

Dacă dai peste vreo carte de Zig Ziglar
în librărie, cumpăr-o. Chiar și un singur
sfat de la el îți poate schimba viața.

FORBES

230

Zig Ziglar Totul despre vânzări



Tu, _____, te-ai „născut să câștigi“ . Dar, ca să câștigi, te rog să ții minte că „voința de a câștiga nu este nimic fără voința de a te pregăti să câștigi“ .

CUPRINS

INTRODUCERE.....	11
Capitolul unu	
AI FĂCUT ALEGEREA CORECTĂ.....	26
Capitolul doi	
CUM SĂ VINZI PE PIAȚA DIN ZIUA DE AZI.....	47
Capitolul trei	
CUM SĂ GĂSEȘTI UN CUMPĂRĂTOR	71
Capitolul patru	
CUM SĂ VINZI ÎN LUMEA REALĂ	94
Capitolul cinci	
VINDE CONFORM UNUI PLAN, NU LA ÎNTÂMPLARE.....	126
Capitolul șase	
ÎNTREBĂRILE SUNT RĂSPUNSUL.....	156
Capitolul șapte	
„INTEROGAREA” CONVERSAȚIONALĂ.....	185
Capitolul opt	
CUM SĂ APRINZI BECULEȚUL	217

Capitolul nouă	
CUM SĂ VINZI SOLUȚII PENTRU	
PROBLEMELE OAMENILOR	245
Capitolul zece	
NOȚIUNI DE BAZĂ PENTRU ÎNCHEIEREA VÂNZĂRILOR	272
Capitolul unsprezece	
CUM SĂ ÎNCHEI MAI MULTE VÂNZĂRI MAI DES	303
Capitolul doisprezece	
DE LA „SERVIREA CLIEȚILOR”	
LA „SATISFACEREA CLIEȚILOR”	328
Capitolul treisprezece	
FARMECUL DE A FI PE DRUM	356
Capitolul paisprezece	
SISTEMUL DE SUCCES AL SUSȚINERII VÂNZĂRILOR	384
Capitolul cincisprezece	
ORGANIZARE ȘI DISCIPLINĂ	411
Capitolul șaisprezece	
NATURA UMANĂ	438
ANEXĂ	479
EPILOG	489
BIBLIOGRAFIE	499
MULȚUMIRI	505
NOTE	509

Dedicată tuturor profesioniștilor entuziaști și respectabili din vânzări care vând bunuri, produse sau servicii spre beneficiul celorlalți

CAPITOLUL UNU

AI FĂCUT ALEGEREA CORECTĂ

O carieră în cea mai veche profesie din lume

Când comis-voiajorului care vindea Biblii din ușa în ușa i s-a răspuns cu „N-am nicio lețcaie“, vânzătorul a avut o replică pe măsură. Deschizând Biblia, el a spus: „Vrei să-ți pui aici mâna dreaptă și să repeți ce ai zis?“

Vânzarea poate fi distractivă și așa ar trebui să fie, așa că aș vrea să lămurim încă de la început că un simț al umorului dezvoltat, în combinație cu o stimă de sine care să nu te lase să te iei prea în serios, va juca un rol important în succesul pe care îl vei avea de pe urma profesiei alese. Îmi doresc să-mi fi spus și mie cineva acest lucru când am pornit la drum. Dacă aș fi zâmbit mai des și dacă m-aș fi simțit mai bine în propria piele, m-aș fi ferit de multe dintre situațiile care mi-au afectat egoul fragil în acele momente grele de la începutul carierei mele, când mă străduiam cu atâta disperare să supraviețuiesc.

ÎNCEPUTURILE

Am făcut prima mea vânzare în 1947. După ce m-am împrumutat de 50 de dolari (o sumă considerabilă în acele vremuri) ca să cumpăr un costum nou, de 22 de dolari, o cămașă nouă, o servietă și o pălărie (toți agenții de vânzări respectabili purtau pălării la sfârșitul anilor '40), eram pregătit să intru în minunata lume a vânzărilor. Misiunea mea era să găsesc oameni dintre cei care cumpărau produse din gama mea care să fie dornici să acționeze ca „sfere de influență” pentru „referințe”. Nu știam exact ce înseamnă acest lucru, doar că, dacă oamenii îmi foloseau produsul, puteau să îi convingă și pe alții să îl folosească. Spre marea mea bucurie și eternă recunoștință, Roșcata (soția mea, Jean) a fost de acord să mă însoțească.

După ce am mers cu mașina o bună bucată de timp ca să găsim cartierul „potrivit”, tremurând și temător, am bătut la prima mea ușa. Era nemilos de cald în acea zi de iulie în Columbia, Carolina de Sud, dar aș fi transpirat abundent și fără ajutorul naturii. O doamnă cu o alură de bunicuță, care ar fi ocupat lejer locul trei sau chiar doi în topul celor mai puțin înfricoșătoare sau intimidante ființe, mi-a deschis ușa. Mi-a zâmbit călduros și m-a salutat. Eu mi-am început prezentarea „exersată” (nu era în plan) și aproape că am rostit o frază întreagă înainte să încremesc. Nu mai puteam scoate niciun cuvânt. După vreo trei ore (trei secunde pot părea trei ore într-o astfel de situație), draga, buna doamnă m-a întrebat dacă nu vreau un pahar

cu apă. Am reușit să încuviințez din cap a recunoștință, iar ea m-a invitat înăuntru.

