

PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY

**Podnieś sprzedaż szybciej i łatwiej,
niż kiedykolwiek uznawałeś za możliwe**

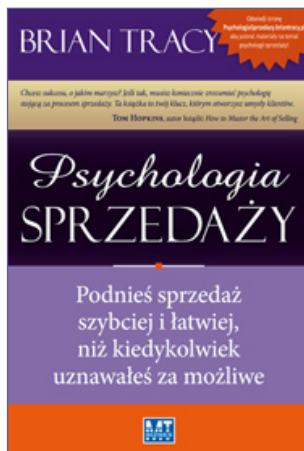
BRIAN TRACY

ISBN: 978-83-7746-335-2

format 158/233, oprawa miękka ze skrzydełkami

liczba stron: 218

cena: 44,90 zł



Naucz się sprzedawać – i to dobrze – od najlepszych ludzi w branży

Brian Tracy jest dziś jednym z najlepszych zawodowych mówców na świecie. Jego seria audiobooków treningowych pod tytułem *The Psychology of Sales* jest najlepiej sprzedającym się programem szkoleń audio w historii sprzedaży. Książka ***Psychologia sprzedaży*** jest rozwinięciem klasycznego programu treningowego Briana Tracy. To lektura obowiązkowa każdego handlowca, który na poważnie myśli o karierze. Tracy doszedł do wniosku, że jego największym przełomem w dążeniu do sukcesu było odkrycie „psychologii sprzedaży”. Poznaj ludzkie myślenie, prawdziwe motywy kupowania oraz sprawdzone, najsukcesowniejsze techniki sprzedaży i perswazji.

Doskonała książka! Stosując zasady i techniki zawarte w Psychologii sprzedaży, staniesz się supersprzedawcą – i to bez względu na to, jakie produkty czy usługi oferujesz. Tak też stało się ze mną: sprzedaję domy, mieszkania, działki, biurowce oraz nieruchomości inwestycyjne warte miliony euro.

Wspaniałą wiadomością jest również to, że techniki i wskazówki Briana Tracy można już ugruntowywać na szkoleniach oferowanych przez Brian Tracy International Sp. z o.o. – firmę założoną przez Briana w Polsce.

Mark Stelmaszak, prezes zarządu Brian Tracy International Sp. z o.o.

www.briantracy.pl

O AUTORZE

Brian Tracy jest dziś jednym z najlepszych zawodowych mówców i trenerów z technik sprzedaży. Osobiście przeszkolił ponad 500 tysięcy handlowców na całym świecie. Z jego treningów korzystają ludzie w prawie każdej branży i osiągają dzięki temu znakomite rezultaty. Tracy napisał 36 książek i wyprodukował ponad 300 programów treningowych audio oraz wideo.

Spis treści

WPROWADZENIE	9
Zostań milionerem!	9
Moja historia	10
ROZDZIAŁ 1. Psychologiczna gra sprzedaży	16
Jesteś ważny	16
Zasada 80/20 w sprzedaży	19
Twój program nadrzędny	24
Kluczowe obszary rezultatowe sprzedaży	29
Reaktywny rdzeń twojej koncepcji siebie	33
Bariery na drodze do skutecznej sprzedaży	37
Pięć spotkań do zamknięcia	41
Podnoś swoją samoocenę i dochody	45
Działania do przećwiczenia	50
ROZDZIAŁ 2. Wyznacz i osiągnij wszystkie swoje cele w sprzedaży	51
Twój roczny cel dochodu	51
Twój roczny cel sprzedaży	52
Wyznacz klarowne cele działań	53
Działania do przećwiczenia	62
ROZDZIAŁ 3. Dlaczego ludzie kupują?	64
Motywacja podstawowa	64
Rozpoznawanie potrzeb	67
Odwoływanie się do potrzeb klienta	70
Decyzje zakupowe są emocjonalne	75
Działania do przećwiczenia	94

