

Patent sprzedawcy

MAGDALENA WYSOK



GRZEGORZ WYSOK

PRZYPADEK NIE ISTNIEJE.
CHODZI O SPOSÓB DZIAŁANIA.

Ten darmowy ebook zawiera fragment
pełnej wersji pod tytułem:

„Patent sprzedawcy”

Aby przeczytać informacje o pełnej wersji, [kliknij tutaj](#)

Darmowa publikacja dostarczona przez

eBookInfo.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

© Copyright by Wydawnictwo **Złote Myśli**

& Magdalena Wysok, Grzegorz Wysok
rok 2010

Data: 22.09.2010

Tytuł: Patent sprzedawcy – fragment utworu

Autor: Magdalena Wysok, Grzegorz Wysok

Projekt okładki: Janusz Skierkowski

Redakcja: Magdalena Michalak, Sylwia Fortuna

Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: [www. ZloteMysli.pl](http://www.ZloteMysli.pl)

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” 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 „Złote Myśli” nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

Spis treści

<u>Wstęp</u>	11
<u>Jak korzystać z zawartej tu wiedzy</u>	12
<u>Zawód sprzedawca — dla kogo?</u>	13
<u>Kogut czy lew — kto może się nadawać?</u>	13
<u>Sprzedaż — droga na skróty do kariery</u>	15
<u>Patent pierwszy: Chłopiec, który staje się mężczyzną</u>	17
<u>Sukces jest podróżą, nie celem</u>	18
<u>Chcę żyć i sprzedawać</u>	19
<u>Historia konsekwentnego Marka, lidera sprzedaży</u>	19
<u>Gorszy dzień</u>	21
<u>Postawa samuraja</u>	21
<u>Właściwa postawa samuraja!</u>	25
<u>Patent drugi: Panie, kup Pan! Czyli od kogo kupują klienci</u> ...28	
<u>Wagon puszczony po torach</u>	30
<u>Nowicjusz kontra stary wyjadacz</u>	32
<u>Nowe patenty na starą sprzedaż?</u>	33
<u>Zwycięski lew, przestraszony kogut</u>	35
<u>Czego potrzebujesz, aby być numerem jeden?</u>	36
<u>Czym mogę służyć?</u>	38
<u>Patent trzeci: Przygotowania himalaistów</u>	42
<u>Czym jest przygotowanie</u>	42
<u>Sześć godzin z ośmiu poświęć na ostrzenie siekiery</u>	44
<u>Żołnierz na defiladzie</u>	46
<u>Leniuchowałeś o poranku, będziesz przyłapany w pełnym słońcu!</u>	47
<u>Patent czwarty: Pragnienie kontra słaba potrzeba</u>	49
<u>Pragnienie</u>	49
<u>Co w takim razie sprzedaje?</u>	50
<u>Entuzjasta sprzedający parasolki przeciwdeszczowe na plaży</u>	51
<u>Zacznij działać z entuzjazmem</u>	53

<u>Patent piąty: Teoria kontra doświadczenie</u>	54
<u>Pożywny obiad z wiedzy</u>	54
<u>Czytaj dla siebie każdego dnia przez godzinę</u>	55
<u>Telewizor plazmowy kontra książka</u>	57
<u>Wieczny myśliciel</u>	58
<u>Wdrap się na największą górę, a znajdziesz skarb</u>	59
<u>Zapakuj do plecaka entuzjazm</u>	59
<u>Patent szósty: Wartości ujawniają się w działaniu</u>	61
<u>Pokochaj siebie</u>	62
<u>Gdy jesteś w pracy — pracuj!</u>	62
<u>Czas wymień na złoto</u>	63
<u>Dużo potu i łez</u>	65
<u>Patent siódmy: Kropla miodu zwabi więcej pszczoł niż galon żółci</u>	66
<u>Przekonuj, zamiast zmuszać</u>	66
<u>Zainterесuj rozmówcę swoją osobą</u>	68
<u>Bądź przewidujący!</u>	70
<u>Patent ósmy: Nie bądź na każde zawołanie</u>	73
<u>Kontroluj swoje współczynniki</u>	74
<u>Zapomnij o kliencie i swojej sprzedaży</u>	76
<u>Patent dziewiąty: Naucz innych szacunku dla siebie</u>	80
<u>Kto Cię motywuje, ten Cię kocha</u>	81
<u>Starzy przyjaciele zawiedli? Znajdź nowych!</u>	81
<u>Patent dziesiąty: Zrozumieć chińską mowę</u>	83
<u>Chiński w przekładzie na polski, czyli jaki jest cel Twojego przekazu</u>	85
<u>Zrozumiały dla wszystkich</u>	88
<u>Dlaczego nikt Cię nie rozumie</u>	89
<u>To, co mówisz Ty, inni muszą widzieć, a nie jedynie słyszeć</u>	90
<u>Papuga, która powtarza</u>	91
<u>Ilustracja, ilustracja i jeszcze raz ilustracja</u>	92
<u>Patent jedenasty: Sztuka współżycia z ludźmi</u>	94
<u>Pozwól klientowi kupować</u>	96
<u>Wyróżniaj się i zawsze doradzaj z elegancją</u>	99