În cele din urmă, am aflat că nu deține niciun produs de-ale noastre, deci, în loc să o încurajez să ne devină clientă și să o întreb dacă mai cunoaște pe cineva interesat, am făcut singurul lucru înțelept care putea fi făcut: am dat fuga înapoi la mașină și la soția care mă aștepta. Evident, nimerisem într-un cartier nepotrivit!

În următoarele zece zile, stima de sine scăzută, frica de respingere, lipsa încrederii în sine și obiceiurile mediocre de lucru au dus la experiențe care nu au fost nici ele cu mult mai fericite.

RENUNȚ

Nu mi-a trebuit mult să ajung la fundul sacului, iar sursa curajului mi-a secăt și ea cât de curând. Într-o zi toridă de august, ciocăneam din ușă în ușă pe Adelia Drive, iar când m-am uitat înspre capătul străzii extrem de lungi, mi-am spus în sinea mea: „Sinele meu, dacă tu și eu nu reușim să intrăm într-o singură casă până la capătul străzii ăsteia, ca măcar să ne *ținem* prezentarea, eu renunț!“ Avusesem parte de mult prea multe zile în care nici măcar nu fusesem în stare să-mi *spun* povestea ca să fiu refuzat.

VIITORUL MEU ÎN MÂINILE ALTORA

În 1947, copleșitoarea majoritate a soțiilor erau casnice, deci șansele ca eu să-mi țin prezentarea păreau destul de

mari pe o stradă lungă ca aia. Logic, știam că nu e o decizie prea deșteaptă să-mi las destinul în mâinile altora, făcându-i pe ei să hotărască dacă să renunț sau să continui pe drumul meu. Dar emoțional, știam că nu mai suport să mi se tot închidă uși în nas. Indiferent de cine suntem și de ce facem, *fiecare* dintre noi simte nevoia de ceea ce psihologii numesc „aprecierea reușitei” – *orice* reușită, oricât de mică. Eu încă nu avusesem parte nici de cea mai mică apropiere de orice formă de succes. Treaba asta a continuat până la ultimele două case.

În penultima, după cum aveam să află, locuia o văduvă, doamna B.C. Dickert. I-am ținut prezentarea în prag, iar ea mi-a sugerat să merg alături, la fratele ei și soția acestuia, domnul și doamna J.O. Freeman. Acelea au fost primele vorbe care mi-au dat speranță în ultimele zile. Efectiv, am alergat până la ușa casei de alături și i-am spus plin de entuziasm doamnei Freeman ce spusese cumnata ei și că doamna Dickert ar vrea să fie și ea de față dacă e să revin pentru o prezentare. Am stabilit să mă întorc pentru o prezentare după cină, când avea să fie acasă și domnul Freeman.

APRECIEREA REUȘITEI

Mai târziu în aceeași seară, cu gura uscată și cu frica în suflet, am făcut prima mea vânzare: produsul numărul 541, la prețul de 61,45 de dolari! Am terminat de scris ordinul de plată și am uitat complet că era și doamna Dickert acolo. În cele din urmă, domnul Freeman a spus: „Domnule Ziglar, cred că este interesată și doamna Dickert.” Cu tot

aplombul unui adevărat profesionist, am izbucnit: „Și cum facem, doamna Dickert?” (Plin de tact, nu?) Iar ea a spus: „Ei bine, nu am banii la mine.” La care eu, cu același tact și cu aceeași diplomatie, i-am răspuns: „Ei, ce naiba, doar locuiți alături. Dați fuga după ei!” Doamna Dickert a zâmbit și a zis: „Ei bine, cred că fix asta am să fac.” Două vânzări – nu-mi venea să cred ce noroc dăduse peste mine!

Eu și Roșcata ne-am cumpărat o cutie de înghețată ca să sărbătorim și, din câte îmi amintesc, nu a mai rămas nimic din ea pentru a doua zi. Am hotărât să rămân în domeniul vânzărilor.

CUM RĂMÂNE CU TINE?

Cum am pornit deja la drum, aș vrea să încep într-o manieră puțin mai neobișnuită. Dă-mi voie să te încurajez să te lași de meseria din vânzări, dacă poți. Da, ai citit bine. Zig Ziglar te încurajează să renunți la vânzări – dacă poți. Aceste două cuvinte sunt cele mai importante de care te poți lovi în acest punct al carierei tale din vânzări – *dacă poți*. Cei care intră în acest domeniu pentru că au impresia că ar putea face un ban în plus sau poate chiar ca să îi ajute pe alții nu vor avea „viață lungă”. Trebuie să intri pentru că inima și creierul nu te lasă să faci nimic altceva!