ROZDZIAŁ 4. Kreatywna sprzedaż	95
Dąż do doskonałości w poszukiwaniu potencjalnych klientów	98
Cztery klucze sprzedaży strategicznej	99
Głęboko przeanalizuj rynek	101
Najlepsza reklama	112
Działania do przećwiczenia	116
ROZDZIAŁ 5. Umawiać więcej spotkań	118
Proces poszukiwania potencjalnych klientów	119
Bądź skuteczniejszy w poszukiwaniu potencjalnych klientów przez telefon	135
Działania do przećwiczenia	139
ROZDZIAŁ 6. Siła sugestii	140
Zadbaj o to, by twój ubiór pracował na twój sukces	142
Prezentowanie produktu	146
Działania do przećwiczenia	155
ROZDZIAŁ 7. Zamykanie sprzedaży	157
Typy osobowości kupujących	162
Sprzedawanie produktów materialnych i niematerialnych	175
Zostań doskonałym słuchaczem	185
Metody prezentacji	189
Działania do przećwiczenia	196
ROZDZIAŁ 8. 10 sposobów na sukces w sprzedaży	197
Sukces jest przewidywalny	197
Twoja przyszłość jest nieograniczona	215
Działania do przećwiczenia	216
O AUTORZE	217

Psychologiczna gra sprzedaży

Zwizualizuj rzecz, której chcesz. Zobacz ją. Poczuj. Uwierz w nią. Zrób jej zdjęcie w swoim umyśle i zacznij ją budować.

– ROBERT COLLIER

Nic nie dzieje się, dopóki nie dochodzi do sprzedaży. Handlowcy należą do najważniejszych ludzi w naszym społeczeństwie. Bez sprzedaży bezproduktywnie obróciłoby się ono w proch.

Jedynymi prawdziwymi twórcami bogactwa w naszym społeczeństwie są firmy. Firmy wytwarzają wszystkie produkty i usługi. Firmy kreują całość zysków i bogactwa. Firmy finansują wszystkie pensje wraz z dodatkami. Kondycja firm jest w każdym mieście i kraju kluczowym wskaźnikiem jakości i standardu życia ludzi w danym obszarze geograficznym.

Jesteś ważny

Handlowcy są najważniejszymi ludźmi w każdym przedsiębiorstwie. Bez sprzedaży upadają nawet największe i najmądrzej działające firmy. Sprzedaż jest iskrą zapalającą silnik przedsiębiorstwa. Sukces w sprzedaży jest bezpośrednio związany z sukcesem całego kraju. Im żywiej bije puls sprzedaży, tym większe sukcesy i zyski osiąga cała branża lub cały region.

To handlowcy utrzymują wszystkie szkoły, szpitale, prywatne oraz publiczne instytucje charytatywne, biblioteki, parki i wszelkie dobre rzeczy zapewniające nam obecny standard życia. Handlowcy – zawierając transakcje przekładające się na zyski i podatki płacone przez sprawne firmy – utrzymują administrację rządową wszystkich szczebli

i finansują całe bogactwo, zasilki dla bezrobotnych, osłony socjalne, opiekę zdrowotną oraz inne świadczenia, których jesteśmy beneficjentami. Handlowcy podtrzymują filary naszego stylu życia.

Handlowcy napędzają świat

Kiedyś prezydent Calvin Coolidge powiedział: „Sprawa Ameryki to biznes”. Wszystko, co piszą najważniejsze gazety na świecie, od „Wall Street Journal” do „Investor’s Business Daily”, i czasopisma biznesowe, od „Forbes” do „Fortune”, poprzez „Business Week Inc.”, „Business 2.0”, „Wired” i „Fast Company”, jest w jakiś sposób związane ze sprzedażą. Wszystkie rynki finansowe świata – w tym ceny akcji, obligacji i surowców, a także stopy procentowe – są zależne od sprzedaży. Jako handlowiec profesjonalista jesteś siłą napędową naszego społeczeństwa. Pozostaje tylko pytanie: jak dobrze sprzedajesz?

Przez wiele lat sprzedaż była uznawana za zajęcie drugorzędne. Kiedy ktoś mówił innym, że zajmuje się sprzedażą, czuł się zawstydzony. Generalnie, społeczeństwo było źle nastawione do handlowców. Ostatnio prezes jednej z firm z listy Fortune 500 powiedział dziennikarzowi: „My tutaj uznajemy sprzedaż za tę gorszą stronę naszej działalności”.

Najlepsze firmy

Złe nastawienie do sprzedaży szybko ulega zmianie. Dziś najlepsze firmy to te, które mają najlepszych handlowców. Firmy prawie najlepsze mają prawie najlepszych handlowców. A firmy drugorzędne znikają z biznesowego firmamentu. Najlepiej prosperujące organizacje na świecie to te, które potrafią najlepiej sprzedawać.