<u>Patent dwunasty: Doskonały rozmówca</u>	101
<u>Definicja doskonałego rozmówcy</u>	102
<u>Patent trzynasty: Zdobądź nowych klientów</u>	115
<u>Network marketing w sprzedaży</u>	115
<u>Prezentacja oferty</u>	116
<u>Jak się przygotować</u>	117
<u>Następny i najważniejszy krok</u>	118
<u>Co dalej</u>	118
<u>List tradycyjny</u>	119
<u>Jak kompletować listę</u>	121
<u>Podsumowanie</u>	122
<u>Lektury obowiązkowe</u>	124

Zawód sprzedawca — dla kogo?

Kogut czy lew — kto może się nadawać?

Możecie mi odebrać fabryki i pieniądze, ale pozostawcie mi moich sprzedawców, a w ciągu kilku lat odzyskam wszystko.

ANDREW CARNEGIE

Długo się nad tym zastanawialiśmy i doszliśmy do wniosku, że w dzisiejszych czasach zawód ten wykonują w znacznej mierze ludzie bez powołania. Są na stanowisku sprzedawcy, bo akurat tam najłatwiej można było znaleźć pracę: „Potrzebowali, to poszedłem”, „Poszłam, bo innej pracy nie udało mi się znaleźć”. Czy dobrze, że tak się dzieje? Niestety, bardzo źle, z ogromną stratą dla najbardziej zainteresowanych, czyli klientów.

Takie podejście powoduje, że zatrudniony na stanowisku sprzedawcy jest jedynie wyrobnikiem, bez krzty zapału i własnej inicjatywy. Przez to nie osiąga sukcesów, a jest jedynie sfrustrowany, co jeszcze mocniej odstrasza od niego klientów.

W pracy handlowca nie ma nic za darmo i nie można jej wykonywać od ósmej do szesnastej, a później wrócić do domu i czekać na „zasłużoną” wypłatę. Tutaj wszystko zależy od Twojego zaangażowania

i chęci. Twoje zarobki są wynikiem podejścia do tego, co robisz każdego dnia.

Jeżeli jest w Tobie wielkie pragnienie odniesienia sukcesu w tej branży i wierzysz w to, że możesz ten sukces osiągnąć — to gratulujemy, ponieważ jedną nogą jesteś już prawdziwym handlowcem. Teraz do chęci wystarczy dodać ciężką pracę i wkrótce zostaniesz MISTRZEM SPRZEDAŻY.

A może myślisz bardziej o założeniu własnej firmy — w takim razie jeszcze lepiej, bo to właśnie umiejętności sprzedażowe wzniosą Cię na wyżyny. Do wszystkich innych czynności można zaangażować kogoś innego. Dobrym sprzedawcą lepiej być samemu.

Dla siebie bądź twardy i nieugięty, wobec ludzi otwarty i pokorny.

Pamiętaj jednak, że jeżeli decydujesz się na tę drogę, to nie ma tu miejsca na rezygnację i brak cierpliwości. Cofasz się, gdy poddajesz się choćby na jeden dzień. Tu każda przegrana bitwa może przełożyć się na klęskę całej wojny.

Dlatego zamiast wciąż analizować swoje wnętrze i przeżywać na nowo to, co Ci nie wyszło, szukaj możliwości wzięcia inicjatywy we własne ręce. Bierz na siebie odpowiedzialność i przestań się migać od trudnych zadań czy decyzji. Wykaż się etyką zawodową i entuzjazmem. Dokonuj rzeczowych prezentacji swoich produktów i osiągnięć, a według nas nie powinieneś mieć problemu ze sprzedażą.

Przekonany? Czytaj dalej.

