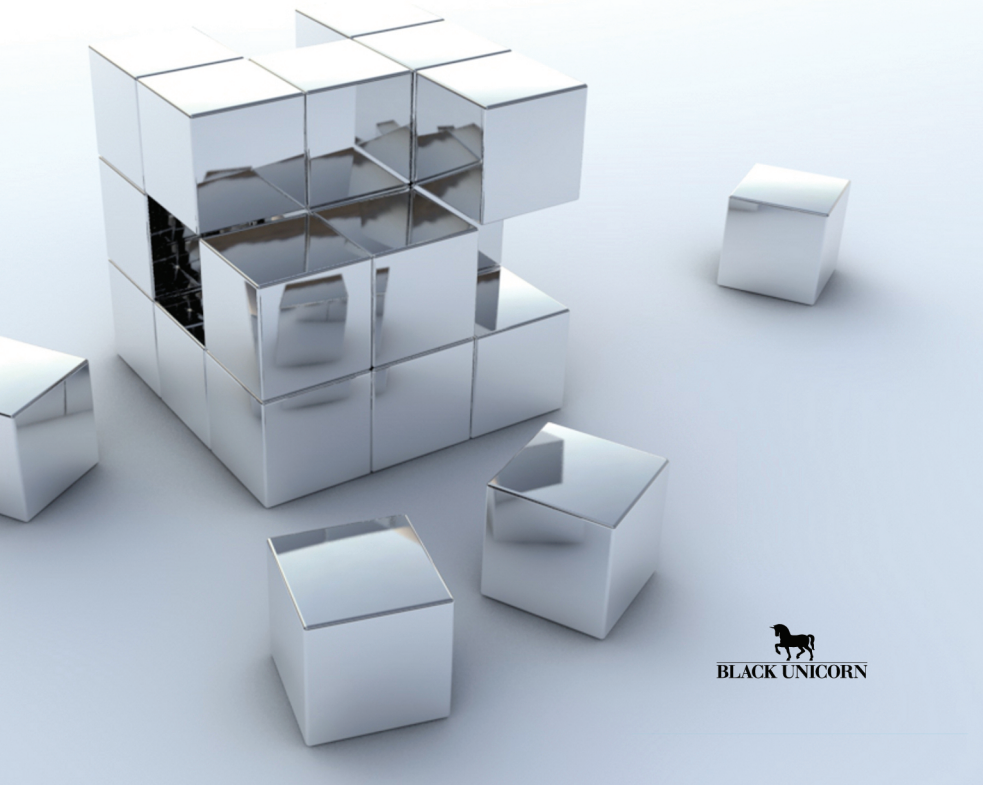
Damian Wilpert

TECHNIKI SPRZEDAŻY
I BUDOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU



BLACK UNICORN

Damian Wilpert

TECHNIKI SPRZEDAŻY I BUDOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU

BLACK UNICORN

© Copyright by Damian Wilpert, Zabrze 2013

Przygotowanie graficzne:
Agnieszka Wilpert
www.deastudio.pl

Korekta:
Izabela Rytwińska

DTP:
Bernard Sobieski

Wydawnictwo
BLACK UNICORN
ul. Harcerska 7/33
44-335 Jastrzębie-Zdrój
www.blackunicorn.pl

Jastrzębie-Zdrój 2013
Wydanie I

ISBN 978-83-7732-244-4

Podziękowania:

dla Żony Agnieszki
za dobre słowo i miłość w każdym dniu,

dla Brata
za docenienie tego, co robię,

dla Mirosława Kota
za przyjaźń, mentoring i współpracę,

dla Państwa Hani i Eligiusza Bryłów
za ukierunkowanie mnie jako handlowca i trenera.