Dziś setki uniwersytetów oferują kursy profesjonalnej sprzedaży. To wielka zmiana w porównaniu z tym, co było jeszcze kilka lat temu. Wielu młodych ludzi zaraz po ukończeniu college’u zostaje handlowcami w dużych firmach. Z działów handlowych wywodzi się więcej dyrektorów zarządza-

Z działów handlowych wywodzi się więcej dyrektorów zarządzających firm z listy Fortune 500 niż spośród wszelkich innych miejsc w organizacji.

jących firm z listy Fortune 500 niż spośród wszelkich innych miejsc w organizacji.

Do niedawna najpotężniejszą kobietą biznesu Ameryki była Carly Fiorina, prezes i dyrektor zarządzająca firmy Hewlett-Packard. Po ukończeniu historii średniowiecza na Uniwersytecie Stanforda Fiorina podjęła pracę w dziale handlowym AT&T. Tak rozpoczęła się jej droga awansów zawodowych. Od pracy w sprzedaży rozpoczęła również karierę Anne Mulcahy, dyrektor zarządzająca i przewodnicząca rady nadzorczej Xeroxa. Bardzo wiele spośród największych firm na świecie jest zarządzanych właśnie przez byłych handlowców.

Wysokie dochody i bezpieczeństwo zatrudnienia

Jako handlowiec profesjonalista możesz być z siebie dumny. Umiejętność sprzedawania przekłada się na wysokie dochody i bezpieczeństwo zatrudnienia. Bez względu na to, jakie zmiany zajdą w gospodarce, zapotrzebowanie na najlepszych handlowców zawsze będzie wysokie. Dobrzy handlowcy wciąż będą poszukiwani, nawet jeśli wiele firm i branż straci rację bytu i zniknie z rynku. Jeśli osiągniesz doskonałość w sprzedaży, będziesz w stanie zrealizować każdy cel, jaki sobie wyznaczysz.

W Ameryce ludzie, którzy stali się milionerami dzięki własnej pracy, to w siedemdziesięciu czterech procentach przedsiębiorcy, zakładający i budujący własne firmy, wprowadzający w życie pomysły na produkty i usługi nieoferowane jeszcze przez nikogo innego albo takie, które według nich są lepsze od proponowanych przez konkurentów. Dzięki temu, że mają te pomysły, zakładają swoje firmy. Także wśród przedsiębiorców najcenniejszą kompetencją prowadzącą do sukcesu jest umiejętność sprzedaży. Każdą inną umiejętność można pozyskać poprzez zaangażowanie kogoś innego. Umiejętność sprzedaży jest kluczowym czynnikiem decydującym o tym, czy firma osiągnie sukces, czy poniesie porażkę.

W Stanach Zjednoczonych pięć procent milionerów, którzy dorobili się fortuny własną pracą, to handlowcy, którzy przez całe życie pracowali dla innych firm. Dziś handlowcy należą do grupy najlepiej opłacanych ludzi w Ameryce i często zarabiają więcej niż lekarze, prawnicy, architekci i osoby z tytułami naukowymi.

Sprzedaż to intratna profesja. W sprzedaży twoje potencjalne dochody są nieograniczone. Jeśli masz odpowiednie wykształcenie i umie-

jętności, a ponadto sprzedajesz odpowiedni produkt na odpowiednim rynku, nie ma czegoś takiego jak górny limit twoich zarobków. Sprzedaż jest jedyną profesją w naszym społeczeństwie, w której możesz zacząć nawet z niewielkimi umiejętnościami, słabym przeszkoleniem i obojętnie jaką przeszłością i w ciągu od trzech do dwunastu miesięcy zarobić na całkiem przyzwoite życie.

Zasada 80/20 w sprzedaży

Kiedy zacząłem sprzedawać, ktoś powiedział mi o zasadzie Pareto, znanej też jako zasada 80/20. Ujął to tak: „20 procent najlepszych handlowców zarabia 80 procent pieniędzy, a pozostałe 80 procent handlowców zarabia jedynie 20 procent pieniędzy”.

Szok! Byłem młody i kiedy usłyszałem tę zasadę, otworzyły mi się oczy. Z miejsca postanowiłem, że będę wśród tych 20 procent najlepszych. Później zorientowałem się, że podjęcie tej decyzji było kolejnym punktem zwrotnym w moim życiu.

