoje mocne strony.....	50
Arkusz I: Cechy niezbędne do osiągnięcia wielkości.....	51
Arkusz II: Ocena cech charakteru.....	52
JAK SPRZEDAWAĆ Z SATYSFAKCJĄ.....	53
Dlaczego tak naprawdę odczuwasz niechęć do sprzedawania?.....	54
Arkusz I: Twoja niechęć do sprzedaży.....	55
Arkusz II: Co myślisz o swojej niechęci do sprzedawania.....	56
ROZPOZNAJ U SIEBIE DEMOBILIZUJĄCE MYŚLI.....	59
Demobilizujące myśli.....	61
Arkusz I: Demobilizujące myśli.....	62
Arkusz II: Lepszy sposób myślenia.....	65
WYNAGRADZAJ SIĘ NA KAŻDYM ETAPIE.....	68
Wynagradzaj się na każdym etapie.....	69
Arkusz I: Nagrody.....	69
BĄDŹ REALISTĄ W SWOICH ZAMIERZENIACH.....	72
Zasada sześciokrotnego kontaktu.....	72
Twój wskaźnik sprzedaży.....	74
Arkusz I: Wskaźnik sprzedaży.....	77
NA ZAKOŃCZENIE.....	81
ZAPOWIEDŹ.....	82

Od autora

Witaj!

Nazywam się Artur Wojciechowski.

Ten facet na zdjęciu to ja. To przeze mnie siedzisz teraz przed monitorem komputera i śledzisz ten tekst w nadziei, że dowiesz się, co przeszkadza Ci w skutecznej sprzedaży oraz jak czerpać radość ze sprzedaży.



Od 1992 roku zajmuję się problematyką aktywnej sprzedaży, zarządzania strukturami handlowymi i rozwojem umiejętności osobistych. W tym czasie pokonując wszystkie szczeble terenowych struktur sprzedaży, przebyłem drogę od szeregowego sprzedawcy po dyrektora struktury. Zahaczyłem o sprzedaż wielopoziomową, tak zwany MLM, sprzedawałem własne usługi jako terapeuta, aż trafiłem do branży pośrednictwa finansowego, gdzie zacząłem karierę jako agent ubezpieczeniowy. Współpracowałem z największymi instytucjami finansowymi w Polsce takimi jak: Commercial Union, Norwich Union (obecnie Sampo), Zurich (obecnie Generali), HMI i Compensa z grupy Ergo.

Od 2000 roku służę handlowcom oraz menedżerom swoją wiedzą, umiejętnościami i doświadczeniem. Wspieram ich działania w obszarach zarządzania sprzedażą oraz rozwoju umiejętności osobistych, a także wykorzystania Internetu w biznesie.

Dzisiaj mówię o sobie: “Jestem trenerem – praktykiem”.

Ale czy tak było zawsze – nie. Kiedyś byłem początkującym sprzedawcą, któremu marzyło się dostatnie życie. Spytasz: Tylko tyle? Dostatnie życie?! A nie fortuna, wielki majątek. Otóż nie. Pochodzę z ubogiej robotniczej rodziny. Dla mnie już “dostatnie życie” znaczyło wiele.

Ale po co o tym mówię. Chcę Ci powiedzieć, że wtedy w 1992 roku, kiedy po raz pierwszy zostałem sprzedawcą-biznesmanem nie miałem żadnego pojęcia o biznesie. Co więcej z domu wyniosłem nawyki i przyzwyczajenia, które pozwalały mi raczej zostać mrówką robotnicą niż przywódcą zwycięzcą. Czemu jest to takie ważne? Dlatego, że na własnej skórze doświadczyłem tego, że można się przemienić z biednego kaczątka w efektywnego łabędzia. Jestem przekonany, że sukcesu można się nauczyć. A skoro można się nauczyć i Ty możesz tego dokonać. Potrzebujesz tylko kogoś, kto powie Ci jak to zrobić. Czyli kogoś takiego jak ja.

Swoje doświadczenie zdobywałem u klientów, a wiedzę ...

