

---

## Pięć kroków tańca sprzedaży

*Gdy nie masz swojego systemu sprzedaży, na spotkaniu z klientem nieświadomie przejmujesz jego filozofię. Pamiętaj jednak, że w słowniku klienta nie ma słowa „sprzedane”, jest za to określenie „sprzedawca przegrywa”.*

David H. Sandler

Nieważne, w jakiej branży pracujesz i co robisz – zanim coś sprzedasz, powiem ci coś ważnego: „nie nauczysz dziecka jazdy na rowerze podczas prelekcji”.

Jeżeli chcesz poznać sprawdzony system profesjonalnej sprzedaży – taki, dzięki któremu poczujesz satysfakcję i dumę z faktu bycia handlowcem – ta książka spełni twoje oczekiwania. Jestem pewny, że zawarty w niej materiał ci się przyda. Gdy jednak po przeczytaniu tej książki dojdiesz do wniosku, że nie miałem racji, zadzwoń i powiedz nam o tym.

Cofnijmy się teraz do czasu, gdy jako dziecko uczyłeś się jeździć na rowerze. Nie wskoczyłeś od razu na dwa kółka, prawda? Jak większość rówieśników musiałeś najpierw poznać technikę jazdy i później ją ćwiczyć, nauczyć się utrzymywać równowagę i tak kierować rowerem, aby zawsze był ci posłuszny. Musiałeś najpierw wyobrazić sobie, jak jeździć, aby rower stał się częścią ciebie. Gdy po raz pierwszy znalazłeś się na siodełku, twój rower na pewno miał dwa dodatkowe, boczne kółka chroniące cię przed upadkiem. Ćwiczyłeś na nim każdego dnia, uczyłeś się utrzymywać równowagę, brać zakręty, podskakiwałeś na wybojach. Jestem pewien, że nawet boczne kółka nie zawsze mogły zapobiec wypadkom. Jednak ty ciągle jeździłeś – i robiłeś to coraz lepiej.

Pewnego dnia, prawdopodobnie jeszcze zanim całkowicie opanowałeś sztukę jazdy, zdjąłeś boczne kółka i przeszedłeś do następnej „klasy”. Na początku trochę się bałeś, ale ponieważ twoi koledzy też już nie używali bocznych kółek,

wiedziałeś, że i ty musisz zaryzykować. Zrobiłeś więc kolejny krok, chociaż nie był on wcale łatwy. Czy fakt, że niektóre dzieci potrzebują więcej niż ty czasu na naukę jazdy, miał dla ciebie jakiegokolwiek znaczenie? Nie! Chciałeś jeździć, i to od zaraz!

Prawdopodobnie miałeś to szczęście, że ktoś – może mama albo tata – podtrzymał ci rower, gdy na nim ćwiczyłeś. Potrzebowałeś bowiem ciągłej pomocy i zachęty, aby móc jeździć dalej. Byłeś zadowolony, że ktoś ci pomaga, gdy ty przed garażem czy na chodniku pedałujesz. Kiedy jednak pewnego dnia przyspieszyłeś, pomocnik został z tyłu. I co się stało? Upadłeś. Jak to bolało! Może nawet tak bardzo, że się rozplakałeś. I pomyślałeś, że nigdy już nie nauczysz się jeździć. Nie poddałeś się jednak – czy nie dlatego, że za nic nie chciałeś być gorszy od kolegów? Wreszcie nadszedł dzień, gdy wskoczyłeś na siodełko, mocno złapałeś kierownicę i odjechałeś sam, bez jakiegokolwiek pomocy.

Nagle marzenia stały się rzeczywistością: nauczyłeś się jeździć na rowerze, ty i rower staliście się jednością. Już wiedziałeś, jak się poruszać. Głowa, ręce, oczy zgodnie razem pracowały, a wszystkim mogło się wydawać, że na rowerze jeździsz już od dawna! Oczywiście nadal czasami zdarzało ci się przewrócić, wpaść na drzewo czy wjechać w zaparkowany samochód. Nikt jednak już nie wątpił w twoje umiejętności. Ty sam zaś wiedziałeś, że potrafisz jeździć coraz lepiej i że musisz ćwiczyć, ćwiczyć i jeszcze raz ćwiczyć, poznając i doskonaląc nowe techniki. Miałeś też świadomość, że już nigdy nie zapomnisz nabytych umiejętności, a czas jest twoim sojusznikiem.

