

PSIHOLOGIA VÂNZĂRILOR

**CUM SĂ VINZI MAI MULT,
MAI UȘOR ȘI MAI REPEDE
DECÂT ȚI-AI IMAGINAT
VREODATĂ CĂ AR PUTEA
FI POSIBIL**

ediția a IV-a

BRIAN TRACY

CUPRINS

<i>Introducere</i>	9
CAPITOLUL 1. Jocul vânzării văzut din interior	16
CAPITOLUL 2. Stabilirea și îndeplinirea obiectivelor tale de vânzări	55
CAPITOLUL 3. Motivele pentru care cumpără oamenii	69
CAPITOLUL 4. Vânzarea creativă	104
CAPITOLUL 5. Stabilirea mai multor întâlniri de vânzări	129
CAPITOLUL 6. Puterea sugestiei	153
CAPITOLUL 7. Finalizarea vânzării	171
CAPITOLUL 8. 10 idei pentru obținerea succesului în vânzări	215
<i>Despre autor</i>	238

INTRODUCERE

Imaginația este în adevăratul sens al cuvântului, atelierul în care prind formă toate planurile oamenilor.

– NAPOLEON HILL

Scopul acestei cărți este să vă ofere o serie de idei, strategii și tehnici pe care să le puteți utiliza imediat pentru a realiza mai multe vânzări, mai ușor și mai repede ca niciodată. În paginile care urmează veți învăța să obțineți mai mult decât ați putea crede că este posibil de la o carieră în vânzări. Veți învăța cum să vă multiplicați vânzările și veniturile în doar câteva luni sau chiar în câteva săptămâni.

Această carte este versiunea scrisă a programului meu de instruire în vânzări editat pe casetă audio, *Psihologia vânzării*, care s-a bucurat de succes la nivel internațional. De la lansarea lui, acest program a fost tradus în șaisprezece limbi și este folosit în douăzeci și patru de țări. Este cel mai bine vândut program de instruire în vânzări profesionale din toate timpurile.

POȚI ȘI TU SĂ DEVII MILIONAR!

Rezultatele cercetării asupra celor care au ascultat și aplicat programul meu audio, demonstrează că au devenit milionari mai mulți vânzători* decât în cazul oricărui alt program de instruire în vânzări conceput vreodată. Utilizând acest program, am instruit *personal* peste cinci sute de mii de vânzători din lumea întreagă, profesioniști care lucrează pentru mii de companii din aproape orice sector de activitate. Și se dovedește eficient de fiecare dată!

Nu am absolvit nici măcar liceul. Pe când eram foarte tânăr am plecat să văd lumea. Timp de câțiva ani am avut tot felul de slujbe implicând muncă fizică, până când am strâns destui bani ca să pot să încep să călătoresc. Mi-am găsit de lucru pe un vas de marfă norvegian cu care am traversat Atlanticul de Nord, apoi am călătorit prin Europa pe bicicletă, cu autobuzul, cu camionul sau cu trenul, am traversat Africa și am ajuns în final în Orientul Îndepărtat. Nu am ratat niciodată un prânz, dar am *amânat* multe dintre ele pentru perioade nedefinite.

Când n-am mai găsit nici o muncă manuală, din disperare, am intrat în vânzări. Se pare că majoritatea deciziilor pe care le luăm în viață seamănă cu orbecăitul prin beznă: când ne lovim de ceva ne oprim ca să vedem ce-a fost. În cazul meu, a fost o slujbă în vânzări.

Se pare că majoritatea deciziilor pe care le luăm în viață seamănă cu orbecăitul prin beznă: ne lovim de ceva și apoi ne uităm să vedem ce-a fost.

Instruire de bază

Am fost angajat pe bază de comision și am beneficiat de un program de instruire în vânzări în trei etape: „la niște cărți de vizită; ia și niște broșuri; ieșirea este pe acolo!”. Înnarmat cu această „instruire”, mi-am început cariera de vânzător dând telefoane „la rece” (telefoane de abordare a unor necunoscuți; n.tr.), bătând pe la ușile birourilor de-a lungul zilei și pe la ușile caselor seara.

