

За принципите в книгата

Как да извлечете най-голяма полза от тази книга

Целта на книгата е чрез нея да стигна до вас, читателите – при това без да ви поучавам. Макар че не ви познавам лично – през тези десет години, в които провеждах обучения, вероятно съм успял да помогна на хора като вас. Следователно възможно е да се срещнем повече от веднъж. Може да прочетете тази книга сега, а после още веднъж след месец, и всеки път да научавате различни аспекти от нея. Затова най-напред ще ви помоля да я прочетете поне два пъти.

На второ място, умишлено написах малка по обем книга, за да бъде лесно преносима, когато ви потрябва. Преди да позвъните на клиент или да се срещнете с него, прелистете книгата и прочетете дори само една препоръка. Не се старайте да намерите идеалната за случая препоръка – просто прочетете коя да е. Ако постъпите така тридесет до четиридесет пъти, ще видите, че начинът по който гледате на процеса на продажба и неговото реализиране са се променили радикално.

Трето, ще забележите, че някои концепции са изложени само на една-две страници, а групи заемат повече място. По-дългите концепции са по-обстоятелствени и включват примери от практиката, които ги илюстрират. Някои може да сметнат, че колкото по-голямо място заема един принцип, толкова по-важен е той, но вие сами трябва да прецените стойността на всеки от тях.

И накрая, вие сами можете да напишете книга с философски виждания за бизнеса си. В книгата е включен пример за персонални „правила на играта“ от човек, който посещаваше семинарите ни и изпълни препоръчаните от нас задачи.

Фундаменталните философии

В допълнение към това, че ви препоръчвам да изградите своя собствена философия въз основа на прочетеното тук, считам, че е важно да ви запозная със съществените философски концепции за продажбата, покупката и бизнеса като цяло, които съм взел за основа. Тези убеждения и предположения са възприети след хиляди часове наблюдения. Изброявам ги, без да спазвам определен ред:

Всяка продажба е персонална

Ако работата ви се състои в това да представите ползите от продуктите на компанията на потенциален клиент, то тогава сте

Един момент на прозрение
понякога струва повече от
опита на цял един живот.

Оливър Уендъл Холмс

наясно какво имам предвид, когато казвам, че всяка продажба е персонална. Да, фирмата ви има своите конкурентни предимства. Да, вие продавате най-добрите уреди от дадена сфера в целия регион. Имате и конкурентни цени. Но в най-важния

момент сте само вие и клиентът, лице в лице. И способността ви да представите добре ползите от вашия продукт – така че клиентът ви да ги разбере и да е склонен да плати за тях – е лично ваша отговорност. Лична е, и защото собствените ви мисли се намесват, докато говорите с клиента. По-ранните ви схващания могат да ви изиграят лоша шега. Страховете ви могат да излязат на повърхността в най-неподходящия момент и да объркат всичко, освен ако не сте в състояние да владеете себе си и мислите си.

Всички проблеми имат вътрешна причина

В бизнеса могат да се направят много пари от решаването на чужди проблеми. Всеки, който бяга от обсъждането на проблеми гре-

ши – точно там се крие възможността за напредък. Замисляли ли сте се, че проблемите в бизнеса най-напред започват в нечия глава – че са продукт на вътрешна борба? Така е. Вземете който и да е често срещан проблем в процеса на продажба, и аз ще се обзаложа с вас, че той отчасти е „вътре в главата“ на търговеца. Ето ви пример: „Не ми стига времето през деня“ е един от най-често срещаните отговори на въпроса: „С кой проблем най-често се сблъсквате в продажбите?“ Но погледнете фактите в дълбочина и ще откриете, че става дума за вътрешен проблем. След като задам допълнителни въпроси на клиента, винаги откривам, че не става дума за проблема „нямам време“, а за: „твърде лично ангажиран съм с проблема, за да го дам на някой друг за разрешаване“, което е свързано с „Вътрешната игра“.

