

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

I.

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.

Sigurele 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 vânzătorilor, 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 ziarurile 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. Exista 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 profesioniste 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

cei mai buni vânzători câștigă 80% din totalul banilor obținuți din vânzări, în timp ce restul de 80% dintre vânzători câștigă doar 20% din acești bani”.

Hei! Eram tânăr și asta mi-a deschis ochii cu adevărat. Am luat imediat decizia să ajung printre cei 20% din vârful ierarhiei. Mai târziu, mi-am dat seama că aceasta a fost decizia care mi-a imprimat unul dintre cele mai puternice impulsuri și s-a dovedit punctul de cotitură al vieții mele.

Încă o dată, 20 de procente dintre profesioniștii în vânzări fac 80 de procente din vânzări și câștigă 80 % din bani. Ceilalți 80% din vânzători câștigă doar 20% din venituri. Misiunea ta este să *decizi* că vrei să faci parte dintre cei 20% din vârf și apoi să *înveți* cum să ajungi acolo.

Principiul lui Pareto se aplică și pentru cei ce se înscriu în cele 20 de procente din vârf, adică 20% dintre cei mai buni vânzători, ceea ce echivalează cu faptul că 4 procente dintre toți vânzătorii câștigă 80% din veniturile celor mai buni 20%. Hei! La urma urmei asta înseamnă că în fiecare mare echipă de vânzări, 4 sau 5 oameni dintr-o sută realizează atâtea vânzări și venituri cât realizează *toți ceilalți la un loc*.

Fără grija banilor

Există un motiv foarte întemeiat să vrei să ajungi în topul celor 20 de procente și, mai târziu, în topul celor 4 procente: ajuns acolo nu va mai trebui să-ți faci niciodată probleme din cauza banilor sau a siguranței slujbei. Nu vei avea niciodată insomnii pentru că nu-ți găsești de lucru. Oamenii care fac parte din cele 20 de procente din vârf sunt unii dintre cei mai fericiți.

Pe de altă parte, oamenii care se situează în celelalte 80 de procente își fac mereu griji din cauza banilor. Una dintre marile tragedii ale societății americane, cea mai bogată din istoria umană, este că cei mai mulți dintre oameni sunt îngrijorați în majoritatea timpului pentru că nu dispun de suficiente venituri. Ei se trezesc dimineața

gândindu-se la problemele lor financiare. Se gândesc toată ziua la cât de puțin câștigă. Când ajung acasă seara, ei vorbesc despre bani și adesea se ceartă din cauza banilor și comentează cu nervozitate despre cât de mult costă totul. Acesta nu este un mod prea fericit de a trăi.

Cei mai buni profesioniști din vânzări câștigă substanțial

Profesioniștii care fac parte din cele 20 de procente din vârf câștigă în medie, de șaisprezece ori venitul mediu al vânzătorilor care se înscriu în celelalte 80 de procente. Cei care fac parte din primele 4 procente din vârf câștigă, în medie, de șaisprezece ori venitul celor din primele 20 de procente. Este într-adevăr uluitor!

O mare companie americană de asigurări a verificat aplicabilitatea regulii 80/20 în cazul celor câtorva mii de agenți de asigurări din toată țara. S-a descoperit repede că existau agenți independenți care vindeau și câștigau fiecare mai mult decât alți 20-30 de agenți luați la un loc, oameni instruiți și angajați să lucreze cu program întreg, cu toate că toți vindeau aceleași produse, acelorași tipuri de oameni, la aceleași prețuri, folosind birouri cu dotări asemănătoare și în aceleași condiții de concurență.

În același an, am ținut seminarii în fața a două grupuri de elită din două sectoare diferite. Persoanele din aceste două sectoare începuseră toate în stradă și telefonând la numere găsite în ziare sau în Pagini Aurii. Toți lucrau doar pe comision și făceau vânzări individuale, nu repetate. Venitul mediu anual al acestor vânzători din cele două grupuri de elită era respectiv 833.000\$ și 850.000\$. Unii dintre cei mai buni din aceste grupuri câștigau mai multe milioane de dolari pe an doar din comision!

Prin urmare, scopul tău trebuie să fie acela de a face parte din cele 20 de procente de vârf, apoi din primele 10 procente, apoi din primele 4 procente ș.a.m.d. Scopul acestei cărți este să te ajute să ajungi în vârf; să te conducă

de la orice situație prezentă la orice ți-ai propune să obții în viitor; să te ajute să ajungi printre cei mai bine plătiți oameni din sectorul tău de activitate.