Persoana care m-a angajat nu știa să vândă, dar mi-a spus că vânzările sunt „un joc al cifrelor”. El mi-a spus că tot ce trebuie să fac este să vorbesc cu un număr destul de mare de oameni și în cele din urmă voi găsi pe cineva dispus să cumpere. Noi numim metoda aceasta „aruncatul noroiului pe perete”. (Dacă arunci cu destul noroi spre

perete, undeva, cumva, el se va lipi.) Nu era prea mult, dar era tot ce știam să fac. Apoi cineva mi-a zis că vânzările nu sunt chiar „un joc al cifrelor”, ci mai degrabă „un joc al respingerii”. Cu cât ești respins de mai multe ori, cu atât crește probabilitatea să faci vânzări.

Echipat cu acest sfat, am început să alerg dintr-un loc în altul astfel încât să fiu respins cât mai mult. Mi s-a spus că sunt „bun de gură”, așa că mi-am folosit acest dar. Când cineva părea neinteresat, vorbeam mai tare și mai repede. Dar, deși alergam de la un potențial client la altul și-i vorbeam fiecăruia cât mai tare și mai repede, vânzările mele se puteau număra pe degete.

Punctul de cotitură

După șase luni de luptă, în care am realizat vânzări doar cât să-mi plătesc chiria pentru o cameră într-un mic han, am făcut în sfârșit ceva ce mi-a schimbat viața: m-am dus la tipul care avea cel mai mare succes în compania noastră și l-am întrebat ce făcea el altfel decât mine.

Nu mă temeam de muncă dură. Nu mă deranja să mă scol la ora cinci sau șase dimineța ca să mă pregătesc și să fiu în parcare la ora șapte când soseau la muncă primii potențiali clienți. Eram dispus să muncesc toată ziua, alergând de la un birou la altul și de la o *companie** la alta. Serile aș fi bătut pe la ușile oamenilor și la nouă sau zece noaptea. Oriunde vedeam o lumină, încercam să îmi fac prezentarea de vânzări.

Cel mai bun vânzător din birou, care era doar cu câțiva ani mai mare decât mine, avea o abordare complet diferită. El intra în birou pe la ora nouă. Câteva minute mai târziu intra un potențial client, se așezau și stăteau de vorbă. După câteva minute de conversație, clientul lua carnetul de cecuri și completa un cec pentru produsul nostru. Pe urmă, acest vânzător ieșea în oraș și mai făcea câteva vânzări, iar apoi lua prânzul cu un potențial client. După-amiază, reușea să mai facă vreo câteva vânzări și apoi

poate că mergea să bea ceva sau să ia cina cu un alt potențial client. El vindea de cinci sau de zece ori mai mult decât mine sau decât oricare alt angajat din birou și părea că nu muncește mai deloc.

Instruirea face diferența

S-a dovedit că, pe când era mai tânăr, lucrase pentru o companie care făcea parte din clasamentul celor mai bune 500 de companii, clasament publicat de revista *Fortune 500*. Acea companie l-a instruit intensiv timp de 16 luni în procesul vânzărilor profesionale. Pe baza acestei pregătiri, el a putut lucra mai apoi pentru orice companie sau sector de activitate și a fost capabil să vândă orice produs sau serviciu, practic pe orice piață. Deoarece știa cum să vândă, el putea vinde mai mult decât un grup de oameni ca mine, chiar dacă muncea jumătate din timp sau chiar mai puțin. Această descoperire mi-a schimbat viața.

Când l-am întrebat ce făcea altfel decât mine, el mi-a răspuns: „Ei bine, arată-mi prezentarea ta de vânzări și îi voi face o apreciere critică pentru tine”.

Aceasta era prima mea problemă. Nu aveam nici o idee despre cum ar trebui să arate „o prezentare de vânzări”. Auzisem că există așa ceva, dar eu nu văzusem niciodată o asemenea prezentare.

I-am spus: „Arată-mi-o pe a ta și apoi ți-o voi arăta și eu pe a mea”.

El a fost răbdător și politicos. Mi-a răspuns: „Bine. Uite o prezentare de bază de la început până la sfârșit”. Apoi mi-a arătat, pas cu pas, o prezentare de vânzări pentru produsul nostru.

