

SKUTECZNE TECHNIKI IDEALNEGO SPRZEDAWCY

MISTRZOWSKIE DOMYKANIE TRANSAKЦИИ
W KAŻDYM MIEJSCU I CZASIE



MIKE KAPLAN

Tytuł oryginału: Secrets of a Master Closer: A Simpler, Easier, And Faster Way
To Sell Anything To Anyone, Anytime, Anywhere

Tłumaczenie: Wojciech Usarzewicz

ISBN: 978-83-283-2862-4

Copyright © 2012 Mike Kaplan

All rights reserved. This book or any portion thereof may not be reproduced or used in any manner whatsoever without the express written permission of the publisher except for the use of brief quotations in a book review. The scanning, uploading, and distribution of this book via the Internet or via any other means without the permission of the publisher is illegal and punishable by law.

Polish edition copyright © 2017 by Helion SA
All rights reserved.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onypress.pl/user/opinie/skutek>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onypress@onypress.pl

WWW: <http://onypress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Słowem wstępu	5
1 Czym jest sprzedaż	9
2 Trzy typy sprzedawców	17
3 Wprowadzenie	25
4 Kwalifikacja	45
5 Identyfikacja problemu	53
6 Przygotowanie prezentacji	63
7 Prezentacja	69
8 Jak stwarzać okazje do finalizacji	79
9 Kiedy zamknąć transakcję	89
10 Jak zamknąć transakcję	95
11 Obiekcje	107
12 Strefa komfortu potencjalnego klienta	129
13 Kolejna rozmowa z klientem	137
14 Leady sprzedażowe	153
15 Osobowość Finalizatora	167
16 Kiedy potrzebna Ci pomoc	175
17 Kilka słów na koniec	185
Bonus	189

1

Czym jest sprzedaż

SPRZEDAŻ TO PROCES. TO PROCES przekonywania kogoś do zakupu Twojego produktu, usługi lub pomysłu.

Proces zaś to „seria zorganizowanych działań lub zjawisk ukierunkowanych na konkretny cel lub wywołujących określone skutki”. Ktoś, kto zna i rozumie dany proces, może go z powodzeniem przeprowadzić, aby osiągnąć zamierzony cel. Jeśli nie znasz procesu związanego z zadaniem lub projektem, w które jesteś zaangażowany, doświadczasz niepewności, zagubienia. Skutkuje to kiepskimi wynikami.

Jeśli znasz dokładny proces sprzedaży i umiesz go prawidłowo wprowadzić w życie, wtedy osiągasz sukces. To fakt.

Na początku mojej kariery miałem do czynienia z wieloma technikami sprzedaży. Ślepo w nie wierzyłem, nie bardzo wiedząc, dlaczego tak naprawdę działały (o ile działały). Nie zdawałem sobie sprawy z tego, kiedy i jak najlepiej z nich korzystać. Myślałem, że skoro inni sprzedawcy korzystają z tych technik, ja też powinienem.

Takie podejście służyło mi na początku. Obserwowałem lepszych sprzedawców w firmie i gdy zauważałem działanie przynoszące dobre rezultaty, kopiowałem je. Ale wiedziałem, że nie mogę cały czas polegać na sztuczkach podkradzionych innym sprzedawcom. Musiałem zgłębić swoje zrozumienie tych technik.

Postanowiłem poświęcić część moich wieczorów na naukę technik sprzedaży od ekspertów. Zakupiłem jedną z najlepszych serii wykładów na temat sprzedaży, o jakiej wtedy słyszałem (aktualnie znana jako „Back to the Future in Sales”), stworzoną przez J. Douglasa Edwardsa, nazywanego „ojcem amerykańskiej sprzedaży”. Słuchałem tych taśm w kółko każdego wieczora, robiąc notatki na temat technik, które wydawały mi się sensowne, które mogłem wprowadzić w życie. Na małych karteczkach zapisywałem słownictwo, które wydawało mi się odpowiednie dla mojego produktu i branży.