- Akademia Podlaska - Zarządzanie i marketing.
- Studium socjoterapii - techniki komunikacji i analizy psychologicznej.
-
- Kurs “Train the Trainer” przygotowujący do prowadzenia szkoleń z zakresu rozwoju umiejętności osobistych na licencji Ziglar Training Systems, Inc.
- Roczny kurs “Train the Trainer” przygotowujący do współpracy, w charakterze konsultanta z zakresu zarządzania zespołami handlowymi, z międzynarodową organizacją Dale Carnegie Training.
- Kurs przygotowujący do prowadzenia szkoleń z zakresu “Finanse dla Doradców”
- Kursy zarządzania zespołami sprzedaży z zakresów: rekrutacji i selekcji, budowania strategii, motywacji.

- Kursy rozwoju umiejętności sprzedaży.
- Wewnętrzne szkolenia Commercial Union, Norwich Union, Zurich, Compensa, HMI.
- Szkolenia z zakresu “Fundusze Emerytalne problematyka prawno-finansowa, techniki sprzedaży”.
- Treningi asertywności i rozwoju osobistego.

Moje dane osobiste:

urodzony: 05.10.1971

stan cywilny: żonaty

dzieci: dwoje (oczek w głowie tatusia)

hobby: informatyka i rozwój osobisty.

Jeśli chcesz ze mną o czymś porozmawiać zadzwoń +48 695 660 842 lub napisz na mój adres e-mail artur.wojciechowski@imanager.pl.

e-Maile odbieram cały dzień, a telefony do godziny 20, w ważnych sprawach do 22.

Sprzedaż to wyraz nieprzyzwoity

Niechęć do sprzedawania może być w nas głęboko zakorzeniona. Ktoś, kto starał się przełamać w sobie niechęć do sprzedawania powiedział kiedyś: “Sprzedaż to wyraz nieprzyzwoity.”

Przeprowadzono telefoniczne badania sondażowe wśród najlepszych przedstawicieli handlowych rozmaitych przedsiębiorstw. Rozmawiano z inżynierami, księgowymi, agentami firm ubezpieczeniowych i biur nieruchomości oraz innymi specjalistami, by zobaczyć, co czują najlepsi handlowcy, gdy dokonują sprzedaży, a co, gdy im się to nie uda. Ankietujący chcieli się również dowiedzieć, jakie są najłatwiejsze i najtrudniejsze etapy sprzedaży.

Z zaskoczeniem stwierdzono, że zdenerwowanie w czasie rozmów handlowych odczuwali prawie wszyscy ankietowani. Przy okazji mówili oni też o metodach, umiejętnościach, doświadczeniach i postawach, jakie musieli w sobie rozwinąć, by wytworzyć u siebie pozytywne podejście do sprzedaży i sprostać jej wyzwaniom.

Oto, co sześciu ankietowanych odpowiedziało na pytanie, dlaczego odczuwali zdenerwowanie:

“Mam wówczas do czynienia z wieloma niewiadomymi.”

“Zawsze denerwująca jest niepewność, jak klient zareaguje.”

“Najtrudniejszy moment to wejście do biura klienta.”

“Ważą się losy mojej prowizji od sprzedaży.”

“Działam na bardzo konkurencyjnym rynku.”

“Tak łatwo popaść w wyświechtane formułki, że jesteśmy najlepszą firmą na rynku.”

Są to komentarze osób uznawanych w swej branży za najlepszych przedstawicieli handlowych!

Wbrew obiegowym opiniom, że dobrym sprzedawcą trzeba się urodzić i nie można się tego zawodu wyuczyć, a co za tym idzie, że dobry sprzedawca nie czuje lęku, pewne obawy odczuwa w trakcie sprzedaży większość osób.

Zarówno przedstawiciele handlowi odnoszący sukcesy, jak i ci z mniejszymi osiągnięciami obawiają się, by klient nie odrzucił ich oferty, boją się, że za mało sprzedają, że nie kontrolują wystarczająco sytuacji, oraz że mają do czynienia z wieloma niewiadomymi.

Różnica między sprzedawcą, który pomimo obaw z sukcesem dokonuje sprzedaży a kimś, kto odczuwając obawy ponosi porażkę, jest bardzo prosta. Ci, którzy odnoszą sukces, starają się pozbyć strachu. Ci, którzy ponoszą porażki nic nie robią by pozbyć się lęku, mając nadzieję, że to niemiłe uczucie samo ich opuści. Niestety, tak się nie stanie.

Zapamiętaj poniższą zasadę, która zdaje egzamin w praktyce:

**STRACH POWSTRZYMUJE OD DZIAŁANIA,
DZIAŁANIE UWALNIA OD STRACHU.**

e-Book ten przedstawia różnorodne metody, które pomogą Ci przełamać niechęć do sprzedawania i opanować związane z tym obawy.

