

AMAZON.COM

*În această carte vei descoperi că „omul din tine“ constituie esența
construirii unei cariere de succes în domeniul vânzărilor.*

zig ziglar

curs de vânzări

cum să vinzi orice oricui



125

E ACEASTĂ CARTE PENTRU TINE?

Cu mulți ani în urmă, Aristotel a spus că, dacă arunci în aer două greutateți alcătuite din același material, cea mai mare dintre cele două va cădea mai repede pe pământ. Vreme îndelungată, această idee a fost predată la Universitatea din Pisa. După alt număr de ani, Galileo a venit și a spus că această afirmație pur și simplu nu era adevărată. Când opinia sa a fost pusă sub semnul întrebării de către studenți, el a urcat în vârful Turnului din Pisa, a dat drumul la două greutateți de dimensiuni diferite, însă din același material, iar ele au atins solul în exact același moment. Galileo a oferit această demonstrație într-o manieră destul de interesantă, însă cei de la Universitatea din Pisa au continuat să afirme că o greutate mai mare va cădea mai repede. Iată motivul: Galileo le *demonstrase* studenților că avea dreptate, însă nu îi *convinsese*.

Întrebarea care se pune în lumea vânzărilor este următoarea: „Cum convingi?” Răspunsul: „Nu convingi prin a afirma, ci prin a întreba.” O mare parte din cartea *Curs de vânzări* este dedicată întrebărilor, cu accent pe ascultarea răspunsurilor. Cei care citesc Biblia știu (și, indiferent dacă sunt credincioși sau nu, majoritatea oamenilor respectă faptul) că Hristos a fost o persoană

cu o mare putere de convingere. Te încurajez să intri într-o librărie, să cumperi o ediție roșie a Bibliei (pentru că afirmațiile lui Hristos sunt tipărite cu litere roșii) și să o citești. Vei face o descoperire extraordinară, și anume că, atunci când oamenii îi adresau lui Hristos o întrebare, El le răspundea fie cu o altă întrebare, fie cu o parabolă, ambele modalități fiind instrumente de persuasiune.

Cel mai bun prieten al meu din ultimii treizeci și șapte de ani (îmi e mai degrabă ca un frate) e de credință iudaică și provine din Winnipeg, Canada. Am observat la el obiceiul de a pune întrebări și l-am rugat, la un moment dat, să-mi spună de ce răspunde mereu la o întrebare cu o alta. El a zis zâmbind: „Păi, de ce nu?” A pune întrebarea corectă și a asculta răspunsul constituie un factor important în construirea relațiilor, ceea ce reprezintă un aspect esențial în procesul de persuadare.

Al doilea mesaj esențial al *Cursului de vânzări* e importanța integrității în construirea unui cariere în domeniul vânzărilor. Având integritate, tu procedezi corect, eliminând, astfel, orice sentiment de vinovăție. Având probitate, nu te temi de nimic, pentru că nu ai nimic de ascuns. Acum, eliminând teama și vinovăția, ai libertatea de a fi persoana pe care Dumnezeu a creat-o. Spun acest lucru pentru că noi suntem instruiți să convingem. Un agent de vânzări lipsit de integritate are tendința de a exagera beneficiile și de a convinge oamenii să cumpere produse prea scumpe, de care nu au nevoie și pe care nu le doresc cu adevărat. A vinde cu onestitate e singura modalitate prin care îți poți construi o carieră pe termen lung în cadrul aceleiași organizații, plasând același produs aceluiași persoane, ceea ce are ca rezultat stabilitatea vânzărilor și securitatea financiară.

Laurel Cutter, vicepreședinte al FCB Leber Katz Partners, spune: „Valorile determină comportamentul; comportamentul determină reputația; reputația determină avantajele.“ Începe de astăzi să îți construiești reputația de agent de vânzări integru și vei ajunge în top!

A handwritten signature in black ink, reading "Zig Ziglar". The signature is written in a cursive, flowing style with a small dot above the second 'i' in "Ziglar".