Strategia micului avantaj câștigător

Dacă cei mai buni 20% dintre profesioniștii în vânzări ai unui sector economic câștigă 80% din venituri și cele mai bune 20% dintre companiile unui sector economic câștigă 80% din profituri, atunci care sunt factorii care deosebesc acești indivizi și aceste companii făcând posibile asemenea diferențe incredibile de câștig? Concluzia este că ei și-au pus la punct o strategie care le oferă un mic avantaj față de ceilalți din sectorul lor de activitate.

Acest *concept al micului avantaj câștigător* este una dintre cele mai importante idei de management și vânzări ale secolului XXI. Acest principiu sună astfel: „Deosebiri mici de abilitate pot conduce la deosebiri enorme între rezultate”. Diferența între cei cu realizări de vârf și cei cu realizări medii sau mediocre nu constă într-o enormă deosebire de talent sau capacitate. Adesea, este vorba de detalii, dar aplicate bine și perseverent, iarăși și iarăși.

Câștigă la diferență de un cap

Dacă un cal aleargă într-o cursă și câștigă la diferență de doar o lungime de cap, el va obține un premiu de zece ori mai mare decât calul care ajunge imediat în urma sa. Se pune întrebarea: Este calul care a câștigat la diferență de un cap de zece ori mai rapid decât cel care a terminat cursa imediat în urma lui? Este el cu 10 procente mai rapid? Nu. El este mai rapid doar cât să-și depășească concurentul cu un cap, dar aceasta se traduce printr-un premiu mai mare cu 1000 de procente.

Dacă un vânzător încheie o vânzare pe o piață foarte competitivă, înseamnă aceasta că el este de zece ori mai bun decât un alt vânzător care a ratat vânzarea? Desigur că nu! Uneori este vorba doar de un mic detaliu tehnic care-l

face pe client să cumpere de la o persoană în loc de alta. Fapt este că vânzătorul care a realizat vânzarea poate fi doar cu „un cap” mai bun decât cel care a pierdut-o.

Vânzătorii sunt dezavantajați față de cai. Pentru ei nu există nici un premiu de consolare. Chiar dacă un cal sosește pe locul doi sau trei, el tot câștigă ceva. În vânzări, „câștigătorul ia tot”. Cel care a pierdut vânzarea nu ia nimic, indiferent câte ore a investit pentru realizarea vânzării.

Caută să devii un pic mai bun

În vânzări, este suficient să fii doar *un pic* mai bun și mai deosebit în fiecare etapă-cheie a vânzării pentru a acumula o diferență extraordinară de venit. Efortul de a-ți crește cu doar 3 sau 4 procente aptitudinile sau componentele poate să se dovedească strategia câștigătoare. Te poate propulsa în cele 20 de procente din vârf și apoi, în primele 10 procente.

În vânzări, trebuie să fii doar un pic mai bun și mai deosebit în fiecare etapă-cheie a vânzării pentru a acumula o diferență extraordinară de venit.

Odată ce faci efortul de a obține acest mic avans, el continuă să crească de la sine ca dobânda cu capitalizare. La început te detașezi câte puțin de mulțime. Folosind aptitudinile suplimentare, devii din ce în ce mai bun. Cu cât devii mai bun, cu atât obții rezultate mai bune. Curând te vei detașa din mulțime tot mai mult. În câțiva ani, sau chiar în câteva luni, vei putea câștiga de cinci sau de zece ori mai mult decât cei care au performanțe de nivel mediu.

Caracteristicile vânzătorilor de vârf

Există anumite caracteristici care-i deosebesc pe vânzătorii de succes de cei cu realizări medii. Aceste calități au fost identificate de-a lungul anilor prin interviuri, sondaje și

cercetare amănunțită. Știm, de asemenea, două lucruri. Primul este că *nimeni nu se naște* cu aceste calități. Al doilea, toate aceste calități *se pot dezvolta* prin exercițiu. Și tu poți să-ți dezvolți aceste caracteristici care îți pot garanta obținerea unui standard superior de viață.

Se credea odată că oamenii au succes dacă provin dintr-un mediu familial propice, dacă au educația corespunzătoare, relațiile necesare, note bune la școală sau alți factori măsurabili. Dar cercetătorii au descoperit că existau oameni care porniseră fără să fi avut vreunul dintre avantajele menționate mai sus și totuși ajunseseră printre cei cu cel mai mare succes în profesia lor.