În loc să folosească un „discurs” sau să facă remarci istețe pentru a capta atenția sau a înfrânge rezistența, el punea o serie de întrebări înlanțuite logic, pornind de la general către particular, întrebări care se adaptau perfect profilului potențialului client. La sfârșitul acestei serii de întrebări, devenea perfect clar potențialului client că putea

dobândi beneficii de pe urma folosirii produsului nostru. Întrebarea finală ducea firesc la încheierea vânzării.

Acționează imediat

Am scris totul pe hârtie. Întărit cu această nouă abordare a vânzării, am început să vizitez din nou potențiali clienți, dar acum în loc să *vorbesc* am pus *întrebări*. În loc să încerc să copleșesc clientul cu trăsăturile și beneficiile produsului meu, m-am concentrat pe a afla situația potențialului client și modul în care l-aș putea ajuta cel mai bine. Folosind această nouă metodă, numărul vânzărilor mele a început să crească.

Apoi am aflat că există *cărți* despre vânzări. Habar nu aveam că cei mai buni vânzători din lume strânseseră cele mai bune idei ale lor în *cărți*. Am început să citesc tot ce puteam găsi despre vânzări și îmi petreceam primele două ore ale fiecărei zile studiind și luând notițe.

Apoi am aflat despre existența *cursurilor înregistrate pe audio-casete*. Această descoperire mi-a schimbat viața. Am început să ascult ore în șir aceste programe înregistrate, mai ales în timpul în care mă deplasam de la o companie la alta. Le-am ascultat de dimineață până seara; am făcut repetiții cu cele mai reușite fraze ale celor mai buni vânzători până când le puteam recita și în somn. Iar vânzările mele au continuat să crească și să tot crească. Apoi am descoperit *seminariile despre vânzări*. Credeam că am murit și am ajuns în rai. Habar n-am avut câte poți învăța la un astfel de seminar. Am început să particip la toate cursurile și seminariile despre care aflam, chiar dacă trebuia să călătoresc pe distanțe lungi, atât timp cât îmi puteam permite s-o fac. Iar vânzările mele au crescut în continuare.

Avansarea ca manager

Vânzările mele au crescut atât de mult încât compania mea m-a avansat pe postul de manager de vânzări.

Ei mi-au spus: „Orice ai în minte, găsește câțiva oameni care vor să intre în vânzări și împărtășește-le metoda ta”.

Am început să recrutez oameni de pe stradă și cu ajutorul anunțurilor în ziare. Le-am descris metodologia mea și viziunea personală despre procesul de vânzare. Au ieșit pe ușă și au început să facă vânzări imediat. Astăzi mulți dintre ei sunt milionari și multimilionari.

Fii cel mai bun

Ideea simplă care mi-a schimbat viața a fost descoperirea „Legii cauzei și a efectului”. Această lege spune că nu există efect fără cauză și că există o cauză pentru tot ce se întâmplă. Succesul nu este un accident. Nici eșecul. De fapt, succesul este *predictibil*. Și lasă urme și pentru alții!

Succesul nu este un accident. Nici eșecul. De fapt, succesul este predictibil. Și lasă urme și pentru alții!

Iată o regulă grozavă: „Dacă faci ceea ce fac alți oameni de succes, perseverând mereu și mereu, nimic în lume nu te poate opri să obții aceleași rezultate. Iar dacă nu faci, nimic nu te poate ajuta”.

Nu uitați că toți vânzătorii care acum fac parte din cele 10 procente din vârful clasamentului, au făcut parte odată din cele 10 procente de la coada clasamentului. Era o vreme când toți cei care acum o duc bine nu se prea descurcau. Toți cei care se află acum în frunte au început la un moment dat de la zero. Și, în fiecare caz, ceea ce știu acești oameni *au învățat de la experți*. Ei au descoperit ce au făcut alți oameni pentru a avea succes și au aplicat aceleași metode, iarăși și iarăși, până când au obținut aceleași rezultate. Același lucru poți să-l faci și tu!

Folosește ceea ce înveți

Uneori îmi întreb audiența: „Care este cel mai popular echipament de gimnastică la domiciliu în America?”. După

o scurtă ezitare, le spun: este *banda de alergat*. Americanii cheltuiesc anual mai mult de un miliard de dolari pe acest echipament.