CAPITOLUL 1

Ai făcut alegerea corectă

Atitudinea „joacă” întotdeauna în echipa ta

Bine ai venit la *Cursul de vânzări!* Aș dori să încep într-o manieră oarecum neobișnuită. Dă-mi voie să te încurajez să renunți la profesia de agent de vânzări dacă poți. Da, ai citit bine. Zig Ziglar te încurajează să renunți la vânzări — dacă poți. Ultimele două sunt cele mai importante cuvinte cu care te poți confrunta în acest punct al carierei tale în vânzări: *dacă poți*. Cei care aleg acest domeniu pentru că ar putea câștiga ceva bani și i-ar putea ajuta chiar și pe alții sunt vânzătorii „pe termen scurt”. Trebuie să alegi să lucrezi în vânzări pentru că inima și mintea ta nu te vor lăsa să faci nimic altceva!

În domeniul vânzărilor, vei fi tratat în mod nepoliticos. Uneori, oamenii chiar îți vor închide ușa în nas. Îți vor trânti telefonul în nas fără un motiv aparent. Unii dintre ei te vor evita la întâlnirile sociale. Familia ta se va întreba dacă nu cumva ești nebun (chiar *tu* te vei gândi la asta). După cum afirmă umoristul și oratorul Dr. Charles Jarvis, „Doar pentru că ești paranoic, asta nu înseamnă că lumea nu fuge după tine să te prindă!” Da, paranoia poate fi un efect secundar al profesiei de agent de vânzări.

Vrei să fii vânzător?

Prietenul meu Walter Hailey este unul dintre cei mai de succes bărbați din lume. Walter e un vânzător prin excelență (asta înseamnă că e foarte bun!) și un învingător care și-a trăit viața ajutându-i pe alții să învingă.

În ciuda succesului înregistrat, Walter a avut un început dificil în domeniul vânzărilor. S-a confruntat cu frustrarea, anxietatea, ușile închise, vânzările proaste, nervii la stomac, practic, cu fiecare simptom asociat unui individ care nu e sigur că va reuși să supraviețuiască în lumea vânzărilor. De fapt, descurajarea lui Walter a fost atât de profundă, încât el a mers la managerul său și i-a spus că își dă demisia, că se retrage din afacere. Însă, auzind dorințele prietenului meu, managerul a replicat: „Nu poți.“

Walter a afirmat din nou, cu încăpățănare, că își dă demisia. Managerul i-a răspuns: „Walter, nu poți să te retragi din afacerea asigurărilor pentru că nu ai intrat niciodată cu adevărat în ea.“

Walter mi-a spus că aceste cuvinte l-au lovit precum proverbiale „tonă de cărămizi“. Pe măsură ce a reflectat la adevărul exprimat de managerul său, și-a dat seama, poate pentru prima oară în viață, că *nu poți să te retragi dintr-un domeniu în care nu ai intrat niciodată*. Există multe persoane care „se alătură“ unei organizații de vânzări, dar nu intră niciodată în afacerea vânzărilor. Te rog să înțelegi că e posibil să îți fi prezentat produsul sau serviciul vreme îndelungată și totuși să nu te fi aflat „în profesia“ vânzărilor.

Absența angajamentului e motivul principal pentru care domeniul vânzărilor a devenit bine cunoscut prin fluctuațiile mari ale forței de muncă. Din fericire, acest

lucru se schimbă, iar publicul începe să arate un respect tot mai pronunțat pentru adevăratul agent de vânzări.

Drumul meu către succesul în vânzări

Am o dragoste profundă pentru profesia vânzărilor și pentru agentul profesionist de vânzări, o credință sinceră în valoarea meseriei noastre și o sete nepotolită pentru cunoștințele care te ajută să devii profesionist.

Cariera mea în vânzări nu a început în 1947, odată cu primul telefon „oficial” de vânzări. A început, de fapt, în copilărie, când am vândut legume pe străzile din Yazoo City, Mississippi. Aveam chiar un traseu de livrare a presei la domiciliu, iar de timpuriu în cariera mea de vânzări am avut norocul de a lucra mai mulți ani într-o băcănie.