Sprzedaż — droga na skróty do kariery

Z ogólnopolskiego badania: Sprzedaż: żmudna praca dla wytrwałych czy droga do kariery?, mówiącego o postrzeganiu zawodu sprzedawcy w naszym kraju, wynika, że to właśnie pracownicy działu sprzedaży są filarami firmy.

Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Sprzedażą przepytало grupę 239 menedżerów oraz 241 studentów. Wyniki badania zaskoczyły zarówno ekspertów tej branży, jak i samych pracowników. Do tej pory sprzedawca kojarzył się bardziej z ekspedientem w sklepie osiedlowym niż osobą mającą wpływ na kondycję firmy. Większość handlowców była przekonana, że ich zawód jest negatywnie odbierany przez społeczeństwo.

— W dzisiejszych realiach konkurencyjnego i nasyconego rynku firma nie może liczyć na sukces, jeśli nie ma sprawnego i dobrze zarządzanego działu sprzedaży. Dla większości firm produkcyjno-usługowych stanowi on trzon działalności — mówi Michał Okoń, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w firmie Marvipol Development. — Dobry handlowiec potrafi tak sprzedawać, że firma w ogóle nie odczuwa wahań koniunktury, a to jest szczególnie ważne w branży budowlanej. Najlepsi moi handlowcy sprzedają po dziesięć mieszkań w miesiącu.

Dawniej, kiedy ktoś mówił innym, że zajmuje się sprzedażą, był za-wstydzony, a może nawet i zażenowany. Dziś najlepsze firmy nie wyobrażają sobie swojego istnienia bez handlowców.

Ciekawostka — wymagany dyplom sprzedawcy

W Stanach Zjednoczonych wiele firm w aplikacjach kandydatów na stanowiska sprzedażowe doszukuje się informacji o certyfikatach takich, jak Certified Sales Professional (CSP) czy Certified Professional Manufacturers' Representative (CPMR).

Można oczekiwać, że niebawem również w Polsce dyplomy potwierdzające umiejętności sprzedażowe kandydata będą powszechnie wymagane przez rekrutujących.

Według nas byłoby to korzystne rozwiązanie, bo przecież to właśnie na sprzedawcy spoczywa największa odpowiedzialność. Dlaczego więc nie zatrudniać tych, którzy się w tym zawodzie specjalizują?

Patent trzeci Przygotowania himalaistów

Prawdziwe przygotowanie to wydobyć czegoś z samego siebie, to zebranie i uporządkowanie własnych myśli, to pielęgnowanie i kształtowanie własnych przekonań.

DALE CARNEGIE

Czym jest przygotowanie

Pragniesz być pewny siebie? Zatem zrób wszystko, co konieczne, by to zdobyć.

„Doskonała miłość usuwa lęk”¹ — napisał apostoł Jan.

Z przygotowaniem jest tak samo. Daniel Webster, znany mówca, powiedział kiedyś, że lepiej byłoby, gdyby stanął przed widownią niekompletnie ubrany niż słabo przygotowany.

Pewien uznany na całym świecie szkoleniowiec tak powiedział o swoich studentach:

— Przeszkoliłem setki przedstawicieli handlowych i wielu pracowników obsługi klienta. Ich główny problem — to brak świadomości,

¹ 1J 4:18 (Biblia Tysiąclecia).

jak ważna jest dogłębna znajomość swoich produktów oraz zdobycie takiej wiedzy jeszcze przed nawiązaniem kontaktu z klientem. Wielu z nich po prostu chciało dostać produkt czy poznać nazwę usługi i iść sprzedawać, ani przez chwilę nie pomyśleli o dogłębnej analizie tego, co przyjdzie im proponować. Wciąż musiałem tłumaczyć: „Nie zdobywasz całej tej wiedzy dla swojego klienta, ale dla siebie samego, dla swojej korzyści. Jeśli poznasz swój produkt od a do z, będziesz go czuć w sposób, który trudno wytłumaczyć. Będziesz tak pozytywnie naładowany, tak uzbrojony i umocniony w swoim podejściu do tego, co robisz, że klientom trudno ci będzie się oprzeć, a konkurencji pokonać”.