Apoi pun o a doua întrebare: „Dacă îți cumperi o bandă de alergat și o aduci acasă, ce anume determină mărimea beneficiilor pe care le vei avea de pe urma ei?”.

Audiența răspunde: „Beneficiile depind de cât de des o utilizezi și pentru ce perioadă de timp”.

Aceasta este ideea importantă pe care vreau să o subliniez. Nu se pune problema dacă banda de alergat îți poate oferi sau nu rezultatul așteptat. Acest lucru a fost deja stabilit. Toată lumea știe că, dacă folosești regulat o bandă de alergat și pe durate mari de timp, vei avea cu siguranță beneficii pentru sănătate.

Strategiile și tehnicile pe care le vei învăța în această carte seamănă mult cu o bandă de alergat. Nu se pune problema dacă sunt eficiente sau nu.

Ele sunt folosite de cei mai buni vânzători din lumea întreagă, în toate sectoarele. Sunt testate și dovedite.

Cu cât ai să folosești mai mult aceste metode, cu atât te vei perfecționa și vei obține rezultate mai bune și mai rapide.

Exersând metodele pe care le vei învăța în paginile care urmează, vei ajunge în primele 10 procente ale celor mai buni vânzători din sectorul tău de activitate și vei deveni unul dintre cei mai bine plătiți oameni din lume.

Este acesta un scop care merită a fi urmărit și realizat studiind această carte? Dacă simți că este, hai să ne apucăm de treabă!

Orice poate concepe și crede un om în mintea lui, este realizabil.

— NAPOLEON HILL

JOCUL VÂNZĂRII DIN INTERIOR

Vizualizează ceea ce îți dorești. Privește acel lucru cu ochii minții, simte-l, crede în el. Fă-ți în minte un plan detaliat și apoi începe să construiești.

— ROBERT COLLIER

Nimic nu se mișcă dacă nu au loc vânzări. Vânzătorii sunt printre cei mai importanți oameni din societate. Fără vânzări toată societatea noastră s-ar bloca.

Singurele creatoare reale de bunăstare într-o societate sunt companiile. Ele furnizează produse sau servicii. Creează profit și bunăstare. Ele plătesc salariile și beneficiile. Buna funcționare a comunității de afaceri din orice oraș sau națiune este factorul-cheie pentru creșterea calității vieții și standardului de trai al oamenilor din acea zonă geografică.

EȘTI IMPORTANT

Vânzătorii sunt printre cei mai importanți oameni din orice companie. Fără vânzări, cele mai mari și mai sofisticate întreprinderi dau faliment. Vânzările sunt ca scânteia bujiei pentru motorul unei întreprinderi libere. Există o relație directă între succesul comunității de vânzări și succesul unei întregi regiuni. Cu cât este mai alert nivelul vânzărilor, cu atât are mai mult succes și este mai pro-

fitabil sectorul economic sau zona geografică corespunzătoare.

Activitatea de vânzări furnizează fonduri pentru școli, spitale, acțiuni de caritate private sau publice, biblioteci, parcuri și toate acele lucruri bune care sunt vitale pentru standardul nostru de viață. Activitatea de vânzări — prin profiturile și impozitele plătite de companiile de succes — furnizează fonduri pentru organismele guvernamentale de la toate nivelurile, pentru tot felul de ajutoare sociale, alocații de șomaj, sisteme de sănătate și alte beneficii. Vânzătorii sunt esențiali pentru modul nostru de viață.

Vânzătorii sunt cei care schimbă lucrurile și determină progresul

Președintele Calvin Coolidge a spus odată: „Sarcina Americii este să facă afaceri”. Dacă parcurgi unul din zia-rele importante ca *Wall Street Journal* și *Investor's Business Daily* sau revistele principale de afaceri ca *Forbes*, *Fortune*, *Business Week*, *Inc.*, *Business 2.0*, *Wired* și *Fast Company*, aproape orice articol are legătură cu vânzările. Toate informațiile financiare, incluzând prețurile acțiunilor, obligațiunilor și mărfurilor, ca și ratele dobânzilor, au legătură cu nivelul vânzărilor. În calitate de vânzător profesionist ești unul dintre cei care „schimbă lucrurile și determină progresul” societății noastre. Singura întrebare care se pune este cât de bine te descurci cu vânzările?