Następnego dnia w pracy umieściłem te karteczki przed sobą, by je dobrze widzieć, kiedy dzwoniłem z ofertami. Testowałem technikę w odpowiednim czasie w trakcie rozmowy i notowałem efekty tych działań. Każdą technikę testowałem trzykrotnie, by sprawdzić, czy faktycznie działa. Jeśli działała, dodawałem ją do mojego zestawu sztuczek sprzedażowych. Jeśli nie działała, trafiała do kosza.

Robiłem tak przez kolejne miesiące, w miarę przesłuchiwania wykładów Edwardsa, a potem robiłem to samo z innymi wykładami i książkami, które wpadły mi w ręce. W rezultacie zbudowałem pokaźną kolekcję sprawdzonych technik sprzedażowych, o których wiedziałem, że dają efekty.

Choć nauczyłem się wielu nowych technik i poprawiłem wyniki mojej, wciąż miałem wrażenie, że coś jest nie tak. W mojej głowie fruwała spora ilość wykutych na pamięć technik, z których mogłem czerpać do woli, ale czułem, że coś mi umyka, coś podstawowego. To coś powstrzymywało mnie przed całkowitym rozwinięciem skrzydeł.

Zastanawiałem się, czy istnieje jakiś fundamentalny zestaw praw i zasad leżący u podstaw każdej sprzedaży, który pomógłby mi zrozumieć i uporządkować opanowane przeze mnie techniki. Czy istnieje uniwersalny, wspólny dla każdej transakcji szkielet? Czy istnieje zestaw kroków lub jednolity proces charakteryzujący wszystkie udane sprzedaże?

Postanowiłem rozłożyć sprzedaż na czynniki pierwsze, zaczynając od końca i posuwając się wstecz do samego początku. Dzięki temu miałem pewność, że uchwycę każdy krok procesu.

Zacząłem od pytania: „Co jest ostatecznym etapem sprzedaży?”. Odpowiedź była oczywista. Ostatni etap sprzedaży to ten, kiedy potencjalny

klient zakupił produkt czy usługę. Mając to na uwadze, zastanowiłem się, co dokładnie musi się wydarzyć, *zanim* klient zakupi towar, by transakcja okazała się pomyślna. A gdy już udzieliłem sobie odpowiedzi na to pytanie, zadałem kolejne. Brzmiało ono: „Co musi się stać przed tym, by *tamto* się stało?”. I tak dalej, rozkładając proces wstecz aż do pierwszego kroku, który uruchamia sprzedaż.

Może zbyt to uprościłem, ale dzięki powyższej technice odkryłem kluczowe etapy procesu sprzedaży, które wcześniej mi umykały! Te brakujące ogniwa, jak się okazało, były tym, co tworzyło różnicę między przeciętnym a doskonałym sprzedawcą.

Dzięki odkryciu tych elementów posiadałem plan, którym mogłem się kierować w każdej sprzedaży.

Sprzedaż doskonała w 8 krokach

Potencjalny klient staje się właścicielem produktu

↑

8. Klient kupuje produkt Zamknięcie

↑

7. Klient pragnie produktu

↑

6. Klient jest świadomy produktu i tego, jak rozwiązuje on jego problemy

↑

5. Uwaga klienta jest kierowana
na funkcje lub korzyści płynące z produktu Prezentacja

↑

4. Klient pragnie rozwiązania problemu, chce znaleźć rozwiązanie

↑

3. Identyfikacja problemu klienta

↑

2. Klasyfikacja

↑

1. Wprowadzenie Etap wstępny

Widzisz, jak to działa?

Zanim ktoś stanie się **właścicielem** produktu, musi go najpierw **ku- pić**, co oczywiste. Zanim go kupi, musi go **chcieć**. Zanim go zechce, **musi zrozumieć**, jak produkt ten rozwiąże jego problemy. By tak się stało, **uwagę** potencjalnego klienta musimy **skierować** na **funkcje** produktu, które mogą rozwiązać jego problemy, oraz na **korzyści** z produktu płynące. A tego nie uzyskamy, dopóki klient nie **zechce rozwiązać swoich problemów**. To zaś się nie stanie, dopóki **problem** nie zostanie **zidentyfikowany**.