Szkolenia profesjonalnej sprzedaży są podobne do nauki jazdy na rowerze. Prelekcje jednak nie uczą jazdy, lecz tylko utrwalają nabytą wcześniej wiedzę. Same taśmy, książki czy kasy wideo nie zrobią z nas handlowców – to tylko pożyteczne pomoce, jak boczne kółka roweru czy podtrzymująca nas ręka. Aby opanować sztukę profesjonalnej sprzedaży, musisz poznać system. Najpierw powinieneś nauczyć się technik sprzedaży (nie tych tradycyjnych!), a następnie regularnie je utrwalać, ale nie przez dzień czy dwa, lecz przez miesiące, a nawet lata. Profesjonalna sprzedaż wymaga zmiany dotychczasowych zasad zachowania i zakładanych z góry, funkcjonujących na rynku od setek lat sposobów działania – zarówno po stronie handlowców, jak i potencjalnych klientów. Profesjonalna sprzedaż to proces, którego nie da się opanować z marszu i bez szkoleń utrwalających. Aby go poznać, każdy handlowiec będzie potrzebował czasu.

Wiele osób nadal myśli, że w nauce profesjonalnej sprzedaży istnieją skróty, z których można skorzystać. Co roku więc szkoli się dziesiątki tysięcy pracowników, kupuje taśmy i książki samozwańczych ekspertów od sprzedaży, dostarczających nie prawdziwej wiedzy, lecz raczej rozrywki. Wielu z takich „specjalistów” wykorzystuje przy tym popularność, którą zdobyli w innych zawodach. Widzimy ich w telewizji, gdzie pokazują cyrkowe sztuczki, spotykamy ich, gdy raz czy dwa razy w roku przyjeżdżają do naszego miasta, by poprowadzić szkolenia. Ich oferta jednak to tylko tradycyjne techniki sprzedaży, trochę podrasowane na potrzeby naszych czasów. A to już nie wystarcza. Tacy prezenterzy to naprawdę ludzie z branży rozrywkowej, którzy kiedyś przeczytali już nieaktualne książki o sprzedaży, a teraz powtarzają swoje bajki przed bezkrytycznymi, często zdesperowanymi odbiorcami, przed ludźmi, którzy uwierzyli, że właśnie poznają prawdziwą, sprawdzoną przez rynek, jedyną i niezawodną technologię sprzedaży...

Do czego to prowadzi? Do niczego. Wcześniej czy później ci ludzie spadną z roweru, a większość z nich już nigdy nie wstanie i nie spróbuje ponownie. Zazwyczaj przez dzień czy dwa po takich seminariach ich uczestnicy są w euforii, podczas przerwy na lunch wszyscy śmieją się z zapamiętanych dowcipów. Długofalowych korzyści nikt jednak, niestety, nie odnosi. Dlaczego? Odpowiadając, wystarczy przypomnieć jedną z tez pewnego popularnego szkoleniowca, który w następujący sposób przygotowuje swoich słuchaczy do najtrudniejszych wizyt i telefonów w ciemno: „Zanim zapukacie do obcych drzwi, powtarzajcie sobie: «Uwielbiam to robić, uwielbiam, uwielbiam» – skuteczność gwarantowana”. Czy naprawdę? Otóż nie – przynajmniej mnie się to nigdy nie udało, chociaż próbowałem. Tobie też się prawdopodobnie nie uda. Od końca lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku pracownicy Instytutu Sprzedaży Sandlera rozmawiali z tysiącami sprzedawców o telefonach i wizytach handlowych w ciemno (a także o innych problemach sprzedaży). Okazało się, że często ci, którzy twierdzili, że lubią tę metodę, w rzeczywistości nigdy jej nie stosowali, zaś ci, którzy faktycznie sprawdzali tę technikę, opisywali swoje wrażenia w stylu: „Uwaga, chrześcijanie, nadchodzą lwy”. Zgromadzone przez instytut dane są więc wystarczającym komentarzem do mądrości wygłaszanych przez tego rodzaju ekspertów.

Aby zachować obiektywizm, musimy również sami wziąć odpowiedzialność za to, co w ostatnim czasie dzieje się na rynku sprzedaży. Czy nadal zbyt hojnie nie wynagradzamy prezenterów z branży rozrywkowej za ich występy? Czy nie szukamy ciągle łatwych rozwiązań, natychmiastowego sukcesu, tej