Mulți ani vânzările au fost considerate o ocupație de mâna a doua. Mulți oameni se simțeau jenați să spună că se ocupă de vânzări. Există o aversiune generală contra vânzătorilor. Recent, președintele unei companii ce face parte din topul Fortune 500, i-a spus unui jurnalist: „În compania noastră considerăm vânzările ca fiind partea sordidă a afacerii”.

Cele mai bune companii

Această atitudine se schimbă rapid. Astăzi, companiile cu cel mai mult succes sunt cele care au cei mai buni profesioniști în vânzări. Cele de rangul doi au profesioniști de vânzări de mâna a doua, iar cele de rangul trei sunt pe cale să dea faliment. Companiile cu cel mai mare succes din lume sunt toate niște superbe organizații de vânzări.

Sute de universități oferă acum cursuri de vânzări profesionale ceea ce reprezintă o mare schimbare față de acum câțiva ani. Mulți tineri ies de pe băncile facultății și caută imediat posturi în vânzări la marile companii. Cei mai mulți manageri ai companiilor din topul Fortune 500 provin din compartimentele de vânzări, comparativ cu alte compartimente ale companiilor.

Cei mai mulți manageri ai companiilor din topul Fortune 500 provin din compartimentele de vânzări, comparativ cu alte compartimente ale companiilor.

Cea mai puternică femeie din America este în momentul în care scriu aceste rânduri, Carly Fiorena, președinte și director general al companiei *Hewlett Packard*. După ce a obținut o diplomă în istorie medievală la Stanford, s-a angajat la *AT&T* în vânzări și și-a croit drum spre vârful ierarhiei. Pat Mulcahy, președinta companiei *Xerox*, și-a croit drum spre vârf pornind tot din vânzări. Multe companii de succes din lume sunt conduse de foști vânzători.

Venit superior și o slujbă sigură

Poți fi mândru dacă ești un profesionist în vânzări. Abilitatea ta de a vinde îți poate aduce venituri uriașe și o slujbă sigură pe viață. Indiferent ce schimbări au loc în economie, va fi nevoie întotdeauna de buni profesioniști în vânzări. Indiferent de numărul companiilor sau sectoarelor economice care se perimează sau dau faliment, vânzătorii

buni vor fi întotdeauna căutați. Dacă devii excelent în vânzări, poți realiza orice obiectiv financiar pe care ți-l stabilești.

Șaptezeci și patru de procente dintre cei care au devenit milionari în America prin muncă proprie sunt întreprinzători care și-au pus pe picioare și și-au dezvoltat propria afacere. Ei au pornit de la o idee despre un produs sau serviciu pe care nimeni altcineva nu-l oferea sau despre care au crezut că-i pot asigura o calitate mai bună decât concurența și și-au pus pe picioare propria afacere. Ca întreprinzător, cea mai importantă abilitate pentru succes este priceperea de a vinde. Orice alte calități pot fi obținute angajând personal. Dar capacitatea de a vinde este factorul determinant pentru succesul sau eșecul unei companii.

Cinci la sută dintre americanii care au devenit milionari prin muncă proprie sunt vânzători care au lucrat toată viața ca angajați. Profesioniștii în vânzări sunt astăzi printre persoanele cele mai bine plătite din America câștigând, adeseori, mai mult decât doctori, avocați, arhitecți și alte persoane cu o înaltă educație universitară.

Vânzările sunt o profesie aducătoare de venituri bune. În vânzări nu există plafon al veniturilor. Dacă ești pregătit corespunzător, ai aptitudini și vinzi produsul potrivit pe piața potrivită, nu există nici o limită pentru banii pe care poți să-i câștigi. Vânzările sunt singurul domeniu dintr-o economie liberă unde poți porni cu puține abilități și puțină pregătire, poți să provii din orice mediu și să reușești să-ți faci o viață frumoasă într-un interval de nu mai mult de 3-12 luni.

REGULA 80/20 ÎN VÂNZĂRI

Când am început să mă ocup de vânzări, cineva mi-a vorbit despre principiul lui Pareto, cunoscut și sub numele de regula 80/20. Acea persoană mi-a spus: „20% dintre