În vânzări, vei fi tratat urât. Ocazional, oamenii îți vor trânti ușa în față. Îți vor închide telefonul fără motiv. Unii te vor evita pe la întrunirile sociale. Familia ta (și chiar *tu* însuși) îți va pune la îndoială sănătatea mintală. Îi vei vedea pe oameni vorbindu-te pe la spate și vei *ști* că vorbesc

despre tine și despre noua ta profesie. Vor râde prin restaurante, iar tu vei fi sigur că discută despre cea mai recentă prezentare a ta.

După cum a afirmat dr. Charles Jarvis, comediant și speaker motivațional: „Doar pentru că ești paranoic nu înseamnă că nu sunt pe urmele tale!” Da, paranoia poate fi un efect secundar al profesiei de agent de vânzări.

Nu poți ieși din
ceva din care
nu ai făcut
niciodată parte.

FIE INTRI, FIE IEȘI

Bunul meu prieten Walter Hailey este unul dintre cei mai de succes oameni din întreaga lume. Am vorbit despre aptitudinea lui de a găsi o parte bună în orice om și în orice situație în cartea *See You at the Top*. Pe lângă că e un optimist, Walter este un agent de vânzări prin excelență (asta înseamnă că este foooooarte bun!) și un învingător care și-a petrecut întreaga viață ajutându-i și pe alții să câștige.

În ciuda propriului succes, Walter nu a avut parte de un început lin în lumea vânzărilor. S-a lovit de frustrări, neliniști, uși închise, vânzări mici, un stomac deranjat și absolut toate simptomele asociate cuiva care își face griji în privința viitorului și care nu e sigur că va supraviețui în domeniul vânzărilor. Deznădejdea lui era atât de mare, încât Walter s-a dus la managerul lui și i-a spus că renunță, că vrea să iasă din afacere. La care managerul lui a răspuns: „Nu poți.”

Walter i-a repetat cu încăpățănare că renunță. Managerul i-a spus din nou: „Nu poți renunța.“ Walter era nervos de-acum și a afirmat cât se poate de hotărât: „Ba da, o să *renunț!*“ La care managerul i-a replicat: „Walter, nu poți *ieși* din afacerea cu asigurări dacă nici măcar nu ai *intrat*.“

Walter a povestit că vorbele managerului l-au lovit, proverbial, „în moalele capului“. Pe când reflecta la adevărul spuselor managerului său, și-a dat seama pentru prima oară în viață de faptul că *nu poți ieși din ceva din care nu ai făcut niciodată parte*. Sunt mulți cei care se „alătură“ unei agenții de vânzări, dar nu reușesc niciodată să intre propriu-zis în afacere.

DE CE NU INTRI ÎN AFACERI?

Unul dintre motivele pentru care noii agenți de vânzări nu „intră în afacere“ are de-a face cu informațiile pe care le primesc. Li se spune adevărul despre slujbă? Un „Nu!“ răsunător este răspunsul, potrivit unui articol intitulat „Shell-Shocked on the Battle Field of Selling“* din ediția din iulie 1990 a revistei *Sales and Marketing Manager*, în cadrul căruia redactorul-șef, Arthur Briggs, a intervievat un număr mare de agenți de vânzări aflați la primul lor an în domeniu.

Respondenții au raportat că primele lor zile pe teren au fost mult mai riguroase decât și-au închipuit și că au fost

* „Uimiți pe câmpul de bătaie al vânzărilor“, unde *uimit* poate însemna și traumatizat/șocat/prins pe nepregătite. (N. red.)

ticsite de surprize pe care nu au știut cum să le gestioneze. Dacă îmi permiți o observație din partea cuiva care a fost în locul lor, în calitate de agent de vânzări începător, care a angajat și a pregătit nenumărați agenți de vânzări la rândul său, oamenii prost informați și prost pregătiți sunt mai degrabă regula decât excepția de la ea.

Poate că informațiile nepotrivite și pregătirea deficitară nu sunt nimic nou și poate că asta nu se va schimba niciodată. Dar *tu* poți face câte ceva ca să diminuezi șocul.

FĂRĂ PRÂNZ GRATIS

În primul rând: Conștientizează că majoritatea veteranilor din vânzări (sau din orice alt domeniu) foarte bine plătiți muncesc din greu. Uită-te în jur și ia-le un interviu profesioniștilor de top; întreabă-i despre etica lor de lucru. Eu am fost de față acolo unde cu cât managerii angajatori impuneau cerințe mai stricte, cu atât mai mulți angajați ignorau realitatea și îi asigurau pe managerii lor că fac față sarcinii. Ascultau selectiv și „auzeau“ ce voiau să audă. Mai târziu, când același lucru îl făceau și potențialii lor clienți, plângându-se că cei din vânzări „nu le-au spus ce și cum“, agenții se mirau ori chiar se înfuriau. Soluția e să ascuți bine întregul mesaj, nu doar partea cu „beneficiile“. Slujba cea mai grea și mai bine plătită din întreaga lume este cea de vânzător, iar slujba cea mai ușoară și mai prost plătită din întreaga lume este tot cea de vânzător!

