

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

Grzeczne dziewczynki nieźle sprzedają. W czym są lepsze od kolegów handlowców?

Autor: Elinor Stutz

Tłumaczenie: Agnieszka Sobolewska

ISBN: 978-83-246-0946-8

Tytuł oryginału: [Nice Girls Do Get The](#)

[Sale: Relationship Building That Gets Results](#)

Format: A5, stron: 240



Podręcznik sprzedaży „na grzeczną dziewczynkę”

My, kobiety, subtelniej i skuteczniej poruszamy się w sieci kontaktów międzyludzkich, zbliżamy do klientów, składamy oferty handlowe i wzbudzamy zaufanie. Dostrzegamy niuanse, których nasi (często gruboskórni) koledzy nie zauważają. Krótko mówiąc, mamy wszystko, co trzeba, aby bić handlowców płci męskiej na głowę.

Jeśli jesteś grzeczną dziewczynką, podbijasz świat pracowitością i sumiennością. Bycie grzeczną dziewczynką popłaca. I to, jak na ironię, popłaca właśnie w sprzedaży – w świecie twardych zagrywek, manipulacji i ustawicznie nadużywanego zaufania. To właśnie tu – jak nigdzie indziej w biznesie – brakuje kobiecego ciepła i życzliwości. Z tej książki dowiesz się, jakie możliwości czekają grzeczną dziewczynkę w twardym świecie handlu:

- sprzedawanie produktów nowych i nieznanymi marek na rynku opanowanym przez gigantów,
- pisanie e-maili i listów handlowych, których klient nie ma prawa odrzucić,
- prezentacja handlowa grzecznej dziewczynki,
- dostrzeganie ważnych sygnałów (umiejętność przejrzenia na wylot maski klienta),
- zdobywanie sprzymierzeńców (konsekwentne i owocne poszerzanie sieci kontaktów),
- łączenie technik sprzedaży z Twoim stylem osobowości.

„Grzeczna, wytrwała, skromna, pracowita, solidna, wiarygodna, świecąca przykładem, ambitna, niezawodna, pomocna, życzliwa, rozsądna i uczciwa... czy szefowie i klienci mogą chcieć od Ciebie więcej?”

Elinor Stutz



Spis treści

Podziękowania	7
Wstęp	9
Filozofia grzecznych dziewczynek	13
Rozdział 1. Zamykanie transakcji a zakończenie rozmowy	15
Dlaczego większość ludzi czuje obawę przed zamykaniem transakcji i dlaczego boi się składać propozycję transakcji?	16
Jak proponować transakcję, nie wchodząc w rolę „niegrzecznej dziewczynki”?	17
Rozdział 2. Osobowość sprzedawcy — czy masz to, co trzeba?	21
Moja historia	24
Rozdział 3. Wyrwać mimo wszystko	27
Przygrywka do pierwszej pracy w sprzedaży	27
Kolejny sprawdzian podczas rozmowy kwalifikacyjnej	29
Moe	31
Rozdział 4. Jak pokonać znanego dostawcę, będąc jeszcze amatorem i sprzedając nieznaną markę	41
Poznane strategie sprzedaży	49
Rozdział 5. Dwa najważniejsze klucze do sukcesu	53
Klucz nr 1. Pasja	53
Klucz nr 2. Unikaj sinusoidy	57

Rozdział 6. Pracuj na sukces każdego dnia	59
Wprowadź codzienną rutynę	60
System zarządzania bazą kontaktów	61
System punktowy	63
Liczba potencjalnych klientów a liczba zamkniętych transakcji	65
Rozdział 7. Jak sobie radzić z kierownictwem	67
Rozdział 8. Jak zarządzać swoją karierą	73
Dodatkowe wskazówki dotyczące sprzedaży produktów podłączanych do sieci	81
Świetnie na wszystkich frontach	85
Jak powiększać swoją pulę klientów	87
Podsumowanie strategii sprzedaży	95
Rozdział 9. Dzwoneczek, czyli musisz naprawdę uwierzyć	97
Wytrwałość grzecznych dziewczynek	102
Rozdział 10. Jak dobrze zacząć	105
W terenie	106
Przez telefon	110
Jak dobrze wykorzystywać wiadomości telefoniczne?	113
E-mail — dodatkowe wzmocnienie przekazu	114
Wizyty w terenie w okresie świąt	117
Wyjątkowe materiały korespondencyjne	119
Rady końcowe	122
Rozdział 11. Jak rozszerzyć sieć kontaktów	123
Komunikaty o znaczeniu marketingowym	125
Prelegenci	128
Mentorzy	129
Wskazówki	131
Rozdział 12. Przygotuj się do spotkania	133
Rozdział 13. Pierwsza prezentacja — Ty sama	137
Rozdział 14. Mowa ciała — inny rodzaj DNA	143
Obserwacje podniosą Twoje wyniki sprzedaży!	147
Pod czujnym okiem	150
Rozdział 15. Detektyw w holu	151
Obrazy, zdjęcia i plakaty na ścianach	152

2

Osobowość sprzedawcy — czy masz to, co trzeba?