Jak kontrolować własną postawę

*Chcesz żyć wygodnie?
Rób to, co powinieneś,
a nie to, co Ci się podoba.
Sukces zrujnował już wielu ludzi.*

Ben Franklin

Ty i ja mamy jedną cechę wspólną - zostaliśmy uwarunkowani przez środowisko, nad którym nie posiadaliśmy kontroli. Nasze wczesne dzieciństwo, dla większości z nas przed 7 rokiem życia, ma na nasz obecny sukces znacznie większy wpływ niż jakikolwiek inny pojedynczy czynnik.

Wczesne ukierunkowanie

Większość psychologów zgadza się z tym, że to właśnie w wieku 7-8 lat decydujemy o tym, jakiego rodzaju ludźmi jesteśmy, kim będziemy, jaki odzew będzie nam dawał otaczający świat lub jak będzie na nas reagował, jakie będzie otoczenie i ludzie, z którymi się spotkamy.

Nie wybieraliśmy swoich rodziców, daty i miejsca urodzenia, płci i koloru skóry. Te cechy fizyczne i geograficzne zostały nam dane wówczas, gdy rozpoczynaliśmy życie. Nie urodziliśmy się natomiast jako jednostki pozytywne lub negatywne, zdyscyplinowane lub entuzjastyczne, ani też jako sprzedawcy, kierownicy czy lekarze.

Przyszliśmy na świat tacy sami - nagie dzieci bez dobrych i złych przyzwyczajzeń. Zostaliśmy "wystawieni" na nasze otoczenie: rodziców, dziadków, nauczycieli, przyjaciół i społeczeństwo, co wytworzyło w nas pewien umysłowy obraz nas samych.

Ukształtowaliśmy nasz sposób myślenia i fizyczne przyzwyczajenia. Nie mogliśmy wybrać tamtych okoliczności, a one teraz wywierają wielki wpływ na nas i na nasze codzienne działania.

Badania przeprowadzane na zwierzętach doświadczalnych wyraźnie pokazują, w jaki sposób uwarunkowania środowiskowe mogą ukształtować zachowania na zawsze, bądź do czasu, kiedy nie zostaną wytworzone nowe warunkowe przyzwyczajenia.

Kanadyjscy uczeni umieścili w tym samym akwarium szczupaka i ławicę maleńkich cierników, oddzielając je szklaną przegrodą. Szczupak, po wielokrotnych próbach zakończonych zderzeniami ze szklaną przegrodą, zrezygnował w końcu z chęci dostania się do drugiej połowy zbiornika i zapatrzony w cierniki za szybą, pływał w swej części szczęśliwy, choć głodny. Wówczas usunięto szklaną przeszkodę. I zgadnij, co się stało? Masz rację. Szczupak nadal pozostawał po swojej stronie "wyimaginowanej przegrody".

Czy byliście kiedyś w cyrku i widzieliście dorosłego olbrzymiego słonia przywiązanego do drewnianego słupa cienką liną? Każdy zastanawia się, dlaczego słoń nie wyrwie z ziemi słupa, nie zerwie liny i nie wydostanie się na wolność. A on nie może tego zrobić z bardzo prostego powodu. W dzieciństwie został uwarunkowany, jeszcze jako mały słonik, że nie wolno się włączyć. Trzymany był na stalowym łańcuchu przykutym do stalowego, wbitego na metr w ziemię uwiązku. Teraz nawet nie próbuje się ruszyć. Dlaczego? Ponieważ jego obecne postępowanie nadal jest kontrolowane przez wcześniejsze uwarunkowania.

Inny przykład. Włóż pchły do słoja i obserwuj, jak skaczą, uderzając od wewnątrz w pokrywę słoja. Po pewnym czasie zauważysz, że pchły będą skakały nadal, ale niżej - nie dotykając pokrywy! Uwarunkowały się same, aby nie skakać zbyt wysoko. A teraz zdejmij pokrywę! Pchły mogłyby wyskoczyć na zewnątrz, a jednak tego nie robią. Ich obecne zachowanie oparte jest na poprzednich warunkujących je doświadczeniach.