În al doilea rând: Ține minte, dacă aplici la slujbă și ești atent la pregătirea care ți se oferă, productivitatea ta va

crește, iar stresul și oboseala se vor diminua. În primele tale zile, poți fi copleșit de timpul pe care îl necesită slujba și de nenumăratele detalii de care trebuie să ții cont. Îți recomand să recurgi la un sistem de organizare a timpului și a productivității, deopotrivă cu pregătirea necesară, pentru a înțelege și a ști cum să folosești sistemul (despre care discutăm în capitolul 15, „Organizare și disciplină“).

În al treilea rând: Depune efort pentru a te menține la curent cu toate informațiile importante și mereu schimbătoare despre produsul tău și despre tehnicile de comunicare. Înțelegerea propriului produs și felul în care comunică ceea ce știi despre el îți conferă o senzație de siguranță în orice situație care ține de vânzarea lui. Trebuie să analizezi constant produsul și orice îmbunătățiri aduse lui. Unele game de produse sunt atât de vaste și de complexe, încât vei fi nevoit să le analizezi zilnic pentru a „ține pasul“ cu ele. Ne aflăm în epoca informației, prin urmare profită de tehnologia comunicării ca să te menții mai presus de concurență.

Important e ca, după ce ți-ai epuizat cunoștințele tehnice, să nu te sfiiești să spui „nu știu“. Compania la care lucrezi îți poate pune la dispoziție sprijinul tehnic necesar, astfel încât până data viitoare să ai șansa să devii expert pe subiectul respectiv.

UN ANGAJAMENT REAL

E posibil să-ți fi prezentat produsul sau serviciul ani buni și tot să nu fi pătruns în „domeniul“ vânzărilor. Poate mă

întrebi: „Și cum îmi dau seama când sunt în domeniu?” Când ai *fuzionat* atât de mult cu domeniul, încât nu mai poți fi *separat* de el.

Lipsa de angajament este motivul principal pentru care domeniul vânzărilor și-a câștigat reputația că ar avea o mare fluctuație a mâinii de lucru. Din fericire, această tendință se schimbă, iar publicul începe să câștige cu repeziciune respect pentru adevărata profesie a agentului de vânzări. Metodele de pregătire se îmbunătățesc și ele, iar domeniul vânzărilor atrage un număr mai mare de recruți ca niciodată. Beneficiile de a te alătura celei mai frumoase profesii din lume sporesc aproape zilnic.

Slujba cea mai grea și mai bine plătită din întreaga lume este cea de vânzător, iar slujba cea mai ușoară și mai prost plătită din întreaga lume este tot cea de vânzător!

Știu că îți surâde ultima frază – o afirmație cât se poate de nepărtinitoare din partea unui om care e mândru să recunoască că a fost agent de vânzări toată viața lui. Am o dragoste deplină pentru această profesie și pentru toți profesioniștii din domeniu, cred sincer în valoarea meseriei noastre și am o sete neostoită de a deveni din ce în ce mai bun.

CALEA CĂTRE SUCCESUL ÎN VÂNZĂRI

Cariera mea în vânzări nu a început în 1947. Atunci doar am avut parte de prima mea vânzare „oficială”. În realitate, ea a început în copilărie, pe când vindeam legume pe

marginea străzii în Yazoo City, Mississippi. Am mai avut și o slujbă în care trebuia să împart ziare, iar înainte de cariera mea în vânzări, am avut norocul să lucrez într-o băcănie vreme de mai mulți ani.

La University of South Carolina, vindeam seara sendvișuri prin cămin ca să-mi susțin financiar căsnicia și edu-

Oportunitatea
se naște din
independența
obținută
responsabil.

cația. Abia după am trecut la vânzări directe, printre care se numărau stagii în domenii în care se vindeau titluri de valoare, asigurări de viață și produse de îngrijire a locuinței. Am intrat în lumea creșterii personale și a dezvoltării corporatiste în 1964, iar de atunci am vândut cunoștințe și motivație.

Evident, experiențele tale nu vor fi identice cu ale mele. M-aș aventura chiar să spun că nu mulți ar sta alături de soția lor în timpul apelurilor de vânzări. Probabil că nu vei vinde sendvișuri prin cămin și probabil că nu vei umbla din ușă în ușă, ci mai mult cu liftul. Dar înainte să minimalizezi aceste experiențe, dă-mi voie să-ți amintesc că noi doi am pornit într-un pelerinaj. Lucrăm împreună, iar ca să repet ce am afirmat deja în Introducere, dificultatea este să învățăm din trecut fără să rămânem ancorați în el, să trăim și să ne dezvoltăm în prezent și să privim înspre viitor cu speranță și optimism. Rar trece o zi fără să învăț ceva nou care să mă ajute să devin un profesionist în vânzări încă și mai eficient. Însoteste-mă și haide să învățăm împreună în această călătorie.