Damian Wilpert

SPIS TREŚCI:

Kredo optymisty / 9

Wstęp / 11

Umiejętność skutecznego zaprezentowania siebie w kontaktach z klientami (rola pierwszego wrażenia, kontakt wzrokowy, język dłoni i rąk, umiejętne przygotowanie się do spotkania z klientem) **/ 13**

Budowanie potrzeb klienta (pytania otwarte, pytania zamknięte, aktywne słuchanie) **/ 23**

Rozmowy telefoniczne (jak przygotować się do rozmowy telefonicznej, trening głosu, prawidłowe oddychanie) **/ 31**

Poszukiwanie klientów (własna strona www, budowanie sieci kontaktów, aktywność w sieci i środowisku branżowym, udział w szkoleniach i konferencjach) **/ 45**

Sposoby na stres / 61

Motywacja (pozytywne myślenie, inwestycja w siebie, dobre zarządzanie czasem, cytaty motywacyjne) **/ 63**

O autorze / 79

Przykładowe szkolenia (cele i programy) **/ 81**

KREDO OPTYMISTY

Obiecaj sobie, że:

Będziesz tak silny, że nic nie zmąci Twojego spokoju ducha.

Będziesz rozmawiał o zdrowiu, szczęściu, dobrobycie z każdą osobą, którą spotkasz.

Postarasz się, żeby każdy Twój przyjaciel poczuł się wyjątkowy.

Będziesz tryskał optymizmem i szukał dobrych stron każdej sytuacji.

Będziesz zawsze myślał o najlepszym, pracował dla najlepszych i oczekiwał najlepszego.

Będziesz tak samo entuzjastyczny wobec sukcesów innych, jak wobec własnych.

Zapomnisz o błędach z przeszłości i skupisz się na tym, co chcesz osiągnąć w przyszłości.

Zachowasz pogodę ducha bez względu na okoliczności i obdarzysz uśmiechem każdego, kogo spotkasz na swojej drodze.

Skupisz się na udoskonalaniu siebie tak bardzo, że nie będziesz miał już czasu na krytykowanie innych.

Będziesz zbyt pogodny, żeby się martwić, zbyt szlachetny, żeby się złościć, zbyt silny, żeby się bać i zbyt szczęśliwy, żeby myśleć o kłopotach.

Będziesz myślał dobrze o sobie i ogłaszał ten fakt całemu światu, nie głośnymi słowami, lecz wspaniałymi czynami.

Będziesz żył w przekonaniu, że cały świat jest po Twojej stronie, jeśli tylko pozostaniesz wierny temu, co jest w Tobie najlepsze.

Kredo optymisty po raz pierwszy zostało opublikowane w 1912 roku, w książce Christiana D. Larsona, obecnie kredo jest stosowane w wielu książkach, między innymi w *Kluczu do sekretu* – autorstwa dr Joe Vitale.

Stosuj kredo optymisty przynajmniej raz w miesiącu, a zobaczysz, jak pozytywnie wpłynie na twoje myślenie!

WSTĘP

Każdego dnia jesteśmy w kontakcie z ludźmi, z partnerami, rodziną, przyjaciółmi, każdorazowo sprzedajemy siebie, ale jak to robimy, czy robimy to dobrze?

Poradnik powstał z myślą o tym, abyśmy mogli przekonać klienta, któremu chcemy coś sprzedać, lecz również po to, by nauczyć się, jak tryskać pozytywną energią każdego dnia w domu i pracy – będziemy emanować radością i zarażać tym innych, co pozwoli stworzyć znakomitą atmosferę wokół nas. W poradniku opisane zostały sprawdzone techniki rozwoju firmy i własnej osobowości.

Po przeczytaniu poradnika w łatwiejszy sposób będzie można kontrolować również własne emocje. Trening sprawi, że spokój, opanowanie będzie waszą mocną stroną, ustalicie cele ułatwiające wspinanie się po drabince do osiągania znakomitych wyników, zostaną załatwiane sprawy ważne, nasza podświadomość pozwoli się otworzyć i kreować nowe spojrzenia.

Jak korzystać z poradnika

Nie ma jednego sposobu na korzystanie z tego poradnika, natomiast poniżej opisałem, jak można do tego podejść.