Aby rozpocząć karierę w sprzedaży albo rozkręcić biznes, potrzeba wiele odwagi. Dla kobiety podjęcie pracy w sprzedaży wiąże się ze szczególnymi wyzwaniami. Oprócz oferowania wartości i promowania własnych usług trzeba także poznać pewne nienamacalne aspekty, takie jak ludzkie emocje oraz idee i słowa, które motywują rozmówców do zostania naszymi klientami.

Odkrywanie tych niematerialnych wartości opiera się na Twojej zdolności do odczytywania reakcji potencjalnego klienta. Zwróć uwagę na to, kiedy twarz mu się rozjaśnia, a kiedy marszczy brwi, co go ekscytuje, a co sprawia, że krzyżuje ręce na piersi. Zaobserwuj, co takiego robisz, aby zmotywować potencjalnego klienta do przejścia do następnego etapu cyklu sprzedaży.

Oprócz celów sprzedażowych musisz ustalać sobie osobiste cele dotyczące zdobywania wiedzy, dzięki której osiągniesz sukces. W kategorii wiedzy mieszczą się umiejętności sprzedażowe, znajomość własnej branży, modele biznesowe najważniejszych konkurentów oraz branże i firmy Twoich potencjalnych klientów.

Realizacja wszystkich tych celów zajmuje bardzo dużo czasu i będziesz mieć wrażenie, że się cofasz, zamiast posuwać się naprzód. Musisz być gotowa, aby wytrwać na przekór trudnościom. Kolejnym kluczem do sukcesu jest przyjmowanie negatywnych komentarzy uprzejmie, z uśmiechem, tak jak przystało na grzeczną dziewczynkę, a potem robić swoje z jeszcze większą determinacją. Najczęściej okazuje się, że ta negatywna postawa danej osoby wynika z jej braku wiary w siebie. Boi się, że uda Ci się to, co jej się nie powiodło. Wszystko zależy od Twojego nastawienia. Jeśli ta negatywnie odnosząca się do Ciebie osoba boi się Twojego przyszłego sukcesu, to znaczy, że naprawdę wierzy, iż Ci się uda. Dlatego powinnaś na negatywne komentarze reagować uśmiechem! Przekształć negatywne odczucia w motywację dającą Ci napęd do odniesienia sukcesu.

Branża kserokopiarek w latach 90. była tak trudna i wiązała się z tak dużą rywalizacją, że aż trudno było nadążyć z liczeniem przychodzących nowych pracowników i odchodzących starych. Sprzedawcy po prostu się poddawali. Nie byli gotowi na włożenie wysiłku w pokonanie przeszkód czy w zmotywowanie się do przejścia na następny poziom.

Jedno z moich ulubionych wspomnień wiąże się z moją pierwszą pracą. Prowadziłam spis osób, które zatrudniły się w firmie i odeszły w ciągu 30 dni lub jeszcze szybciej. Trzeba tu zaznaczyć, że wszystkie te osoby były mężczyznami. Kiedy zapisywałam ich nazwiska w notatniku i wykreślałam je, kiedy odchodzili, zastanawiałam się, czy kobiety też by tak szybko rezygnowały, gdyby dano im taką okazję. A oni odchodzili, nie oglądając się za siebie.

Z podstawowej grupy pięciu handlowców dwóch odeszło przed końcem pierwszego roku. Jeden z nich zajmował się sprzedażą specjalistycznego kalkulatora, którego rynek szybko się kurczył. Drugi należał do kategorii sprzedawców bojących się proponować transakcję. Potrafił zaprzyjaźnić się z potencjalnymi klientami, ale czuł obawę przed pomaganiem im w rozwiązywaniu problemów i proponowaniem dokonania zakupu.

Kolega, który przypomniał mi kilka nazwisk z mojego spisu, był w biurze w San Francisco tego dnia, kiedy złożyłam wypowiedzenie. Przetaksowałam mu tę listę, z moim wykreślonym nazwiskiem na samej górze. Ku mojemu zaskoczeniu i zażenowaniu akurat w momencie otrzymania listy przy faksie stał dyrektor działu sprzedaży.

Jego mój spis, zatytułowany „Firmowa lista ludzi do odstrzału”, nie rozbawił, ale mój kolega zaśmiewał się do rozpuku.