BENEFICIILE SUNT PENTRU TINE!

Când intri în domeniul vânzărilor (fie că e prima experiență pentru tine, fie că te dedici din nou profesiei), trebuie să-ți dai seama că alegerea acestei cariere este o sarcină *zilnică*. Dă-mi voie să te încurajez să faci din asta prima sarcină de pe lista ta cu lucruri de făcut: „Astăzi voi fi un profesionist în vânzări de succes *și* voi învăța ceva care mâine mă va face să fiu încă *și* mai pregătit.” Dacă-ți vei începe fiecare zi cu acest angajament față de marea noastră profesie, sunt *multe* beneficii care te așteaptă pe *tine*, agentul de vânzări profesionist și de succes! Iar partea cea mai bună este că această etapă te ajută să îți asiguri niște zile de mâine mai bune decât cele de ieri.

INDEPENDENȚA

Unul dintre multele lucruri grozave la profesia noastră este că poți să-ți fii propriul șef. Ești în domeniul ăsta „pentru tine, nu de unul singur”. Când stai în fața oglinzii în fiecare dimineață, te poți privi în ochi și poți spune: „Dumnezeule mare, ești așa un om de treabă, eficient, muncitor, și profesionist pe deasupra – meriți o mărire!” Iar consiliul doar ce s-a întrunit. Aș putea adăuga că mărirea aceea va intra în vigoare imediat ce o vei face și tu.

OPORTUNITATEA

Realitatea este că, în calitate de agent de vânzări, tu ești și șeful consiliului, și managerul de vânzări, și specialistul în finanțe, și vicepreședintele executiv; și da, tot tu ești și

omul de la curățenie, și bucătarul-șef, și spălătorul de vase. Pe scurt, odată cu independența de a-ți fi propriul șef vine și o responsabilitate uriașă, iar asta e și partea interesantă a profesiei! *Oportunitatea se naște din independența obținută responsabil*, iar în domeniul vânzărilor, oportunitățile tale sunt inegalabile.

Cu toate că e adevărat că trebuie să fii versatil, hotărât, organizat, disciplinat, entuziast, motivat și să ai o atitudine de zile mari, aceste atribute dau rezultate doar pentru profesionistul în vânzări care posedă cele mai importante atribute dintre toate: o inimă bună, un spirit umil și dorința de a evolua.

REZOLVAREA PROBLEMELOR

Cu excepția medicinei și preoției, nimeni altcineva nu se află pe o poziție la fel de bună pentru a rezolva problemele cum ești tu, omul care face din persuasiune o profesie. Nu există efectiv nimic pe lumea asta care să aducă o satisfacție și o recompensă mai mare decât capacitatea de a-l ajuta pe altul să devină mai eficient, mai productiv și mai de succes cu ajutorul bunurilor, a produselor sau a serviciilor pe care le ai tu de oferit. Cât de mult înseamnă pentru tine să-l scutești pe celălalt de o grămadă de timp, de bani, de frustrare și/sau de neliniște? Nimic nu este mai satisfăcător decât să primești titlatura de „erou“ de la clienții care îți spun ce schimbare uriașă le-ai adus în viață.

SIGURANȚA

Desigur, nu aș fi pe deplin sincer dacă nu aș mărturisi că acel potențial venit uriaș promis în domeniul vânzărilor

este o tentație imensă pentru cei ambițioși care nu se mulțumesc cu plafoanele joase impuse valorii și activităților lor. Vreau să mărturisesc că acest lucru contribuie și la siguranța de a fi în domeniul vânzărilor. Potrivit generalului Douglas MacArthur, siguranța vine din capacitatea ta de a produce; cu alte cuvinte, este o chestiune care ține de „interior“. În vânzări, nu trebuie să aștepți să se întâmple una sau alta; tu ești cel care poate face să se întâmple una sau alta. Când afacerile merg prost, tu ești cel care merge pe teren și mișcă puțin lucrurile, ca să treci la acțiune.

Atitudinea ta, disciplina, dorința de a munci, precum și aptitudinile de organizare, toate îți aduc o siguranță care nu se găsește pe nicăieri atunci când depinzi de toanele altor oameni, care sunt incapabili să îți evalueze obiectiv meritele. Ca agent de vânzări, tu poți înclina balanța în favoarea ta: te trezești mai devreme, muncești până târziu, devii din ce în ce mai capabil și înveți cum să îți faci datoria și să fii mai convingător. Toate acestea nu înseamnă decât că vei avea un control mai bun asupra vieții și a viitorului tău, iar de *aici* va apărea și senzația de siguranță!

FAMILIA

Beneficiile familiale sunt uriașe. Cum mulți știu deja, soția mea este o roșcată hotărâtă, ceea ce înseamnă că într-o zi a „hotărât“ să fie roșcată, motiv pentru care, atunci când vorbesc despre ea, îi spun „Roșcata“ (la care ea mă încurajează cu entuziasm). Când îi vorbesc, îi spun „dulceață“. O cheamă Jean.