Niestety, Ty i ja jesteśmy jak szczupak, pchły i słoń. Wmówiono nam lub wmówiliśmy sobie sami pewne rzeczy o życiu i o nas, które często nie są prawdziwe. Są to półprawdy albo sformułowania negatywne. Tymczasem wiele naszych bieżących działań wynika z wcześniejszych doznań i uwarunkowań.

Innym, bardziej naukowym sposobem ujęcia tego zagadnienia jest prześledzenie wyników badań, jakie prowadzili psychologowie. Zgodnie z ich teorią, w dniu, w którym się rodzisz, włączają się w Twojej głowie trzy magnetofony. Zostały one oznaczone jako role osobnicze:

- rola rodzica,
- rola dorosłego,
- rola dziecka.

Te magnetofony rejestrują wszystko, co dzieje się wokół Ciebie oraz w Tobie w związku z emocjami, jakie odczuwasz i doświadczeniami, które stają się Twoim udziałem. Owe emocje i doświadczenia są stale przechowywane w podświadomości po to, aby można je było – w razie potrzeby - natychmiast przywołać.

Problem polega na tym, że większość tego, co w dzieciństwie przyswoiliśmy sobie poprzez własną naukę i wpojone zachowania, dorosłemu człowiekowi nie jest niezbędna. A na dodatek mnóstwo

przechowywanych przez nas informacji nie jest prawdą lub nie działa w naszym dobrze pojętym interesie człowieka dojrzałego.

Nasz magnetofon z rolą rodzica zarejestrował wszystkie: zrób, nie powinieneś, przestań, oraz reguły Życia. Pozwól, że to zilustruję. Proszę, uzupełnij następujące zdania:

Dzieci powinny być widziane, ale nie

Nie odgryzaj więcej niż możesz

Nie chodź tam, gdzie cię nie

Nigdy nie mów z

Przeprowadź to doświadczenie na współpracowniku lub przyjacielu. Pewnie się zdziwisz! Odpowiedzi będą takie same, mimo że Ty i Twój przyjaciel nie słyszeliście tych stwierdzeń od lat, nigdy ich nie zapomnieliście. Zostały zasiane w waszej podświadomości. Aby odnieść sukces w sprzedaży, musisz uświadomić sobie te wszystkie rzeczy. Zajmiemy się tym trochę później.

Czy chcesz poznać najważniejszą przyczynę klęsk w sprzedaży? To **lęk przed odrzuceniem**. A teraz powiedz, jak sądzisz, gdzie rodzi się lęk? Przeczytaj jeszcze raz kilkanaście ostatnich zdań, a znajdziesz odpowiedź.

Jedynym sposobem, aby wyeliminować lęk przed odrzuceniem, jest nagranie nowego zestawu wewnętrznych taśm, które ukształtują nowy wzorzec zachowania, zdolny zastąpić ten obecny, wyznaczany przez funkcjonującą lub oryginalną taśmę lęku przed odrzuceniem, nagrań w początkach Twego życia.

Tych starych taśm nie możesz skasować, możesz jednak stworzyć nowe, a one usuną stare niepożądane reakcje. To rola magnetofonu dorosłego - zająć się wyuczoną informacją płynącą z magnetofonu rodzica i zweryfikować ją poprzez konfrontację z rzeczywistością. Pozwól, że podam przykład.

Wielu ludzi przechodzi takie "przeuczenie" w wyniku doświadczeń. Mark Twain opowiada historyjkę o kocie, który usiadł na gorącym piecu. Ten kot nie usiadł już nigdy na gorącym piecu. Ale przestał też przesiadywać na ciepłym piecu. Po prostu wycofał się z siadania na piecach. "Przeuczył się" w wyniku doświadczenia.

Nasza rola dorosłego odpowiedzialna jest za uaktualnianie starych informacji i uczynienie ich możliwymi do zastosowania i funkcjonowania w świecie dojrzałym.

Osobnicza rola dziecka utrwała wszystkie emocje: miłość, lęk, nienawiść, radość, podniecenie. Większość ludzi chciałaby postępować jak dzieci, gdyby tylko byli przekonani, że ujdzie im to na sucho. Jednak wszyscy jesteśmy uzależnieni od tego, co myślą inni. Nie lubimy robić z siebie durniów. Wielu z nas tkwi psychicznie we własnym dzieciństwie, z jedną tylko różnicą - nie jesteśmy już dziećmi. "Nie rób tego! Nie rób tamtego! Dlaczego zadajesz tyle pytań? Pozwól mamie i tacie, by Ci pomogli". Z czasem ta lista się wydłuża. "Nie możesz tego zrobić! Nie masz wyglądu, pieniędzy, wykształcenia, doświadczenia. Nikomu z naszej rodziny nigdy się to nie udało. Nie możesz tego zrobić, bo jesteś za stary, bo jesteś za młody. Jesteś czarny, jesteś kobietą..." Już dosyć, ten scenariusz, powtarzany milion razy dziennie, hamuje osobisty rozwój.