La Universitatea Carolinei de Sud am vândut seara sendvișuri în internat, pentru a-mi finanța căsnicia și educația. Ulterior, m-am mutat în domeniul vânzărilor directe, ce a inclus norme de lucru în afacerea cu titluri de valoare, în asigurările de viață și în produsele pentru îngrijirea casei. Am intrat în lumea creșterii personale și a dezvoltării corporatiste în 1964, iar de atunci și până în prezent am vândut materiale motivaționale și de instruire.

Beneficiile sunt pentru tine

Dă-mi voie să te încurajez să începi fiecare zi cu această afirmație: „Astăzi voi fi un agent de vânzări profesionist și voi învăța ceva care mă va face să fiu și mai bun mâine.” Dacă îți reamintești zilnic acest angajament, te vor aștepta multe beneficii în calitate de vânzător de succes!

Independență

Unul dintre numeroasele beneficii oferite de domeniul vânzărilor e acela că ești cu adevărat singurul tău șef. Ești în afacere, cum se spune, „pentru tine însuși, dar nu de unul singur”. Când stai în fața oglinzii, în fiecare dimineață, poți să te privești și să spui: „Ah, dar ce persoană amabilă, eficientă, muncitoare și profesionistă ești; meriți o mărire de salariu!”, iar consiliul de conducere tocmai s-a întrunit pentru a-ți evalua rezultatele. Aș putea adăuga că mărirea de salariu îți va fi oferită imediat ce vei întruni calitățile de mai sus.

Oportunități

Pe scurt, odată cu independența oferită de faptul că ești propriul șef, vine o imensă responsabilitate, aceasta fiind partea incitantă a profesiei! *Oportunitatea se naște din independența utilizată într-o manieră responsabilă*, iar în domeniul vânzărilor, oportunitățile tale sunt de neegalat.

Rezolvarea problemelor

Cu posibilele excepții ale medicinei și preoției, nimeni nu e într-o poziție mai bună de a rezolva probleme decât tine, convingătorul profesionist. Practic, nu există nimic pe pământ care să aducă la fel de multă satisfacție personală precum capacitatea de a ajuta o ființă umană să economisească o cantitate considerabilă de timp, bani, frustrare și/sau anxietate prin bunurile, produsele sau serviciile pe care le oferi.

Siguranța

Desigur, nu aș fi întru totul sincer dacă nu aș mărturisi că posibilitatea obținerii unui venit considerabil în domeniul vânzărilor reprezintă o atracție uriașă. Atât banii, cât și beneficiile sunt atractive pentru cei a căror

ambiiție nu e satisfăcută din cauza plafoanelor joase stabilite pentru meritul și activitățile lor, precum și pentru cei care s-au săturat să depindă de capriciile altor persoane, incapabile să facă evaluări obiective ale valorii lor ca oameni de vânzări. Dar siguranța e un aspect „interior”. În vânzări nu trebuie să aștepti ca lucrurile să se întâmple; poți face în așa fel ca ele să se întâmple. Când afacerile merg lent, poți agita piața pentru a o pune în mișcare. Poți deține un control mai mare asupra vieții tale și a viitorului tău, și ACESTA e cu adevărat un sentiment de siguranță, în special pentru familia ta!

Familia

Soția mea e o roșcată prin determinare, în sensul că, într-o zi, s-a hotărât, pur și simplu, să fie roșcată, astfel încât, atunci când vorbesc despre ea, o numesc „Roșcata” (iar ea mă încurajează cu entuziasm să procedez astfel). Când vorbesc cu ea, îi spun „Iubită dulce”. Numele ei e Jean.