Jak ważne jest przygotowanie i odpowiednie podejście do tematu, przekonała się Katarzyna, dyrektor biura nieruchomości:

— Moje początki były bardzo trudne, chociaż w poprzedniej firmie miałam do czynienia bezpośrednio z klientami, to sprzedaż okazała się ogromnym wyzwaniem. Pierwszy klient był muzykiem i miał absolutny słuch. Pokazałam mu trzydzieści trzy mieszkania i coraz trudniej było mi uwierzyć, że cokolwiek mu sprzedam. Brak doświadczenia spowodował, że nie zadałam mu odpowiednich pytań (dotyczących jego zawodu i związanych z tym potrzeb). Klient zdecydował się na trzydzieste trzecie mieszkanie, jednak nie trwałoby to tak długo, gdyby na samym początku pojawiły się właściwe pytania z mojej strony. A tak niestety błędziłam wraz z nim bardzo długo. Umęczyliśmy się obydwój, jednak nie dawałam za wygraną

i wreszcie udało się trafić w to, co zaspokoilo jego potrzeby. Myśl o tym, że można było to załatwić dużo wcześniej, nie dawała mi spokoju jeszcze przez długi czas.

Doświadczona historyczka z Kanady, poproszona przez magazyn „McClure” o napisanie krótkiego artykułu o transatlantyckim kablu telegraficznym, pojechała aż dla Londynu (!), by zdobyć potrzebne informacje. Następnie udała się do Muzeum Brytyjskiego (!), by przyjrzeć się różnym rodzajom przewodów eklektycznych. Sięgnęła też po książki tematyczne. Na własne oczy widziała proces konstrukcji kabli, a to wszystko po to, aby poznać więcej faktów i poczuć temat.

Jej artykuł, choć krótki, był mocny i sugestywny.

Sześć godzin z ośmiu poświęć na ostrzenie siekiery

Możesz osiągnąć wszystko, jeżeli tylko pamiętasz, że potrzeba na to wystarczająco dużo czasu.

AUTOR NIEZNANY

Znam pewną historię, która mocno utkwiała w moich myślach. Pamiętam ją jeszcze z czasów, kiedy na temat sprzedaży nie wiedziałam nic, ba, nawet nie chciałam wiedzieć. Swoje miejsce widziałam

zupełnie gdzie indziej i przez myśl mi nie przeszło, że mogę tu „wyłądować”.

Historia mówi o wielkiej wytrwałości i głębokim zrozumieniu słowa: „przygotowanie”. Swego czasu mój mąż miał okazję pracować z niezwykłym handlowcem, zupełnie niepozornym, bardzo skromnym, ale jak się okazało, nad wyraz wytrwałym i znającym swoją wartość.

Wspomniany handlowiec, potrzebował aż siedmiu lat niewiarygodnie ciężkiej pracy i ogromnych wyrzeczeń, aby się przebić i stać kimś zauważalnym w swojej branży. Ale nie to jest najbardziej inspirowane. W całej tej historii najmocniej zdumiewa to, że ów człowiek NIGDY, ale to nigdy nie narzekał. Wolał mówić, że bardzo go to przekształca i jest to czas wielkiej nauki.

— Chciałem być najlepszy, ale nie dla prestiżu czy bogactwa, ale dla zmian, które ten czas wyrył w moim charakterze. Dlatego wiedziałem, że ta nauka jest mi potrzebna.

Niewiarygodne! Spójrz tylko na to nastawienie. Pomyśl, ile można byłoby zdziałać z takim podejściem. Choć ból na pewno przeszywał go ogromny, on stał nieustraszony jak żołnierz na nocnej warcie. Poskromił siebie tak bardzo, że obecnie jest jednym z najlepiej opłacanych ludzi w sprzedaży.

Mądry człowiek wie, że nie marnuje czasu, przygotowując się. Wie również, że im lepsze przygotowanie (poznawanie zawodu, uczęsz-

czanie na szkolenia, kursy, czytanie książek itd.), tym większe są szanse na sukces. Nawet kiedy inni mówią, że już wystarczy, że już dość się przygotowałeś, nie daj się zwieść. Pracuj i przygotowuj się dalej. Aż sam poczujesz, że nadszedł czas, aby to przygotowanie wykorzystać i obrócić je w triumf.

Żołnierz na defiladzie

Żołnierzem stajesz się w okopach, a nie na paradach wojskowych. Stopnie zdobywasz na ćwiczeniach, a nie na defiladach. Rzeźbiarz, który ma zamiar stworzyć arcydzieło, najpierw musi naostrzyć swoje narzędzia.

Spadochroniarz może podjąć ryzyko skoku, ponieważ wcześniej przygotował się do niego. Poświęcił czas na ćwiczenia teoretyczne i praktyczne, nauczył się, jak używać spadochronu. Dobre i staranne przygotowanie zminimalizuje ryzyko wypadku. Aby Twój skok ze spadochronem się udał, musisz zapłacić określoną cenę. Ceną tą jest przygotowanie!