Poți să începi de la zero

Una dintre cele mai bune dovezi în acest sens este numărul mare de emigranți care sosesc în Statele Unite ale Americii cu bani puțini, fără relații, fără a avea o educație deosebită sau diplome universitare, cu cunoștințe limitate de limba engleză și cu alte dezavantaje imaginabile și, cumva, reușesc în câțiva ani să depășească toate dificultățile și să devină lideri în domeniul lor de activitate.

Cu ocazia seminariilor mele, întâlnesc mereu bărbați și femei din toată lumea care au venit în Statele Unite ale Americii fără să posede nimic și care sunt acum profesioniști de frunte în vânzări, foarte bine plătiți și chiar milionari; oameni care au reușit prin propria lor muncă. În fiecare caz, motivele au mai multă legătură cu ceea ce se întâmplă în *interiorul* lor decât cu ceea ce se întâmplă în *exterior*.

Succesul începe în minte

Deosebirea constă în ceea ce se petrece *în mintea* unei persoane. Cu câțiva ani în urmă, Universitatea Harvard a desfășurat un studiu printre 16 mii de vânzători și a identificat calitățile esențiale care conduc la succes sau eșec în vânzări și toate s-au dovedit și de natură psihologică.

Păstrând toți ceilalți factori constanți, o persoană poate obține succesul dacă are anumite trăsături psihologice. Dacă îți dezvolți la nivel mental aceste calități, ele pot forma fundația succesului tău în vânzări.

Dacă vrei să știi cât de înaltă va fi o clădire, te uiți cât de adâncă este fundația. Cu cât fundația este mai adâncă, cu atât clădirea va fi mai înaltă. În mod asemănător, cu cât mai profundă este *fundația ta* de cunoștințe și calități, cu atât va fi mai grozavă viața pe care vei fi capabil să ți-o construiești.

Odată ce ți-ai construit fundația și ai devenit un excelent profesionist în vânzări, poți ajunge oriunde și poți realiza orice. Și nu uita că-ți poți consolida mereu fundația.

Folosește-ți mai bine potențialul

Un vânzător cu realizări medii își folosește doar un mic procent din potențialul său de eficiență în vânzări. Se estimează că omul mediu, în general, nu-și folosește niciodată mai mult de 10% din potențialul său. Aceasta înseamnă că orice persoană dispune de încă 90% sau mai mult din potențial. Numai atunci când vei învăța să folosești mai mult din aceste 90 de procente din potențialul tău, vei putea să avansezi până la categoriile superioare de venit.

Urmează-i pe lideri

Dacă scopul tău este să ajungi în primele 10 procente ale vânzătorilor din domeniul tău de activitate, primul lucru pe care trebuie să-l faci este să afli cine sunt cei care fac parte deja din aceste zece procente. În loc să urmezi gloata, adică pe cei cu realizări medii, urmează-i pe *lideri*. Compară-te cu cei din vârf. Nu uita, *nimeni nu este mai bun decât tine și nimeni nu este mai deștept decât tine*. Dacă cineva are realizări mai bune decât tine, aceasta înseamnă doar că persoana respectivă a descoperit înaintea ta relația cauză-efect în procesul vânzării.

Filozoful britanic Bertrand Russel a spus odată: „Cea mai bună dovadă că ceva poate fi realizat este faptul că altcineva a realizat deja acel lucru”. Aceasta înseamnă că, dacă altcineva câștigă de cinci sau de zece ori mai mult decât tine, poți să câștigi și tu la fel dacă, pur și simplu, înveți cum să faci. Reține, fiecare pornește de jos și își croiește drum în sus. Dacă cineva se descurcă mai bine decât tine, află cum a reușit să se ridice la nivelul la care se află în prezent. Uneori, cea mai bună cale să afli aceasta este să te duci să întrebi direct persoana respectivă. Probabil că îți va spune. Oamenii ajunși în vârf sunt, de obicei, dornici să-i ajute pe cei care vor să aibă succes.

SISTEMUL TĂU DE OPERARE

Cea mai importantă descoperire a secolului al douăzeciua în psihologie și performanță umană a fost conceptul *imaginii de sine*. Imaginea de sine constă în totalitatea credințelor despre propria persoană. Este modul de a te vedea și de a gândi despre tine în fiecare domeniu al vieții. Imaginea de sine poate fi asemănată cu sistemul de operare al computerului reprezentat de subconștientul tău. Este ca un program care determină tot ce spui, gândești, simți sau faci.