De la începutul căsătoriei mele cu Roșcata, trecând prin creșterea copiilor noștri — Suzan, Cindy, Julie și Tom —, fiecare a fost implicat profund în multe aspecte ale carierei mele. Ei au împărtășit entuziasmul, gloria, beneficiile, distracția și, desigur, frustrările și neliniștile care vin odată cu profesia de vânzător. Membrii familiei mele au fost privilegiați să meargă în excursii la convenții desfășurate în locații frumoase și s-au bucurat de beneficiile oferite de faptul de a se fi aflat alături de mine în lumina reflectoarelor atunci când am primit trofee și premii. Ei mi-au rămas alături inclusiv în momentele în care am trecut prin perioade proaste din punct de vedere al vânzărilor și când am avut nevoie de sprijinul și încurajarea lor. De fapt, acele vremuri ne-au unit

în aceeași măsură (dacă nu chiar mai mult) în care au făcut-o perioadele în care toate ne-au mers foarte bine.

Fii sincer cu membrii familiei! Ei vor să se simtă, să fie parte a încercărilor și triumfurilor tale. Pot fi o sursă de putere și de încurajare, iar în cadrul procesului, propria maturizare va fi amplificată. Această profesie grozavă ne-a permis nouă, ca familie, să avem mai multe interese comune, să ne facem mai mulți prieteni comuni și să ne lărgim orizontul de viață prin asocierea cu alți oameni care erau entuziasmați de domeniul vânzărilor și de produsele și serviciile pe care le ofereau.

Urcând în ierarhie

Un alt beneficiu al profesiei de vânzător este posibilitatea de a avansa. Agenții de vânzări se mută constant în birourile directorilor executivi datorită profunzimii și complexității deprinderilor pe care trebuie să și le formeze. Ei trebuie să aibă o gândire creativă, deschisă, flexibilă. Trebuie să vină cu o modalitate ingenioasă de a rezolva probleme chiar *în timp ce* își fac prezentările și se adaptează nevoilor și dorințelor clienților.

Agenții de vânzări se întâlnesc, totodată, cu oameni la fiecare nivel emoțional — și când sunt fericiți, încântați și entuziasmați, și când sunt iritați și demoralizați —, ceea ce implică o pregătire temeinică pentru un loc în biroul personalului executiv. Cu cât devenim mai pricepuți la deprinderile sociale, cu atât mai multe șanse avem să avansăm la nivelurile superioare ale structurii de management.

Evident, profesioniștii din vânzări trebuie să știe, de asemenea, cum să fie persuasivi dacă vor să fie în măsură să îi convingă pe oameni să cumpere, iar aceste deprinderi le asigură transferul în sediul central al corporației. Sunt necesare aptitudini considerabile pentru

a-i încuraja pe oameni să coopereze, să lucreze cu alte persoane din organizație și pentru a-i convinge, inclusiv atunci când simt că ideea lor e cea mai bună, chiar dacă a fost respinsă, iar ideea altcuiva a fost acceptată, să își lase deoparte capriciile personale și să colaboreze pentru binele echipei. Și crede-mă atunci când spun că această sarcină necesită un grad mare de persuasiune, angajament și disciplină.

Ești alături de mine?

Dacă nici nu îți poți imagina să trăiești fără beneficiile extraordinare oferite de minunata noastră profesie, meriți *felicitări!* Tocmai te-ai alăturat meseriei care are puterea de a influența și de a susține societatea noastră într-un mod în care multe altele nu o pot face.

Unde începe și unde se termină o vânzare de succes? Dacă vei reuși să citești în refuzul potențialilor clienți faptul că nu le-ai oferit încă destulă informație pentru a-ți spune „Da!“, vei înțelege esența câtorva dintre secretele cele mai prețioase ale oricărui profesionist în vânzări: cât de important este să conștientizezi nevoia, să o analizezi minuțios și să vinzi soluții care să o rezolve.

Află de la unul dintre cei mai talentați oameni de vânzări ai secolului XX care sunt întrebările pe care trebuie să ți le pui dacă vrei să vinzi pe bază de concepție, nu la voia întâmplării. Vei descoperi că succesul în domeniu nu înseamnă să oferi servicii de calitate unor simpli consumatori, ci mult mai mult: să privești oamenii cărora te adresezi și să îi ajuți să obțină ceea ce vor. Ca să obții ceea ce vrei.

colecția cărți cheie



CURTEA  VECHЕ

curteaveche.ro

ISBN 978-606-44-0177-9



9 786064 401779