Затова да не се вземе предвид типа мислене на търговеците е абсурдно. Когато четете тези съвети, бъдете готови да се справите с истинския проблем – начина ви на мислене. Това е същинският въпрос във „Вътрешната игра“, за която ще говорим много на тези страници. Тя е „мозъкът“ на продажбите, стратегията на мислене, която прилагате в бизнеса си, страховете или убежденията, които стоят зад житейското ви кредо. Тя е също така отношението ви към Вселената, което може да бъде позитивно или негативно или вашата мисловна игра, която водите със самия себе си по пътя към успеха. Силната „Вътрешна игра“ предполага възможността да постигнете следното:

Парите са добър слуга,
но много лош господар.

Френска поговорка

*Да учите, да израствате, да се развивате, да получавате повече,
да откривате нови възможности, да не се страхувате от
резултатите, да общувате безпроблемно, да имате добър имидж,
да не бъдете прекомерно ангажиран с работата, да се забавлявате,
да откривате изобилието, да бъдете добър слушател.*

ВЕЧНАТА ИГРА С **НОВИ ПРАВИЛА**

Слабата „Вътрешна игра“ ще ви говее до следното:

Страхове, притеснения, липса на хоризонти, отричане, зависимост от мнението на хората, страх от поемане на рискове, ограничаване, безпокойство, прекомерно говорене.

Ние използваме само частица от истинския си потенциал

Да, чували сте това хиляди пъти. Но достатъчно ли, за да го повярвате? Нагявам се да е така, защото е истина. Повечето изследователи на човешкия мозък ще ви кажат, че използваме от пет до седем процента от капацитета му, което означава, че работим с пет до седем процента от потенциала си. Нашата философия е, че за да

Прозрението рядко идва на минутата... Идва, когато му дойде времето и не отнякъде другаде, а отвътре.

Еугора Уелти,
„Едно място, едно време“

постигаме повече, трябва да използваме мозъка си в по-голяма степен. Когато направите съвсем малки подобрения в мисленето си, получавате качествени промени в резултатите.

Ето затова ще ви дадем храна за размисъл с настоящите идеи, с които може и да не се съгласите веднага. Но докато разсъждавате над тях, прочетете ги отново и отново, споделете ги на някоя среща на отгледа, и ще започнете да виждате работата им.

Светът е богат, без оглед състоянието на икономиката

Вярвам, че всеки от нас притежава базкраен потенциал, с който може да си служи. Той съществува, за да бъде потърсен. Той е налице,

когато имате вяра във възможностите на пазара да ви снабди с това, което желаете. Пазарът е изобилен, защото умът ви изобилства с идеи и творчество. Мислите ви са безгранични. Така че използвайте ги, за да направите богат себе си и семейството си.

Ученето е доходоносен и продължителен във времето процес, който води до натрупване на знания

Не вярвам, че хората, постигнали много, са го направили за една нощ. Винаги има по няколко такива сензации, но те обикновено стоят върху плаващи пясъци. Сериозните успехи не стават бързо и изискват усърдие и отговорност – към себе си, към личното развитие, и към компанията. Тези, които се опитват да постигнат всичко това, без да имат желание да променят начина си на мислене, ще се сблъскат с дълга зима. Знанията се натрупват, защото ние не учим на големи дози, а на малки. Ето защо ви предлагам да прочетете тази книга няколко пъти – така че мислите ви да не се влияят от предишния прочит. При този подход именно ще усетите натрупване на знания.

Внимавай със собствените си мисли. Те могат да се превърнат в гуми във всеки един момент.

Гасен

Същността

Основното правило е, че ако продължавате да гледате на продажбите като на изкуство, ще постигате по-ниски резултати, защото ще игнорирате най-важните правила на личното израстване. Вместо това гледайте на продажбите като на шофирането или като на управлението на компания, или като на ръководенето на екип, или като на спортуването. Гледайте на продажбите реалистично: като

на РОЛЯ. Така ще сте в състояние да подобрявате уменията си в тази роля.

Когато се опитваме да подобрим работата си в коя да е роля, знаем, че трябва да предприемем „стратегия на успешно ролево поведение“. Тя има две лица: вътрешната и външната игра. С други думи, ролята има психическа и физическа страна. Да подобрявате само едната от двете, означава да се ограничавате.