De la începuturile căsniciei mele cu Roșcata și până la creșterea copiilor noștri – Suzan, Cindy, Julie și Tom –, toți am fost pe deplin implicați în absolut orice detaliu privind cariera mea în vânzări. Am împărțit cu ei entuziasmul, gloria, beneficiile, distracția și, da, frustrările și neliniștile care vin la pachet cu cariera în vânzări. Familia mea a avut privilegiul de a mă însoți la convenții în destinații frumoase, de a împărți cu mine răsplățile atunci când am avut reușite și de a se bucura de lumina reflectoarelor când am primit trofee și premii. Mi-au fost alături și când vânzările stagnau și când aveam nevoie de sprijinul și de încurajarea lor. Ba chiar acele vremuri au fost cele care ne-au apropiat și mai mult decât vremurile când ne mergea minunat.

Mesajul este să fii sincer cu familia ta. Membrii familiei tale vor să „simtă” că sunt și să „facă” parte din încercările și triumfurile tale. Ei pot fi o sursă de putere și încurajare, iar pe parcurs, maturizarea lor va spori. Această mare profesie ne permite, ca familie, să avem interese comune, să dezvoltăm prietenii comune și să ne lărgim orizonturile vieții și traiului, asociindu-ne cu alții entuziasmați de vânzarea produselor și serviciilor pe care le au de oferit.

Să te bucuri de o profesie în care succesul tău este măsurabil și în care realizările îți sunt recunoscute în baza unor rezultate precise este cât se poate de satisfăcător. Iar ca partenerul și copiii tăi să audă de la șeful tău cât de bine se descurcă mami sau tati are beneficii considerabile pentru întreaga familie.

Dezvoltarea personală, pregătirea și progresele obținute de pe urma profesiei în vânzări, împreună cu independența,

Încrederea, disciplina, siguranța și grija pentru alții fac dintr-un profesionist în vânzări o soție/un soț și un părinte mai bun.

COMUNICAREA

O carieră în vânzări te învață imediat că oamenii fac ce fac din propriile motive, nu din ale tale. Acest principiu te ajută să comunici mai eficient nu doar cu membrii familiei tale, ci și cu membrii comunității din care faci parte. Profesioniștii în vânzări învață să se pună în pielea celuilalt, indiferent de situație! Aptitudinile de comunicare și de persuasiune pe care le-ai deprins în carieră îți vor prinde bine și în cadrul familiei și comunității tale, pe măsură ce îi vei ajuta pe ceilalți să fie versiunea lor cea mai bună.

AVANSAREA

Agenții de vânzări se mută constant în biroul directorilor. Cred că acest lucru va fi încă și mai răspândit în viitor decât a fost până acum, datorită aptitudinilor din ce în ce mai complexe și mai variate pe care trebuie să le deprindă agenții de vânzări antreprenori. La nivel de grup, trebuie să fim creativi și receptivi, precum și flexibili în gândire. Tradițional, agenții de vânzări au fost nevoiți să găsească o manieră creativă în care să rezolve problemele *aproape* în timp ce își țineau prezentarea și au fost nevoiți să se adapteze nevoilor și dorințelor clientului. Această pregătire este perfectă pentru biroul directorului.

Ca agenți de vânzări, întâlnim oameni cu tot felul de emoții – când sunt fericiți, interesați, entuziasmați; dar și

când sunt iritați și cu moralul la pământ. Învățăm cum să îi abordăm pe extroverțiți, pe introverțiți, pe procrastinatori, pe optimiști, pe pesimiști, pe cei orientați spre detalii, pe impetuoși, pe trăncănitori, pe șmecheri, pe egoiști, precum și pe reprezentanții altor tipologii umane. Aceasta este o pregătire nemaipomenită pentru un loc în scaunul directorului, iar cu cât lucrăm mai mult la „aptitudinile sociale“, cu atât avem mai multe șanse să urcăm pe scara conducerii.

În domeniul vânzărilor, învățăm mai degrabă cum să îi convingem pe oameni să gândească asemenea nouă, nu să îi obligăm să facă ce vrem noi. În ziua de astăzi sunt la mare căutare pentru posturile de conducere cei care îi pot convinge eficient pe alții. După o perioadă, persuasiunea și creativitatea ne devin o a doua natură.

Evident, trebuie să știm cum să îi convingem pe alții, dacă vrem să îi facem pe oameni să cumpere, iar aceste competențe ne sunt de folos și când ajungem în sediul central. Avem nevoie de un talent semnificativ pentru a-i încuraja pe oameni să coopereze, să lucreze cu alții în cadrul organizației și să înțeleagă că, până și atunci când consideră că ideea lor este cea mai bună, odată ce respectiva idee a fost respinsă și s-a adoptat o alta, angajatul bun și ambițios își va lăsa deoparte toanele și va coopera pentru binele întregii echipe. Și crede-mă când îți spun că pentru asta ai nevoie de o capacitate incredibilă de persuasiune!