Kroki te mieszczą się w trzech głównych fazach sprzedaży:

Etap wstępny → Prezentacja → Zamknięcie (finalizacja)

Kiedy uświadomiłem sobie te wszystkie kroki, po raz pierwszy osiągnąłem pełne zrozumienie procesu sprzedaży, a gdy nauczyłem się, jak realizować każdy z tych kroków, moja pewność siebie i odsetek finalizacji poszybowały w górę. Doskonale zdawałem sobie sprawę z tego, dokąd się kieruję, rozpoczynając każdą transakcję. W każdej chwili wiedziałem, na którym etapie procesu się znajduję i jak doprowadzić ten proces do zamknięcia.

Jeśli któregokolwiek z tych kroków zabraknie, trudno Ci będzie coś sprzedać, ponieważ każdy krok jest fundamentalnym elementem układanki pozwalającym na finalizację sprzedaży. Każdy z elementów budowany jest na bazie wcześniejszego. Każdy krok wykonujemy zatem, by móc postawić kolejny. Jeśli zaś któryś pominiemy lub źle go wykonamy, może to mieć niekorzystny wpływ na ostateczny wynik transakcji.

Przykładowo, jeśli przejdiesz do prezentacji zalet produktu, zanim zidentyfikujesz problemy i potrzeby potencjalnego klienta, możesz znacząco zredukować swoje szanse na udaną sprzedaż. Podobnie się stanie, jeśli nie zaangażujesz klienta i nie wzbudzisz w nim chęci do rozwiązania jego problemów bądź gdy w ogóle nie zainteresujesz go swoją prezentacją. Szanse powodzenia obniżysz również wtedy, kiedy wspomnisz o cenie produktu, zanim wzbudzisz u klienta chęć posiadania tego, co mu oferujesz.

Złe wyniki uzyskasz także wówczas, gdy nie będziesz potrafił wykonać danego kroku. Albo też kiedy nie uda Ci się rozpoznać, że dany krok został już wykonany i zrealizowany, co może przeszkodzić w przejściu do dalszego etapu.

Kolejne rozdziały dokładnie omówią każdy z elementów naszej „Sprzedaży doskonałej”. Zaczniemy od samego dołu, omówimy cel planu, proces jego realizacji i przykładowe słownictwo.

Kiedy zrozumiesz już każdy z etapów planu i cel ich realizacji, będziesz w stanie stworzyć własny zestaw słownictwa i sformułowań, dopasowany do Twojej branży, produktu czy usługi. Potem wystarczy go przetestować w praktyce.

Plan „Sprzedaży doskonałej” jest skuteczny w większości branż czy produktów, ale spodziewaj się, że w Twoim wypadku będą wymagane pewne modyfikacje. Jeśli zajdzie taka potrzeba, sugeruję, byś zrobił dokładnie to samo co ja w przeszłości i rozłożył proces na czynniki pierwsze. Zaczynij od finalnego etapu i przeanalizuj proces wstecz, krok po kroku, aż odkryjesz elementy unikalne dla Twojej branży czy produktu.

Każdy z rozdziałów kończy się zestawem ćwiczeń, które pomogą Ci w opanowaniu zasad omówionych w danym rozdziale. Jeśli naprawdę chcesz zostać sprzedawcą doskonałym, sugeruję, byś nie pomijał tych ćwiczeń.

Ćwiczenia

Odpowiedzi napisz na osobnej kartce.

1. Czym jest sprzedaż?
2. Rozłóż na czynniki pierwsze proces sprzedaży swojego produktu lub usługi (tych, które sprzedajesz). Zobacz, czy różni się on od nakreślonego przeze mnie planu w 8 krokach. Zaczynij od pytania: „Jaki jest ostateczny etap mojej sprzedaży?” i zapisz odpowiedź. Potem zastanów się, co *dokładnie* musi się wydarzyć, *zanim* ten ostateczny etap zostanie zrealizowany. Zanotuj odpowiedź. Kontynuuj zadawanie pytań, aż dotrzesz do pierwszego etapu, do wprowadzenia. Zadając pytania, postaw się na miejscu potencjalnego klienta i pomyśl, co musi się wydarzyć w jego przypadku na każdym etapie procesu.
3. Nakreśl własny plan sprzedaży i umieść go w miejscu, w którym będziesz go widział, na przykład na biurku.
4. Jakie są trzy główne fazy sprzedaży?
5. Podaj dwa przykłady kroków, których może zabraknąć w procesie sprzedaży. Czym może skutkować taki brak?
6. Co powinieneś wiedzieć o każdym z etapów planu „Sprzedaży doskonałej”, zanim opracujesz słownictwo lub sformułowania dla tego kroku?