Există o relație directă între imaginea de sine, pe de o parte, și performanțele și eficiența ta, pe de altă parte. Te porți întotdeauna *în lumea exterioară* într-o manieră consecventă cu imaginea de sine din mintea ta. Orice schimbare/îmbunătățire din viața ta începe cu modificarea și îmbunătățirea imaginii de sine, începe cu programarea interioară.

Nu numai că ai o imagine de sine globală care determină modul cum gândești sau simți despre propria persoană, despre viața ta, despre alți oameni, dar mai ai și o serie de „mini-imagini despre sine”. Acestea determină eficiența și performanțele tale în fiecare domeniu al vieții tale, de la mersul pe bicicletă la compunerea unui discurs.

Imaginea de sine în vânzări

De pildă, când lucrezi în vânzări ai o imagine specifică despre cât ești de eficient în activitatea de prospectare. Dacă imaginea de sine este foarte pozitivă, nu vei avea nici o problemă în abordarea unor noi clienți. Te trezești dimineața, nerăbdător să întâlnești oameni noi. Ești competent și încrezător în capacitățile tale privind activitatea de prospectare, așa încât ai mereu noi potențiali clienți „pe țevă”.

Dacă ai o imagine proastă despre capacitățile tale privind activitatea de prospectare, vei aborda clienții cu teamă și neliniște. Vei evita pe cât posibil să întâlnești oameni noi. Simpla idee de a contacta alți oameni te face să nu te simți în largul tău, să fii încordat. Vei iniția cât mai puține contacte posibil și vei căuta mereu căi pentru a evita această activitate. Acest lucru este valabil în orice etapă a vânzării.

Ce anume determină veniturile tale

Fiecare vânzător are conturată o anumită imagine în ce privește suma de bani pe care o poate câștiga. Psihologii au constatat că nu vei putea câștiga nici măcar 10% mai mult sau mai puțin decât ți-ai stabilit prin imaginea de sine. Dacă câștigi cu 10% mai mult decât ți-ai stabilit, vei avea imediat un comportament de *compensare* pentru a scăpa de banii în plus. Dacă ai avut o lună grozavă și ai câștigat *mai mult* decât te-ai așteptat, vei avea un impuls irezistibil de a cheltui banii mergând la restaurant, făcând călătoriile, cumpărând haine sau altceva. Banii în plus îți vor arde buzunarul.

Dacă ai să câștigi cu 10% *mai puțin* decât ți-ai stabilit prin imaginea de sine, vei începe să *te zbați ca să obții mai mult*. Vei începe să te gândești cum să muncești mai mult timp, mai intens și mai inteligent astfel încât să-ți readuci veniturile în „zona de confort”. De îndată ce ajungi în această zonă, te relaxezi și scoți un oftat adânc de ușurare.

Redefinește-ți zona de confort

Singurul mod de a-ți crește venitul din vânzări este să-ți redefinești zona de confort relativ la suma pe care o câștigi. Unii oameni se simt bine cu un venit de 50.000\$ anual. La acel nivel, se relaxează și opresc motoarele. Pentru alții zona de confort se situează la 100.000\$ anual. Acesta este nivelul pentru care se luptă și se relaxează numai după ce îl ating.

Iată o idee grozavă la care să meditezi: există o foarte mică deosebire de aptitudini între o persoană care câștigă 50.000\$ anual și una care câștigă 100.000\$ anual. Singura diferență este că prima și-a stabilit un nivel al veniturilor mai scăzut, iar cealaltă refuză să se mulțumească cu mai puțin de 100.000\$.

Reprogramează-ți „termostatul” financiar

Nu poți câștiga niciodată mai mult decât ți-ai programat în forul tău interior. Este ca și cum ai avea un „termostat al veniturilor” care determină temperatura financiară. După cum știi, atunci când un termostat este fixat la o anumită temperatură, el va ajusta sistemul de încălzire sau răcire pentru a menține acea temperatură în cameră. În același mod, dacă te vezi ca pe o persoană în stare să câștige 50.000\$ anual, îți vei adapta continuu comportamentul pentru a menține nivelul venitului la această sumă.

Nu poți câștiga niciodată mai mult decât ți-ai programat în forul tău interior. Este ca și cum ai avea un „termostat al veniturilor” care determină temperatura financiară.

