

VEACESLAV BOGDANOV

AGENDA UNUI VÂNZĂTOR DE SUCCES, SAU MOTIVAREA VÂNZĂRILOR



INSTRUCȚIE PRACTICĂ

Veaceslav Bogdanov

**Agenda unui vânzător de
succes, sau motivarea
vânzărilor. Instruc#ie practică**

«Издательские решения»

Bogdanov V.

Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor.
Instruc#ie practică / V. Bogdanov — «Издательские
решения»,

ISBN 978-5-44-856657-8

În cartea sa “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor” Veaceslav Bogdanov ne dezvăluie ac#iunile de succes ale celor mai rezultativi #i puternici vânzători. Trăsătura principală căr#ii acestea constă în aceea că orice vânzător î#i va putea găsi un suport #i o ie#ire din problemele de via#ă principale, cu care se ciocnesc vânzătorii din diferite companii. Cartea “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor” este necesară pentru fiecare vânzător.

ISBN 978-5-44-856657-8

© Bogdanov V.
© Издательские решения

Содержание

Despre carte	6
Cum să folosesc această carte	7
1. Azi am o zi incredibilă, aam încheiat un contract de succes	8
2. Eu nu vreau să mă duc la serviciu	9
3. Clien#i nu sunt, însă cândva ace#tia au fost	11
4. Clien#i nu sunt #i nu cred să apară	13
5. Clien#ii mei nu au bani, iată de ce eu nu am vânzări	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor Instruc#ie practică

Veaceslav Bogdanov

*Este dedicată tuturor vânzătorilor #i administratorilor din Republica
Moldova!*

© Veaceslav Bogdanov, 2017

ISBN 978-5-4485-6657-8

Created with Ridero smart publishing system

Despre carte

În cartea sa “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor” Veaceslav Bogdanov ne dezvăluie ac#iunile de succes ale celor mai rezultativi #i puternici vânzători. Trăsătura principală căr#ii acestea constă în aceea că orice vânzător î#i va putea găsi un suport #i o ie#ire din problemele de via#ă principale, cu care se ciocnesc vânzătorii din diferite companii. Cartea “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor” este necesară pentru fiecare vânzător, căci aceasta cu adevărat î#i u#urează via#a #i activitatea în vânzări.

Citind cartea aceasta, Dumneavoastră ve#i observa că autorul propune solu#ii pentru situa#ii dificile, ce apar nu numai în domeniul vânzărilor, ci #i în via#a personală. Doar via#a personală influen#ează rezultatele din domeniul vânzărilor, iar munca în domeniul vânzărilor influen#ează via#a personală.

Prezenta carte a devenit o altă etapă a autorului în îmbunătă#irea culturii vânzărilor în Republica Moldova #i în toată Lumea ra#ională.

Cum să folosesc această carte

Citind cartea aceasta pentru prima dată, citi#i-o până la sfâr#it. Dacă citind-o a#i întâlnit un cuvânt necunoscut sau nu vă este clar sensul propozi#iei, folosi#i-vă de dic#ionare. Este important să consulta#i dic#ionare la orice cuvânt necunoscut.

Fiecare din noi vrea să aibă dreptate. De aceea, citind unele articole din cartea aceasta, cineva poate să nu fie de acord, să nu recunoască gre#elile comise, să simtă dorin#a de a critica pe cineva sau pur #i simplu să evite lecturarea acestei căr#i. Evadare – este o metodă cea mai răspândită între oameni pentru a solu#iona o problemă. Semnele acestea ne demonstrează că Dumneavoastră neapărat trebuie să îndeplini#i exerci#iul practic din articolul, ce V-a sustras aten#ia.

Când va veni momentul, #i Dumneavoastră ve#i fi într-o situa#ie complicată ce #ine de domeniul vânzărilor #i de rela#iile cu al#i oameni. Deschide#i con#inutul acestei căr#i. Găsi#i în con#inutul acesteia o situa#ie asemănătoare. Găsi#i pagina cu descrierea detaliată a acestei situa#ii #i citi#i până la urmă exerci#iul practic, propus pentru solu#ionarea acestei probleme. Urma#i pa#ii cu exactitate #i în ordine, în care sunt prezentate.