Zawsze odnosić sukces — to moja mantra. Gdyby w którymś momencie powinęła mi się noga, byłby to dla mnie straszny wstyd. Nie znam słowa „porażka”. Niepowodzenie po prostu nie wchodzi dla mnie w grę. Kiedy napotykam trudności, staję z boku i analizuję, w którym miejscu utknęłam i jakie mam możliwości, i układam dalszy plan działania.

Wiara we własne pomysły i zdolności zawsze pomagała mi przejść przez trudny okres. Chciałabym wręcz publicznie podziękować tym osobom, które przewracały oczami i szyderczo się uśmiechały, kiedy mówiłam im, na co mam zamiar się porwać. Dziękuję także tym, którzy mówili:

„Już za dużo ludzi oferuje szkolenia z zakresu sprzedaży, książki i płyty CD”

oraz:

„To mit, że można zarobić w internecie — nie wierz w to i nie marnuj czasu”.

Dlaczego, zapytasz, miałabym dziękować tym ludziom? Uwielbiam trudne wyzwania, a oni właśnie takie przede mną postawili. Opracowywanie kreatywnych, nowych metod osiągnięcia celów stanowi część tego wyzwania i zabawy związanej z rywalizacją. Poza tym czerpię ogromną satysfakcję z udowodnienia, że mam rację!

Moja historia

Przez piętnaście lat wychowywałam w domu dwoje dzieci. Przez ostatnie osiem lat prowadziłam z domu firmę oferującą usługi z zakresu przepisywania i edycji tekstów, którą zajmowałam się, kiedy dzieci były w szkole.

Dochody tej firmy pomagały w codziennych wydatkach, były jednak ograniczone. Siedzieć przy klawiaturze i pisać można tylko przez skończoną liczbę godzin dziennie, a za godzinę takiej usługi można pobierać tylko pewną określoną kwotę.

Oboje z mężem wiedzieliśmy, że pewnego dnia będę musiała zacząć pracować w pełnym wymiarze godzin. Mieliśmy duże wątpliwości co do moich umiejętności i predyspozycji, skoro siedziałam przez piętnaście lat w domu. Pewnego wieczoru mąż przyszedł do domu i oznajmił:

„Już wiem. Masz osobowość sprzedawcy!”.

Z niedowierzaniem zapytałam cicho:

„To komplement czy obelga?”.

Na początku wyobrażałam sobie sprzedawcę jako nieogolonego, żującego gumę handlarza używanymi samochodami w kraciatej marynarce. Samo słowo „sprzedawca” kojarzyło mi się niezbyt przyjemnie.

Teraz, z perspektywy czasu, wiem, że to prawda — faktycznie **mam** osobowość sprzedawcy. Zaczęłam zupełnie inaczej postrzegać znaczenie tego słowa.

Jako sprzedawca mam intuicję i potrafię odczytywać zamiary innych ludzi. Jako kobietę handlowca obchodzi mnie to, co mówią mi moi klienci, i staram się pomóc im w osiągnięciu celów. Kobiety mają na ogół większą potrzebę bycia lubianą i dbają o to, by potrzeby wszystkich zostały spełnione. Specjalistki ds. sprzedaży zwykle zrobią więcej dla zapewnienia satysfakcji klienta, łącznie ze zwracaniem bacniejszej uwagi na szczegóły. Oznacza to więcej pracy, ale w efekcie przynosi świetnie prosperujący interes dzięki stałym klientom, rekomendacjom i referencjom. Większość mężczyzn sprzedawców, z którymi pracowałam, tego nie rozumie. Na ogół dążą oni do szybkiego zysku, a potencjalni klienci to wyczuwają i wolą

kupować od konkurencji. To z kolei decyduje o szybkiej rotacji sprzedawców i ich braku sukcesów.

.....
 Troszcz się o innych, a oni w zamian okażą Ci lojalność.

Odpowiedz sobie na następujące pytania:

- ◆ Czy uwielbiasz wyzwania?
- ◆ Masz determinację, aby pokazać, że masz słuszość?
- ◆ Szukasz twórczych rozwiązań?
- ◆ W większości spraw jesteś nieustępliwa?
- ◆ Nie przejmujesz się, kiedy inni mówią „Nie” albo „Nie dasz rady”?
- ◆ Bronisz własnego zdania?
- ◆ Lubisz rywalizację i stosowanie różnych wybiegów i sztuczek?
- ◆ Lubisz znajdować rozwiązania i pomagać ludziom?
- ◆ Wolisz sytuację, w której korzyści odnosisz i Ty, i klienci?
- ◆ Przyjemność sprawia Ci to, że jesteś znana z osiągnięcia świetnych wyników w swojej firmie lub specjalności?

Są to niezbędne cechy skutecznej specjalistki ds. sprzedaży.