MANAGEMENT

Vânzătorii de succes sunt și manageri excelenți. Ei trebuie să gestioneze timpul, teritoriul, obiceiurile personale și viața în general. Cu cât își gestionează mai bine viața, cu atât vor reuși mai bine să-și gestioneze afacerea.

Profesioniștii în vânzări învață să mențină un echilibru. Aici dau greș majoritatea, crezând că echilibru înseamnă să acorzi prioritate egală și același timp fiecărei sarcini în parte. Ceea ce pur și simplu nu este adevărat. Știi că trebuie să ai o dietă echilibrată, dar ca dieta să fie echilibrată clar nu vrei și nu trebuie să mănânci la fel de multe grăsimi cât carbohidrați. Același lucru este valabil și pentru programul tău. Nu-ți petreci la fel de mult timp mâncând cât dormind. Trebuie să separi prioritățile de echilibru – „prioritățile” vizează ordinea cronologică; „echilibrul” vizează varietatea.

Prioritățile și echilibrul pot fi derutante. De exemplu, majoritatea oamenilor vor petrece mai mult timp la muncă decât făcând orice altceva. Dacă muncești opt ore pe zi, mai mult ca sigur nu te aștepti să te și joci opt ore pe zi, dar vei face ce este necesar pentru a-ți menține în echilibru partea fizică, mintală și spirituală a vieții. Vei mai vrea și să menții relațiile sociale și pe cele familiale.

Cheia este să înțelegi că, la sfârșitul unei zile, trebuie să poți răspunde la următoarea întrebare: Ești fericit, sănătos, ai parte de succes și de siguranță, dar te bucuri și de prietenii, de pace sufletească și de bune legături familiale? Pe măsură ce îți evaluezi aceste aspecte din viața ta, dă-mi voie

să te provoc: aruncă un ochi asupra activităților și sarcinilor tale zilnice. Sarcinile la care lucrezi zilnic dau rezultatele așteptate? Dacă nu, de ce nu? Dacă nu, ce ai de gând să faci în această privință? Acestea sunt întrebările pe care ar trebui să și le pună azi cei care își vor vedea mâine numele pe ușa de la biroul directorului.

Asta nu înseamnă că vei avea zilnic parte de echilibru. Uneori, proiectele urgente te vor destabiliza, iar pentru o scurtă perioadă vei fi nevoit să lucrezi mai mult și mai din greu. În cele din urmă, trebuie să-ți readuci activitatea într-un echilibru rezonabil, altminteri îți vei periclita anumite aspecte din viață și vei sfârși având mai puține decât îți dorești.

MAI EȘTI AICI?

Dacă ți-am „vândut” ideea că îți poți găsi o carieră extraordinară de satisfăcătoare, de interesantă și de solicitantă în domeniul vânzărilor – nu o muncă de care să te apuci cât timp îți cauți altceva mai bun de făcut – și crezi sincer că nu poți trăi fără să vinzi, atunci vinde! Dacă nu te vezi trăind fără să te bucuri de toate beneficiile minunate pe care le oferă incredibila noastră profesie, atunci: *Felicitări!* Tocmai ce te-ai alăturat profesiei care are puterea de a influența considerabil și de a ajuta societatea în care trăim într-o manieră în care alte profesii nu o pot face. Actuala schimbare de paradigmă de care se va ocupa profesionistul în vânzări al secolului al XXI-lea este adevăratul scop al vânzărilor ca profesie.

AGENTUL DE VÂNZĂRI

Agenții de vânzări sunt un mare ghimpe-n coastă pentru șefii lor, pentru clienții și soțiile lor, pentru managerii de credit, pentru hoteluri și uneori chiar unii pentru alții. Individual și colectiv, sunt vorbiți de rău și pe la spate în cadrul întrunirilor legate de vânzări, la convenții, în spatele ușilor închise, prin băi, prin baruri și în barbă, totul cu multă însuflețire.

Aceștia fac mai multă vâlvă și mai multe greșeli, stârnesc mai multă veselie, îndreaptă mai multe greșeli, reglează mai multe diferențe, răspândesc mai multe bârfe, explică mai multe discrepanțe, aud mai multe nemulțumiri, împacă mai multe neînțelegeri și pierd mai mult timp sub presiune, totul fără să-și piardă cumpătul, decât oricare altă clasă cunoscută nouă – chiar mai mult decât preoții. Stau prin hoteluri, cabane și corturi, în trenuri, autobuze și bănci din parc, mănâncă tot soiul de mâncăruri și beau de toate – și bune, și rele –, dorm înainte, în timpul și după sarcinile de lucru și nu au un program mai bine stabilit decât cei de la biroul meteorologic și nici vreo simpatie de la colegi.