În cadrul seminariilor mele și a colaborării cu diverse companii, întâlnesc constant acest fenomen ciudat. Un vânzător își stabilește să câștige 50.000\$ sau 60.000\$ anual. Dar apoi are un an foarte bun și ajunge la 50.000\$ pe la sfârșitul lui septembrie. Deodată, aparent fără motiv, se

blochează și nu face vânzări în tot restul anului. Pare că nu reușește să se motiveze oricât de bune ar fi condițiile de piață pentru produsul său. El merge în gol până la 31 decembrie. Apoi, pe 1 ianuarie, țâșnește pe poartă ca un cal de curse și vinde din nou. În fiecare caz este vorba de imaginea de sine.

Uneori, oamenii își fixează o țintă pentru o anumită lună, dar dacă le merge foarte bine și câștigă suma stabilită până la mijlocul lunii, încetează să mai facă vânzări în următoarele două săptămâni. Abia așteaptă să vină întâi ale lunii următoare astfel încât să fie ațți din punct de vedere psihologic să reînceapă vânzările. Acest lucru este destul de obișnuit.

Eliberează-te de trecut

Mulți oameni sunt trași înapoi de faptul că se gândesc că nu este normal să câștige mai mult decât *părinții lor*. Mereu și mereu, am văzut oameni care se plafonează la un anumit nivel al veniturilor deoarece aceasta este cea mai mare sumă pe care au câștigat-o vreodată părinții lor. În subconștient, ei au luat hotărârea că *nu vor câștiga* mai mult decât acel venit. Și acest lucru devine adevărat.

Într-un caz extrem, am întâlnit un tânăr care s-a mutat de la o fermă la oraș și a obținut o slujbă ca vânzător de antene de satelit pe care le vindea fermierilor. Acest om venea dintr-o familie nevoiașă și nu câștigase niciodată mulți bani, dar recolta fusese bună în anul acela și fermierii se îngămădeau să cumpere antene de satelit de 5.000\$ bucata. El a început să câștige mai mulți bani decât a visat vreodată în viața lui.

Dar trăirea experienței de a câștiga atât de mulți bani într-un timp atât de scurt a fost atât de traumatizantă încât, după câteva vânzări realizate la începutul săptămânii, s-a dus acasă, a stins luminile în micul său apartament și s-a băgat în pat zăcând acolo în întuneric cu inima bătându-i ca un clopot. Realitatea era atât de departe de imaginea pe care și-o făcuse despre propriul venit încât stresul l-a copleșit.

Schimbă-ți modul de a gândi

Dacă vrei să-ți mărești veniturile, trebuie mai întâi să-ți atingi țintele financiare *în minte* înainte de a le putea transforma în realitate. Scopul tău ar trebui să fie acela de a crește puțin câte puțin nivelul venitului pe care îți poți imagina că îl poți câștiga, astfel încât să începi să gândești și să vizualizezi cum te-ai simți în pielea unei persoane cu venit mai înalt.

Imaginează-ți că ai ajuns *deja* la nivelul propus. Analizează cum se comportă oamenii care câștigă mai mulți bani și imaginează-ți că ești exact ca ei. Presupune că ești deja independent din punct de vedere financiar. Imaginează-ți că ai toți banii de care ai nevoie și faci vânzări numai din plăcerea de a întâlni oameni noi. Această atitudine calmă, încrezătoare, relaxată, ca și cum ai fi deja o persoană înstărită, te va ajuta să te porți în cel mai bun mod și să fii mult mai puțin stresat.

Fii realist

În procesul de construire a unei noi imagini de sine, este important să fii realist, mai ales la începutul acestui proces. Pe vremea când am aflat pentru prima dată despre puterea imaginii de sine și despre cum ea îmi poate influența veniturile, câștigam cam 30.000\$ pe an. Imediat mi-am stabilit drept scop să câștig 300.000\$ pe an. Dar în loc ca această țintă importantă să mă motiveze, în realitate *m-a demotivat*. În loc ca mintea mea să lucreze pentru a găsi o cale să câștig această sumă, mintea mea s-a blocat ca și cum un întrerupător i-ar fi stins lumina.

Am aflat mai târziu că, stabilindu-ți un scop care este cu mult prea mult deasupra a tot ce-ai realizat până atunci, mintea *îl ignoră*. După șase luni de muncă pentru realizarea acestui nou și nerealist scop, mi-am înțeles greșeala și am corectat ținta la 50.000\$ anual. Aproape imediat am început să fac progrese și curând mi-am atins ținta.