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

Mistrz finalizacji w popisowej akcji!

Wyobraź sobie świat bez agentów nieruchomości, właścicieli sklepów i warsztatów, antykwariuszy, ubezpieczycieli, konsultantów i miliona innych zawodów, w których sprzedaż jest niezbędnym elementem codziennej pracy. Nie sposób to zrobić, prawda? Mnóstwo ludzi zajmuje się sprzedażą. Trudno jednak spotkać kogoś, kto umie bez większego wysiłku zamykać szybko kolejne transakcje, a jednocześnie zamieniać swoich klientów w zagorzałych fanów, wszem wobec opowiadających, jak bardzo są zadowoleni z zakupu i kontaktu ze sprzedawcą. Ale czasem się zdarza, czyż nie? Nie uważasz, że najwyższy czas poznać tajemnice takich osób i dołączyć do ich grona? To świetna perspektywa, osobista i finansowa. Sam się przekonaj!

Ta książka pomoże Ci zyskać wiernych klientów, ponieważ mówi o sprzedaży, w której liczą się szczerść, szacunek, zrozumienie potrzeb kupującego i odpowiednie do niego nastawienie. Sprawdź, jak przeprowadzić sprzedaż marzeń, po której każda ze stron ma poczucie satysfakcji i spełnienia.

Dla początkujących, jeśli chcą szybko zacząć działać z zyskiem!
Dla zaawansowanych, jeśli chcą zysk podwoić!

MIKE KAPLAN

jest odnoszącym sukcesy przedsiębiorcą z ponad 25-letnim doświadczeniem w biznesie. Zbudował trzy firmy sprzedażowe o wartości wielu milionów dolarów i posiada szerokie kompetencje w obszarach: sprzedaży, marketingu, zarządzania oraz finansów. Pomógł wielu właścicielom przedsiębiorstw zwiększyć efektywność procesów sprzedażowych i wielokrotnie przychodzi. Bestseller *Skuteczne techniki idealnego sprzedawcy* bazuje na autorskim programie szkoleniowym Mike'a, który pozwolił tysiącom handlowców stać się mistrzami finalizacji, a jednej z jego własnych firm zostać „najszybciej rozwijającym się przedsiębiorstwem” na liście Inc. 500.

Poznaj osiem szczegółowych etapów sprzedaży i realizuj je poprawnie, a zamkniesz nieskończenie wiele transakcji.

Odkryj prawdziwy cel prezentacji oraz niezwykle ważny, a często ignorowany etap transakcji, który musisz zrealizować na samym początku. Jeśli za każdym razem popełniasz ten drobny błąd, jeden rozdział wystarczy, by podwoić Twoją sprzedaż.

Zacznij się orientować, którym klientem konkretna oferta naprawdę odpowiada i czy będą w stanie za nią zapłacić. Czas jest Twoim najcenniejszym zasobem. Jeśli go marnujesz, tracisz pieniądze.

Dowiedz się, jak z łatwością tworzyć mnóstwo okazji do finalizacji transakcji i natychmiast z nich korzystać. Oto największy atut każdego mistrza finalizacji. Opanuj tę umiejętność, a Twoje zyski poszybują w górę.

Zrozum, dlaczego znajomość wielu technik zamykania transakcji nie jest wcale konieczna. Opanuj opisaną tu jedną jedyną, prostą technikę, a będziesz w stanie zamknąć wszystkie transakcje.

Sprawdź proste techniki zamiania zastrzeżeń klienta w okazje do finalizacji. Korzystaj z tej wiedzy i przestań się bać obiekcji ze strony dowolnego rozmówcy.

książkiklasybusiness

Księgarnia Internetowa:
<http://onepress.pl>

Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900
0 601 339900

one
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://onepress.pl/nowości>

Hellon SA
ul. Kalsztalski f.c., 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

ISBN 978-83-283-2862-4



9 788328 328624

ceną 37,00 zł