Пример

Да се пренесем в последната четвъртина на мач от шампионската НБА лига. Резултатът е с едно повече за противниковия отбор, часовникът отмерва 10 секунди до края, а нашият играч има право на два удара. Ако вкара и двата, отборът печели шампионата, ако пропусне – губи. Да предположим, че този играч средно е вкарвал кош в 89% от ударите си през целия сезон. Въз основа на тези факти, какви според вас са шансовете му да е успешен и двата пъти?

Преди да отговорите, нека ви попитам следното: само за шансовете за точно попадение ли говорим тук? Може би ще отговорите с „да“, но не бързайте. Играчът се намира на няколко метра от коша, все още му остават 10 секунди за стрелба. Техниката, на която може да разчита е същата. Както и виковете на публиката. Кое мислите е различното тук?

Ако играчът имаше право на същите два удара, но при оставащо време 15 минути, той вероятно би вкарал кош в 95% от случаите. Но когато напрежението се усилва, ситуацията се променя. Ако вземе играта твърде присърце, мислите ли, че техниката му няма да се повлияе от това? Ако поеме на плещите си отговорността на целия отбор, на града си, на лигата и започне да чувства цялата тази тежест, мислите ли че ще запази самообладание в нужния момент? Едва ли. Вътрешната игра – мисловната игра – на играча има най-голямо значение за успеха на удара му.

Тази ситуация не е много по-различна от тази, в която попагате, когато сте под напрежение. Може би трябва да се срещнете с генералния директор, а сте свикнали да говорите само пред началника на завода. Може би сте изправен пред съвета на директорите на компанията, но имате опит да правите презентации само пред отделни клиенти. Може би трябва да се доберете до компания, която реализира десет пъти по-голям обем продажби, отколкото останалите ви клиенти. А може би трябва да направите сделка с компания НА ВСЯКА ЦЕНА. Какъвто и да е сценарият, вътрешната ви игра е от голямо значение за резултата. Тя е фатална не за нещо друго, а за способността ви да се „фокусирате“.

Ролевото ви поведение трябва да бъде с безупречен фокус. Не бива нито за миг да забравяте, че си имате работа с клиента, не толкова със себе си. Именно способността ви да се концентрирате, а не друга стратегия ще ви помогне да увеличите доходите си. Ако целенасочено успеете да създадете атмосфера, в която клиентът ви е склонен да говори открито за тревогите и проблемите си, за желанията и нуждите си, няма значение дали се срещате с Бил Гейтс или с Били Боб Гатлин. Като успявате да бъдете фокусиран, забравяте да се тревожите за това какво мисли за вас клиентът. Не се тревожете дали ще сключите сделката или не (притесненията за сделката са препъни-камък в професионалните продажби). Не ви интересува дали името ви ще стои най-отгоре на графиката с резултатите в края на тримесечието. Не се притеснявате от това, че не сте на една и съща вълна с клиента, нито че не задавате правилните въпроси. Защото сте фокусиран върху тревогите на клиента, неговите съображения и вътрешни борби.

Когато сте в състояние да направите това, вътрешната игра става силна и ясна. Вие ще сте се отдалечили от егото си, и ще сте се насочили към душевното начало, където се крие силата ви.

Ще подхождате към всеки нов клиент и ситуация от позицията на водач – ще подтиквате клиентите си да разкриват проблемите си – и ще решавате дали сте в състояние да им помогнете. Така ще

бъдете самия себе си, без да сте принуден да носите вечната маска на досадния търговски представител, който се интересува само от собствената си изгода и бюджета си. Ще можете да давате на хората, без да се страхувате от пазара. Защо? Защото знаете, че там навън има достатъчно проблеми, които да ви направят едновременно зает и богат.

Като се концентрирате върху проблемите на клиентите, тръпате богатство за самия себе си, и гържите личните си тревоги и егоизъм извън играта. Идеите, изложени в тази книга, се отнасят именно до това: до вашите лични постижения в ролята на търговец.