Toate exerci#iile practice din aceasta carte sunt orientate spre un lucru individual. Uneori, acestea trebuie repetate de mai multe ori, pentru a aduce la perfec#ie una sau o altă abilitate.

În aceasta carte sunt descrise recomandări. Deciziile principale Vă apar#in. Dumneavoastră decide#i cât de riguros #i necondi#ionat ve#i urma indica#iile acestea. Atât în situa#iile ce #in de vânzări, cât #i în via#a personală, Dumneavoastră sunte#i acea persoana, care dirijează lucrurile. Trebuie să #iti#i să asuma#i aceasta responsabilitate.

Dacă #iti#i de o modalitate mai bună pentru a se descurca în una sau alta situa#ie, descrisă în prezenta carte, vom fi bucuro#i să auzim sfaturile #i recomandările Dumneavoastră.

În cazul în care nu a#i găsit în aceasta carte răspunsul pentru problema sa, atunci formula#i detaliat situa#ia #i o trimite#i la compania “*Maestru în vânzări SRL*”. Vom face tot posibilul pentru a Vă ajuta.

Cel mai reu#it pas ce îl fac vânzătorii cu plăcere – ac#ionează!
Ac#iona#i!

1. Azi am o zi incredibilă, aam încheiat un contract de succes

O astfel de zi rămâne întotdeauna în memorie #i ne aduce multe momente plăcute. Într-o zi ca aceasta, sim#i dorin#a de a dansa, distra #i să te bucuri de via#ă. A#a #i se întâmplă. Mul#i din vânzători vor fi de acord, că n-ar fi rău ca zile ca acestea să se repete cât mai des. Ce trebuie să faci pentru aceasta? Cum să men#ii senza#ia aceasta de drive #i spiritul jocului? Anume despre aceasta este articolul dat.

Scopul: cre#terea zilelor incredibile #i numărul tranzac#iilor de succes.

Exerci#iul practic:

Continua#i să vinde#i neîncetat.

În primul rând, încheind o tranzac#ie de succes nu trebuie să Vă opri#i. Unii vânzători în acest moment se opresc #i consideră că planul pentru toată luna a fost îndeplinit #i se poate să te odihne#i.

Ac#iunea cea mai nereu#ită va fi anume aceasta. Să vă relaxa#i.

Când ave#i o dispozi#ie la maxim – este momentul cel mai potrivit pentru a încheia încă câteva tranzac#ii bune. Anume în acest moment, când a#i sim#it că a#i realizat ceva neobi#nuit. Da, da. Anume în momentul acesta trebuie să intra#i în contact cu clien#ii noi. Acum e momentul când ave#i multe #anse să Vă mai găsi#i câ#iva clien#i buni.

Închipui#i-Vă. Fiind într-o stare bună de spirit a#i continuat să căuta#i clien#ii noi #i a#i găsit încă câ#iva clien#i buni, precum era primul. #i#i ce se va întâmpla? Aceasta zi nu o ve#i uita niciodată. Ve#i fi întotdeauna mândri de rezultatele acestea. Chiar dacă ve#i decide să Vă schimba#i locul de muncă, angajatorul Dumneavoastră cu plăcere va angaja lucrătorul cu astfel de rezultate. Căci angajatorii sunt interesa#i să-#i găsească anume lucrătorii rezultativi. Lucrătorii care au rezultate înalte, nu rămân mult pe pia#a muncii.

2. Eu nu vreau să mă duc la serviciu

Aceasta dorință este una dintre cele mai frecvente la lucrători. Ei nu se referă doar la lucrătorii din domeniul vânzărilor. Mulți o argumentează prin condițiile de lucru nefavorabile, îi învinuiesc în toate pe colegii săi și găsesc o mie de motive să nu se ducă la serviciu. În realitate, acestea sunt doar niște scuze rezultatul cărora este – evadare. Cauza principală se ascunde în lucrătorul însuși.