Și totuși, agenții de vânzări sunt o putere în societate și în economia publică. În multe feluri, ei aduc un omagiu muncii în sine. Fac și cheltuiesc mai mulți bani cu mai puțin efort, și cu mai puțin profit, decât oricare altă tagmă. Ei vin la cel mai nepotrivit moment, sub cel mai mic pretext, stau mai mult în

ciuda mai multor proteste, adresează întrebări mai intime, fac mai multe comentarii, suportă mai multe inconveniente și își asumă mai multe întâmpinând o mai mare rezistență decât oricare alt grup, mai mult chiar și decât armata americană. Ei aduc mai multe bunuri noi, ne scapă de mai multe vechituri, încarcă și pun în mișcare mai multe mașini de marfă, descarcă mai multe containere, construiesc mai multe fabrici, încep mai multe afaceri și înscriu mai multe debite și credite în registre decât oricare alți americani. Cu toate greșelile lor, ei pun comerțul în mișcare și tot ei alimentează emoțiile oamenilor. Despre nimeni altcineva nu se mai poate spune același lucru. Ai grijă pe cine numești *vânzător, ca nu cumva să îl flatezi.*

Fragmentul anterior mi-a fost trimis de Donald Benenson din Levittown, New York, și cred că descrie numai bine incredibila noastră profesie.

CAPITOLUL DOI

CUM SĂ VINZI PE PIAȚA DIN ZIUA DE AZI

Deceniul tehnologiei

Soțul meu, Joe, este polițist într-un orașel de provincie. Primește multe apeluri telefonice acasă legate de munca lui, astfel că a hotărât să-și instaleze o mesagerie vocală ca să le vadă afișate, în special pe cele amenințătoare sau cele hărțuitoare. Acesta este mesajul de întâmpinare pe care l-a pregătit:

«Ai sunat acasă la un polițist. Ai dreptul să nu spui nimic. Dacă vrei să renunți la acest drept, lasă-ți mesajul după semnalul sonor. Orice vei spune poate și cel mai probabil va fi folosit împotriva ta.» De atunci, apelurile sunt mult mai prietenoase.^{“1}

Da, apelurile au fost mai prietenoase pentru că, în „deceniul tehnologiei“, polițistul a folosit o metodă simplă și modernă care l-a ajutat să vândă importanța amabilității.

„TEHNOLOGIA VÂNZĂRILOR” ÎNCEPE CU VÂNZĂRILE!

În 1943, eram în clasa a noua. Al Doilea Război Mondial era în plină desfășurare, iar patriotismul în America era la cote maxime. Țelul meu era să devin pilot naval, să ajut la câștigarea războiului și să mă întorc în Yazoo City, Mississippi, ca erou.

Când mi-am dat seama că și participând la orele din ultimul an de liceu tot aș rămâne cu lipsuri la matematică și științele fundamentale necesare pentru a reuși să intru în Forțele Aeriene Navale, am hotărât să mă înscriu la școala de vară din cadrul Hinds Junior College din Raymond, Mississippi. Astfel, puteam absolvi liceul cu bagajul educațional necesar pentru a mă califica în programul de pregătire V-5 pentru cadeți. În ciuda faptului că era prima mea încercare să-mi stabilesc obiective, planul meu părea a fi unul solid.

Ei bine, dintre toate lucrurile tâmpite care s-ar fi putut întâmpla, cei de la școală mi-au cerut să urmez un curs de istorie. La ce-mi folosea să știu ce se întâmplase în urmă cu 100 de ani? Aveam nevoie de matematică și de științe ca să intru în Forțele Aeriene, să pilotez avioanele, să-l dobor pe inamic și să mă întorc în Yazoo City, unde să se țină o paradă în cinstea mea!

Cu toate acestea, aveam nevoie de certificatul de absolvire pentru a aplica la Forțele Aeriene, prin urmare am hotărât să strâng din dinți până la capăt. După cum îți poți închipui, am intrat la cursul de istorie țăfnos nevoie mare, un semn destul de clar că „aveam un avantaj”. Atitudinea

Vreme de aproape jumătate de secol, Zig a străbătut lumea în lung și în lat și a ținut prelegeri motivaționale. Discursurile lui, în care se îmbină optimismul debordant, înțelepciunea omului din popor, credința și persuasiunea bine intenționată, îi încurajează pe oameni să vadă partea bună a vieții.

THE NEW YORK TIMES

Indiferent dacă ești profesionist în vânzări sau îți dorești o carieră în domeniu și nu știi de unde să începi, aici găsești principiile care te vor călăuzi în demersul tău. Inspiră-te din înțelepciunea unuia dintre cei mai mari speakeri și traineri din lume ca să-ți convingi clienții cât mai des, în mod eficient și, foarte important, în mod etic. Află cum să motivezi fără să manipulezi, să intervievezi fără să interoghezi, să manifesti empatie păstrându-ți în același timp obiectivitatea. Vei înțelege că nu vinzi doar un produs: vinzi idei și emoții.

Acest ghid îți arată cum să-ți începi afacerea, s-o consolidezi și să prosperi de pe urma ei. Nu în ultimul rând, conține sfaturi pentru o viață sănătoasă, lipsită de stres, în care familia să rămână pe primul loc.



cărți cheie

curteaveche.ro

ISBN 978-606-44-1749-7



9 786064 417497