Bądź zdyscyplinowany w swoim osobistym życiu, a na pewno osiągniesz sukces! Czy na pewno robisz to, co musisz robić, by zdobyć to, co chcesz? Czy przystawiłeś miarę do tego, co pragniesz osiągnąć?

Większość z nas chce otrzymać rzeczy wyśnione bez spełnienia jakichkolwiek warunków. Ludzie często marzą o wielkim sukcesie, ale nie chcą ponieść związanych z tym kosztów. Nie chcą się przygotować, aby osiągnąć sukces, ale chcą, by on sam przez przypadek się pojawił.

Henry Ford powiedział, że „właśnie przygotowanie jest sekretem sukcesu”.

Bokser nie staje się mistrzem na ringu, ale podczas codziennych treningów! Zwycięstwo jest kwestią codziennego przygotowania, a nie samych oczekiwań.

Leniuchowałeś o poranku, będziesz przyłapany w pełnym słońcu!

Źle jest wciąż leniuchować, ale jeszcze mniej roztropnie zostać przyłapanym na braku przygotowania.

Jeśli nie przygotujesz się na dzień jutrzejszy, nie zdobędziesz tego, co jest daleko. Jeśli nie przygotujesz tego, co łatwe, nie zdobędziesz tego, co trudne. Jeśli nie przygotujesz tego, co proste, nigdy nie osiągniesz rzeczy skomplikowanych. Jeśli nie przygotujesz siebie, nigdy nie będziesz w stanie przygotować innych².

² Sh.Owens, *Naostrz siekiere*, Szczecin 2001.

Przygotowanie to najważniejsza lekcja, którą musisz sumiennie odrobić.

W małej czy dużej sprawie zwycięstwo należy do tych, którzy analizują i są przygotowani. Przygotowanie pozwala zauważyć okazję, którą dostrzegą tylko pilni uczniowie.

Finalizacja Twojej transakcji zaczyna się przed umówieniem jakiegokolwiek spotkania, ba, nawet wcześniej, zanim zadzwonisz do potencjalnego klienta. Rozpoczyna się w fazie przygotowań!

Słyszałeś kiedyś o starożytnym chińskim mędrцу Sun Zi, który jest autorem książki nazwanej „książką wszech czasów” — Sztuka wojny? Ten mędrzec żyjący w VI w. p.n.e. napisał: „Losy bitwy decydują się z góry!”.

Tak samo jest w sprzedaży.

Jeden z wiodących sprzedawców towarzystw ubezpieczeniowych na pytanie: „Jak przygotowuje się pan do rozmów finalnych?” odpowiedział: „Moje przygotowanie polega na tym, że już z góry zakładam, iż w 60–70 procentach rozmów będę musiał walczyć o zamówienie, bo klient będzie chciał sobie jeszcze wszystko przemyśleć albo coś mu się nie będzie podobało. Dlatego muszę być bardzo dobrze przygotowany”.

Przygotowanie jest ważniejsze nawet od Twojego nastawienia, bo tak naprawdę jeżeli będzie ono pełne, okoliczności przestaną mieć znaczenie.

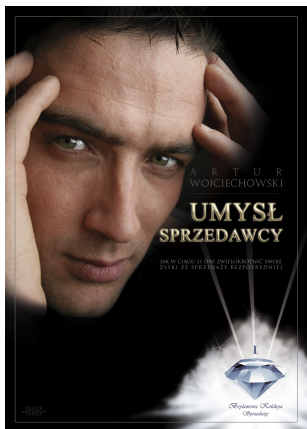
Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Czy jeszcze potrzebujesz jakiegoś argumentu, aby przekonać Cię, że „Patent Sprzedawcy” jest właśnie dla Ciebie? Pomyśl więc w ten sposób. Obserwując najzwyczajniejsze dzień, nie sposób się obejść bez umiejętności sprzedaży.

<http://patent-sprzedawcy.zlotemysli.pl>

Poznaj całą drogę od pierwszych kroków do sukcesu w sprzedaży.





Umysł sprzedawcy

Artur Wojciechowski

Jak w ciągu 21 dni zwiększyć swoją skuteczność i z wielokrotnie zyski, jakie generuje Ci sprzedaż bezpośrednia?