Notuj wszystko, co cię szczególnie interesuje i do czego szybko możesz wrócić. Przeczytaj uważnie każdy temat, jeżeli czegoś nie rozumiesz, to wróć do początku, aby w pełni wszystko opanować.

Ucz się poprzez praktykę. Ćwicz, gdzie tylko masz możliwość. Tylko dzięki treningom będziesz stawał się coraz lepszym. Dziel się nowymi pomysłami z innymi ludźmi. Poproś, aby oni także podzielili się swoją opinią. Jest to dobry temat z przyjaciółmi, znajomymi czy też bliskimi osobami z twojego grona. Dzielcie się wszystkimi opiniami ze mną, pytania proszę kierować pod adres: biuro@deaszkolenia.pl.

UMIEJĘTNOŚĆ SKUTECZNEGO ZAPREZENTOWANIA SIEBIE W KONTAKTACH Z KLIENTAMI

Rola pierwszego wrażenia

Rola pierwszego wrażenia jest na tyle silna, że zawsze musimy o niej pamiętać, cokolwiek w życiu robimy, czy spotykamy się ze znajomymi, rodziną, klientami – to każdy tworzy pierwszą opinię na temat swojego rozmówcy. Przypomina mi się sytuacja, kiedy rozpoczynałem pracę w branży finansowej i na moje pierwsze spotkanie wybrałem się ubrany w dosyć luźny i neutralny ubiór, mało też pasujący do branży, w której pracowałem. Był to pewien sprawdzian, ale i też lekcja, która pokazała mi siłę pierwszego wrażenia. Pomimo tego że merytorycznie byłem przygotowany do spotkania, to i tak na starcie moi rozmówcy mnie skreślali, nikt nie chciał ze mną długo rozmawiać, nie odbierali mnie poważnie. Natomiast kiedy mój ubiór był dopasowany do sytuacji i branży, to też siła pierwszych spotkań uległa ogromnej zmianie. Klienci odbierali mnie z większym poszanowaniem. Przykład potwierdza teorię uczonego profesora Alberta Mehrabiana, w której mówi, że nasza pewność, dopasowany do sytuacji ubiór, gesty i naturalny uśmiech, wraz z połączeniem modulacji i obniżeniem głosu, daje ogromną szansę na sukces w naszych spotkaniach.

Nasz ubiór to nie tylko najdroższe ubrania, ale dopasowane do sytuacji, wygląd czysty, schludny, odpowiedni dobór kolorów.

Wygląd to 80% sukcesu – Woody Allen.

Ciekawym doświadczeniem była dla mnie praca w branży reklamowej, która jest zdecydowanie bardziej elastyczna, a dlatego, że w reklamie możemy pozwolić sobie na większą swobodę w doborze ubrań, mogą to być kolorowe swetry, polo, ubrania wyróżniające się mocnymi wyrazistymi kolorami. Klient, z którym jesteśmy umówieni na spotkanie, odbiera nas pozytywnie, a to dlatego, że wymaga od specjalisty z branży reklamowej kreatywności i nowoczesności, chce, żeby jego reklama była inna. Właśnie poprzez ubiór możemy to również przedstawić. Ryzykownym krokiem w moim życiu było przebicie ucha i założenie kolczyka. We wszystkich branżach, w których pracowałem, mój kolczyk był odbierany bardziej negatywnie aniżeli pozytywnie. Natomiast w reklamie znów odmiennie, bo kiedy miałem mocno pomarańczowe polo i do tego widoczny kolczyk, to klient już na początku zauważał, że jestem inny i firma, którą reprezentuję, może przedstawić nowe spojrzenia na reklamę. Oczywiście dla własnych sprawdzianów i potwierdzaniu siły pierwszego wrażenia ubrałem kolczyk w branży finansowej i szkoleniowej, po której przypomina mi się sytuacja ze szkolenia. Podczas przerwy w szkoleniu z technik sprzedaży, a także zakończonym pierwszym module roli pierwszego wrażenia, podszedł

do mnie uczestnik i mówi: „Damian, słuchaj, jak cię zobaczyłem, to moje pierwsze myśli były negatywne na twój temat, pomyślałem sobie 'cwaniaczek z kolczykiem', natomiast w momencie, kiedy rozpocząłeś szkolenie z pewnością siebie, to wiedziałem, że szkolenie będzie bardzo dobre". Zaskoczyła mnie otwartość uczestnika, ale też zrozumiałem, że mój kolczyk nie nadaje się do tej branży, jest zbyt niebezpieczny, trzeba znaleźć złoty środek do każdego segmentu.