De exemplu, lucrătorul nostru de câteva ori a întârziat la serviciu. Își conștientizează că n-a procedat corect, căci astfel el încalcă regulamentul companiei. Prima ce o face, îi caută o scuză. Își caută o scuză doar din motivul că nu vrea să fie acea persoană, care încalcă reguli. De exemplu, lucrătorul nostru, în cursul săptămânii, a întârziat de trei ori la serviciu. Firește că acesta conștientizează că nimeni nu mai crede în basmele și scuzele lui. Acum el nu se simte să fie membru al echipei, de aceea, el poate să înceapă să-i critice pe colegii săi. Ei fiind atât de social, el nu înțelege că întârzierile lui influențează negativ echipa. El vrea să se depărteze de echipă ca cu întârzierile sale să nu aducă mai multe pierderi și să nu creeze și un haos mai mare. Și iată, lucrătorul nostru nu mai vrea să se ducă la serviciu. Dacă ați trăit cândva astfel de senzații, vă felicităm – Dumnezeu voastră sunteți o persoană socială.

Cauza cea mai răspândită pentru eschivarea de la serviciu este faptul că lucrătorul a încălcat unele reguli sau condiții în privința sa, companiei, clienților companiei sau în privința altor persoane, legate nemijlocit de companie. Citind propoziția precedentă, unii pot spune că n-au încălcat nimic sau că nu poartă vina pentru acestea încălcări.

Fiecare din noi conștientizează, că cel mai greu e să-și recunoști greșelile. Desigur, această informație se referă la lucrători, care din proprie inițiativă au decis să activeze în cadrul acestei companii. Ei dorința de a nu se duce la serviciu a apărut după o perioadă de lucru în cadrul acestei companii.

Scopul: restabilirea dorinței de a se duce la serviciu cu plăcere.

Exercițiul practic:

Analizați sincer și obiectiv acțiunile sau inacțiunile recente ale sale care în mod direct sau indirect au legătură cu activitatea Dumneavoastră în companie. Găsiți acele reguli, care ați încălcat în privința sa sau echipei în cadrul căreia activați.

Recunoașteți, că erau cazuri, când și Dumneavoastră ați cauzat ca aceste reguli să fie încălcate. Într-adevăr, nu este ușor să recunoști, că cândva tu nu aveai dreptate. Acest lucru trebuie făcut neapărat.

Acum ne-a rămas să rezolvăm aceasta problemă.

Găsiți acele persoane, împotriva cărora ați făcut ceva incorect. Recunoașteți în fața lor acțiunile sau inacțiunile sale. Descrieți-le detaliat. Indicați, dacă e posibil detaliat: data, locul, fapta făcută, descrieți evenimentul și definiți aceasta întocmai.

Nu scrieți “am luat fără permisiune”. Scrieți cum este “am furat”.

Acum, restituiți-i ceea ce i-ați luat sau echivalentul acestuia.

Exemplu, cum trebuie realizat:

Faptă: Ați observat că în fiecare zi întârziți la serviciu.

Recunoaștere: Recunoașteți că este un comportament incorect. De asemenea, recunoașteți că cândva ați decis singur să întârziți la serviciu.

Coordonare: Descrie#i această faptă pe hârtie. Indica#i exact zile în care a#i întârziat #i intervalul de timp, pentru care a#i întârziat. Apropia#i-vă de #eful Dumneavoastră #i transmite#i-i cele scrise.

Rămâne#i după lucru atâta timp, pe cât timp a#i întârziat. Rămâne#i chiar #i mai mult timp #i îl informa#i despre aceasta #eful Dumneavoastră.

3. Clienții nu sunt, însă cândva aceștia au fost

O astfel de situație poate fi urmărită la unii vânzători sau la un număr mare de departamente de vânzări. Nu vom analiza situațiile ce apar în cadrul echipelor. Pe noi ne interesează un lucrător anume (vânzător).