Prowadzisz wewnętrzny dialog ze świadomością i podświadomością, który trwa dzień i noc, z szybkością kilkuset słów na minutę. Jakie informacje sobie przekazujesz?

"Nie zapamiętuję nazwisk. Tyję od wszystkiego, co zjem. Jestem, jaki jestem, nie potrafię się zmienić. Nie wyglądam dobrze. Nic nie potrafię zrobić jak trzeba. Jestem niezdara. Nie umiem ruszyć do przodu". Lista takich samounicestwiających dialogów jest nieskończona.

Zadanie:

Magnetofon wewnętrznego dialogu

Polecenie do arkusza I

Przez następnych 48 godzin wsłuchuj się w swój wewnętrzny dialog, czy też rozmowę z sobą. Ten dialog umacnia Twoje wczesne wierzenia i podjęte w życiu decyzje.

Zapisuj wychwycone sentencje i opisz co one dla Ciebie znaczą.

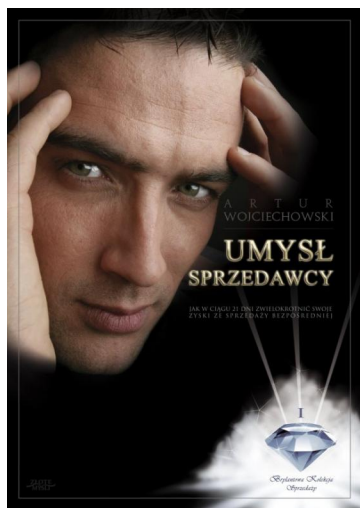
Korzyść

Umożliwi Ci wejście na drogę zmian. Zanim będziesz w stanie się zmienić, musisz uzyskać świadomość owego wewnętrznego dialogu.

Arkusz I: Magnetofon wewnętrznego dialogu

Co mówię lub myślę	Co to znaczy

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Jak w ciągu 21 dni zwiększyć swoją skuteczność i z wielokrotnie zyski, jakie generuje Ci sprzedaż bezpośrednia? "Być może nie jest to dla Ciebie oszałamiająca wiadomość, ale moje dochody wzrosły 8-krotnie, kiedy zastosowałem metody zawarte w publikacji "Umysł sprzedawcy". Artur Wojciechowski, autor Większość osób powie: "niemożliwe" i nigdy nawet nie spróbuje tego osiągnąć. Czy Ty też wyżej cenisz swoje wyobrażenia o tym, co jest nieosiągalne od faktów? A fakt jest taki, że wszyscy mamy do dyspozycji 24 godziny. Jedni w tym czasie osiągają sukcesy, a inni mówią, że to niemożliwe. Ja przekonałem się na własnej skórze, że jest

to możliwe. Ty także możesz. Już za chwilę zdobędziesz sprawdzoną w praktyce wiedzę oraz... - Dowiesz się, dlaczego ludzie zajmujący się sprzedażą ponoszą klęski; - Zrozumiesz, dlaczego klienci nie kupują; - Zrozumiesz, dlaczego odczuwasz niechęć do sprzedawania; - Rozpoznasz myśli, które Ci przeszkadzają skutecznie sprzedawać; I nauczysz się, jak te informacje wykorzystać na swoją korzyść! "... odpowiedź na pytanie "jak z wielokrotnie...." jest udzielona w czytelny sposób - wprowadzenie o potrzebach kupujących - bo o tym często handlowcy w rutynie zapominają - poprzez cechy niezbędne u sprzedawcy, do ćwiczeń rozwijających w sprzedaży, tworzy dobry schemat. Myślący i chcący rozwijać się sprzedawca - z pewnością wyciągnie z tej wiedzy pożytek." I. P., regionalny kierownik sprzedaży Eniro Polska

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://sprzedaz-bezposrednia.zlotemysli.pl>