Powtórzę to raz jeszcze: 20 procent najlepszych handlowców osiąga 80 procent sprzedaży i zarabia 80 procent pieniędzy, a pozostałe 80 procent handlowców zarabia tylko 20 procent. Oto twoje zadanie: postanów, że dołączysz do tych 20 procent, a potem **d o w i e d z s i ę**, jak to zrobić.

Zasada Pareto jest prawdziwa także wśród najlepszych 20 procent handlowców. W tym przypadku zasada ta mówi, że 20 procent spośród najlepszych dwudziestu procent, czyli 4 procent ogółu, zarabia 80 procent tego, co przypada dwudziestoprocentowej czołówce. Szok! W każdej dużej organizacji handlowej czterech czy pięciu ludzi na stu realizuje tyle sprzedaży i zarabia tyle pieniędzy, ile **c a ł a reszta handlowców razem wziętych**.

Nigdy nie martw się o pieniądze

Istnieje bardzo dobry powód, by dołączyć do dwudziestu procent najlepszych, a potem do czteroprocentowej czołówki: nigdy więcej nie będziesz musiał martwić się o pieniądze ani o bezpieczeństwo zatrudnienia. Nigdy nie będziesz miał bezsennych nocy z powodu obaw

o utratę pracy. Ludzie należący do dwudziestoprocentowej lub jeszcze mniej licznej czołówki to ci najbardziej szczęśliwi spośród nas.

Tymczasem ludzie stanowiący pozostałe osiemdziesiąt procent martwią się o pieniądze. Jedną z największych tragedii naszego społeczeństwa, w czasach największego dobrobytu w historii ludzkości, jest to, że większość ludzi przez większość czasu martwi się o pieniądze. Ci ludzie myślą o problemach z pieniędzmi już rano, kiedy wstają z łóżka. Całymi dniami myślą o tym, jak mało mają pieniędzy. Kiedy wracają wieczorem do domu, rozmawiają o pieniądzach i często klócą się o to, jak dużo wszystko kosztuje. To nie jest dobry sposób na życie.

Najlepsi zarabiają dużo więcej

Ludzie należący do dwudziestoprocentowej czołówki zarabiają średnio szesnaście razy tyle, ile ludzie przeciętni, należący do pozostałych osiemdziesięciu procent. Natomiast ci, którzy są w czteroprocentowej czołówce, zarabiają średnio szesnaście razy tyle, ile ludzie z tych górnych dwudziestu procent. To porażające!

Jakiś czas temu pewna duża firma ubezpieczeniowa w USA przetestowała zasadę 80/20 wśród kilku tysięcy agentów na całym świecie. Okazało się, że niektórzy działający w pojedynkę agenci sprzedają i zarabiają więcej niż dwudziesto- czy trzydziestoosobowe zespoły zawodowych, przeszkolonych agentów zatrudnionych na pełny etat, mimo że jedni i drudzy sprzedają te same produkty, tym samym ludziom, po tych samych cenach, w tych samych biurach i w tych samych warunkach konkurowania.

W którymś roku prowadziłem szkolenia z dwiema elitarnymi grupami z dwóch różnych branż. Wszyscy ci ludzie zaczynali „na ulicy”, pracowali w działach sprzedaży gazet lub u wydawców książek telefonicznych i zdobywali zamówienia przez telefon. Zarabiali wyłącznie na prowizjach od sprzedaży. Średni roczny dochód handlowców w pierwszej z tych elitarnych grup był równy 833 tysiące, a w drugiej 850 tysięcy dolarów. Jednak najlepsi z nich zarabiali na prowizjach po parę milionów dolarów rocznie!

Dlatego twoim celem musi być dołączenie do najlepszych dwudziestu procent, potem do dziesięciu procent, później do pięciu, do czterech i tak dalej. Ta książka jest po to, żeby cię tam doprowadzić, po to, by przenieść cię z miejsca, w którym jesteś dziś, gdziekolwiek

jesteś, do miejsca, w którym chcesz się znaleźć w przyszłości, gdziekolwiek chcesz dotrzeć. Ta książka ma na celu uczynić cię jednym z najlepiej opłacanych ludzi w twojej branży.

Zachęcamy do lektury!