Cel mai des o astfel de situație poate fi urmărită în câteva cazuri. În primul rând, clienții dispar atunci, când vânzătorul nu trăiește cele mai fericite momente din viața sa. În al doilea rând, situațiile neplăcute apar cel mai des când lângă vânzător apar oamenii mai pușini buni. Aceștia pot fi clienți, administrația nouă, prieteni și apropiați. Oamenilor acestia îi place să aducă știri neplăcute, să-i devalorizeze pe alți oameni, să critice și să influențeze negativ mediul său. În al treilea rând, probabil că vânzătorul însuși a luat o decizie să nu-și bată capul și să nu caute clienții noi.

Firește că mai sunt câteva situații din cauza cărora dispar clienți. În articolul acesta, vom analiza doar acestea trei motive întâlnite cel mai des.

Scopul: creșterea numărului de clienți la un vânzător concret sau la un manager de vânzări.

Exercițiul practic:

Aduceți-vă aminte perioada în care ați avut foarte mulți clienți.

Acum, reamintiți perioada înainte de aceasta și găsiți ceea ce ați făcut înainte ca să apară clienți.

Determinați acțiunile Dumneavoastră de succes în acea perioadă, ce au influențat creșterea vânzărilor.

Acum repetați pașii aceștia cu exactitate.

E de dorit să sporiți numărul acțiunilor de succes. De exemplu, dacă ați telefonat mult înainte să apară mulți clienți, atunci luați telefonul și îi telefonați și mai mulți clienți săi potențiali.

Dacă varianta descrisă mai sus, propusă pentru rezolvarea situației create, nu V-a ajutat, atunci realizați pasul următor.

· Găsiți momentul în care numărul de clienți a început să scadă și veți găsi cu siguranță, exact înainte de acest moment, un eveniment interesant. Acest eveniment se datorează faptului că în viața Dumneavoastră exista o persoană care a început să afecteze negativ, pe ascuns sau direct, starea Dumneavoastră mintală sau emoțională. Găsiți această persoană și întrerupeți definitiv comunicarea cu aceasta. Dacă ați întrerupt comunicarea cu aceasta, iar numărul clienților nu a crescut și viața nu s-a îmbunătățit, atunci astfel de oameni sunt mai mulți în viața Dumneavoastră și veți fi nevoit să rupeți orice legătură cu toți cei care vă influențează negativ.

· Dacă situația nu s-a îmbunătățit și de data aceasta, atunci realizați exercițiul practic descris în articolul 2 al acestei cărți. În timp ce realizați acest exercițiu, acordați atenție acțiunilor sau inacțiunilor Dumneavoastră față de clienții Dumneavoastră. Când veți finisa de scris, sunați sau întâlniți-vă cu clienții cu care relația Dumneavoastră a fost întreruptă. Spuneți-le că anterior ați încălcat anumite reguli de comunicare. Întrebați fiecare client ce vor să obțină de la Dumneavoastră în schimbul încălcării făcute. Finisați schimbul cât mai repede posibil.

De exemplu, anterior vânzătorul nu era în starea bună de spirit, de aceea când comunica cu clienți și-a permis să se certe cu ei. Aceștia erau niște clienți foarte importanți, care îi aduceau vânzătorului nostru vânzări mari. Firește, vânzările au scăzut.

Deci, iată ce trebuie să facă vânzătorul nostru.

Să înceapă de la sine. Să-și amintească când aceasta s-a întâmplat pentru prima oară. Să-și admită, că din cauza lui a pierdut clientul. Descrieți pe hârtie în detalii acest caz. Întâlniți-vă sau

contacta#i acest client #i mărturisi#i că Dumneavoastră (vânzătorul) a#i făcut o gre#eală #i va-#i permis să fi#i nepoliticos. Să dobândi#i o oarecare u#urin#ă în comunicare cu clientul dat.