Być może nie jest to dla Ciebie oszałamiająca wiadomość, ale moje dochody wzrosły 8-krotnie, kiedy zastosowałem metody zawarte w publikacji „Umysł sprzedawcy”.

Artur Wojciechowski, autor

Większość osób powie: „niemożliwe” i nigdy nawet nie spróbuje tego osiągnąć. Czy Ty też wyżej cenisz swoje wyobrażenia o tym, co jest nieosiągalne od faktów? A fakt jest taki, że wszyscy mamy do dyspozycji 24 godziny. Jedni w tym czasie osiągają sukcesy, a inni mówią, że to niemożliwe. Ja przekonałem się na własnej skórze, że jest to możliwe. Ty także możesz.

Już za chwilę zdobędziesz sprawdzoną w praktyce wiedzę oraz...

- Dowiesz się, dlaczego ludzie zajmujący się sprzedażą ponoszą klęski.
- Zrozumiesz, dlaczego klienci nie kupują.
- Zrozumiesz, dlaczego odczuwasz niechęć do sprzedawania.
- Rozpoznasz myśli, które Ci przeszkadzają skutecznie sprzedawać.
- I nauczysz się, jak te informacje wykorzystać na swoją korzyść!

Książkę możesz zamówić na stronie Wydawnictwa Złote Myśli:

<http://sprzedaz-bezposrednia.zlotemysli.pl>.



Klucz do umysłu klienta

Jan Batorski

Jeżeli zajmujesz się sprzedażą lub po prostu Twój sukces zależy od umiejętności w tym zakresie, to prawdopodobnie chcesz dowiedzieć się...

Co różni genialnych sprzedawców od nieudolnych akwizytorów?

Tak naprawdę najbardziej spektakularne sukcesy w sprzedaży osiągają ci, którzy wiedzą, jak wpłynąć na decyzję swoich

klientów. No właśnie, wszystko wydaje się proste, jednak w jaki sposób odkryć, czego dokładnie chcą kupujący? Odpowiedź tkwi w zrozumieniu, jak działa nasz umysł w momencie podejmowania decyzji o zakupie. I tutaj z pomocą może przyjść Ci „Klucz do umysłu klienta” będący kompletnym przewodnikiem, który bez zbędnego lania wody przeprowadzi Cię od „nie” do „tak” w sprzedaży.

Z książki tej dowiesz się m.in.:

- jak działa 14 złotych zasad sprzedaży opartej na potrzebach klienta.
- poznasz prawdziwą szkołę zadawania pytań, które naprowadzą Twojego rozmówcę na korzystną dla Ciebie decyzję;
- jak prowadzić rozmowę handlową, tak aby zakończyła się sukcesem;
- jak zyskać przewagę nad konkurencją, stosując jeden z najbardziej lekceważonych przez sprzedawców elementów rozmowy handlowej.

Książkę możesz zamówić na stronie Wydawnictwa Złote Myśli:

<http://klucz-do-umyslu.zlotemysli.pl>.



Recepta na sprzedaż

Julita Kostecka

Teraz możesz dowiedzieć się, jak naprawdę zostać skuteczniejszym handlowcem, poznając PRAKTYCZNE i SPRAWDZONE techniki sprzedaży.

Na rynku jest wiele książek o technikach sprzedaży, relacjach z klientem, sztuce perswazji i wszystkim innym, co ma służyć do zwiększenia sprzedaży. Jeśli przejdziesz się do jakiegokolwiek księgarni, to znajdziesz dziesiątki najróżniejszych pozycji, które będą dawały Ci wiele rad, jak sprzedawać i co zrobić, aby klienci kupowali do Ciebie.

Tak naprawdę to rzadko która z nich napisana jest przez prawdziwych sprzedawców. Ludzi, którzy dzień w dzień są na pierwszej linii sprzedażowego frontu. Ludzi, którzy spotykają się z klientami, którzy muszą radzić sobie z ich obiekcjami i przyjmować reklamacje.

Jak sądzisz, od kogo nauczysz się więcej: od sprzedawców czy od teoretyków?

Ta książka jest zupełnie inna. Jej autorka „zjadła zęby” na wszystkim, co jest związane ze sprzedażą. Pracowała dla największych firm sprzedażowych i finansowych. Zajmowała się szkoleniem nowych sprzedawców oraz budowała relacje z klientami.

Książkę możesz zamówić na stronie Wydawnictwa Złote Myśli:

<http://poradnik-sprzedazy.zlotemysli.pl>.