Întreba#i clientul ce trebuie să face#i ca vânzătorul să poată continua rela#ia fructuoasă cu clientul său. Îndeplini#i aceste cerin#e în cel mai scurt timp. Îndeplini#i aceste cerin#e dacă acestea sunt rezonabile #i admisibile. Continua#i colaborarea cu acest client. Această consecutivitate a ac#iunilor trebuie să fie îndeplinită în cazul fiecărui client, cu care Dumneavoastră a#i rupt legătura de cumpărător – vânzător.

4. Clien#i nu sunt #i nu cred să apară

Da, această opinie nu se întâlne#te foarte des, dar uneori mai apare. Este foarte u#or să rezolva#i această problemă.

Scopul: depistarea cui îi apar#ine această idee #i cât e de rezonabilă.

Exerci#iul practic:

Lua#i o foaie de hârtie #i un stilou.

Scrie#i pe (#terge#i cuvântul “acesta”) foaie numele tuturor persoanelor care au avut anterior o opinie similară.

După aceea, scrie#i exact toate frazele #i cuvintele pe care oamenii ace#tia vi le-au spus despre lipsa clien#ilor.

Aminti#i-vă cine. v-a spus această opinie pentru prima dată.

Aminti#i-vă momentul când a#i fost de acord cu această opinie. Analiza#i atent acest moment. Fi#i aten#i la toate detaliile acestui caz. Descrie#i în detaliu acest caz din experien#a Dumneavoastră.

La sfâr#itul descrierii, scrie#i într-o singură frază părerea Dumneavoastră. Admite#i, că nu a#i avut o astfel de idee înainte.

Rupe#i această bucată de hârtie în bucă#i mici #i uita#i ideea că nu sunt clien#i.

Acum accepta#i opinia Dumneavoastră despre existen#a clien#ilor. Plimba#i-vă afară timp de cel pu#in 30 de minute, analizând obiectele îndepărtate..

Dacă a#i făcut tot ce este scris mai sus, ve#i observa că concluzia anterioară a fost făcută sub influen#a altor oameni. #i cel mai important, ve#i în#elege că acest lucru nu este adevărat.

Clien#ii există întotdeauna, ei trebuie doar să fie căuta#i în mod regulat.

Realiza#i exerci#iul practic din articolul 12.

5. Clien#ii mei nu au bani, iată de ce eu nu am vânzări

O scuză foarte interesantă. Este distinctiv prin faptul că indică abilitatea vânzătorilor de a se uita în buzunarele clien#ilor lor. Vânzătorii care au o astfel de opinie despre clien#ii lor, cel mai des au dificultă#i cu bani. Foarte des se gândesc astfel: – “Dacă nu am bani, cum ceilal#i oameni îi au?”.

Deci, primul de la care trebuie să începe#i rezolvarea acestei situa#ii este proprietarul acestei idei. Da, nu este u#or să recunoa#tem. La urma urmei, atunci vânzătorul va trebui să recunoască faptul că gre#e#te, acest lucru nu este întotdeauna u#or de făcut. Dar, aceasta va fi decizia corectă.

Există o lege a vie#ii: – “Două jumătă#i la fel se atrag una spre alta”. Noi atragem pe cei asemenea nouă, de aceea schimbarea mediului nostru se începe de la noi în#ine.

Scopul: să ne schimbăm astfel, încât să atragem clien#ii care au resurse financiare.

Exerci#iul practic:

Describe#i ac#iunile pe care le pute#i face pentru a găsi mai mul#i clien#i noi. Începe#i să acorda#i în fiecare zi cel pu#in o oră pentru a găsi noi clien#i. Posibil că la început, cineva va trebui să se for#eze să o facă.

Schimba#i-vă, exteriorul. Face#i-vă o tunsoare într-un salon de frumuse#e scump. Îmbrăca#i-vă astfel, cum se îmbracă clien#ii Dumneavoastră, care cumpăra mult #i nu aduc probleme. Aranja#i-vă locul de muncă #i locul unde #ine#i prezentări. Fi#i gata să primi#i clien#i în orice moment.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.