Do głównych form komunikacji niewerbalnej należą:

- wyraz twarzy,
- kontakt wzrokowy,
- gesty i inne ruchy ciała,
- kontakt dotykowy,
- postawa ciała,
- odległość od partnera,
- wygląd zewnętrzny,
- niewerbalne aspekty mowy,
- naturalny uśmiech.

Przy powitaniu z rozmówcą pamiętajcie o pewnej postawie, wyprostowanej sylwetce, ważna jest naturalność, lekko uniesiona głowa, powinien pojawić się naturalny uśmiech, nieprzypominający rogalika. Delikatność jest zaraźliwa, bo kiedy jest naturalność, to rozmówca nie będzie zastanawiał się nad tym, czy może śmiejemy się z niego, również i takie przypadki w mojej pracy się zdarzały, jak klient mówi:

„Dlaczego pan ze mnie się śmieje?”. **NATURALNOŚĆ** to jest siła w roli pierwszego wrażenia.

Przedstawiając się, wymień swoje imię, nazwisko i nazwę firmy z dużym entuzjazmem, przedstawienie jest znakomitym sposobem na zrobienie dobrego wrażenia, co pozwoli na zapamiętanie naszej osoby.

Kontakt wzrokowy

Zwracajmy uwagę na utrzymanie kontaktu wzrokowego, stajemy się wiarygodni, kiedy coś mówimy, pamiętajmy, by nasz wzrok nie uciekał gdzieś na boki. Ważne, czy nie patrzymy zbyt intensywnie w podłogę i sufit. Zdarzają się spotkania, kiedy mamy więcej niż jednego rozmówcę. W sytuacji, gdy coś przekazujemy i patrzymy na jedną osobę, to odbiorca, na którym wzrok był ograniczony, może powiedzieć, że nas nie czuje, natomiast druga osoba, na której był częściej zatrzymywany wzrok, będzie miała odmienne zdanie. Unikanie czyjegoś wzroku jest zwykle traktowane jako nieszczerość lub brak zainteresowania, nawet jeśli nieświadomie opuszczasz wzrok, zostaniesz sklasyfikowany jako osoba nieśmiała lub nieuważna.

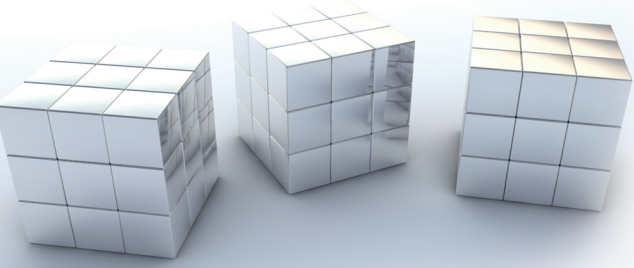
Kontakt wzrokowy powinniśmy utrzymać około 60%, lecz nie dłużej niż 70% czasu rozmowy. Jeżeli nie dajemy odpocząć naszym rozmówcom, kontakt może być odebrany jako agresywny.

Damian Wilpert

Specjalista w dziedzinie technik sprzedaży i budowy pozytywnego wizerunku, praktyk mający kilkuletnie doświadczenie w pracy jako przedstawiciel handlowy w branży finansowej i reklamowej, 8 lat w marketingu sieciowym w tym pozycjonowanie i optymalizacja stron internetowych, współtwórca i właściciel portalu piłkarskiego, akredytowany dziennikarz sportowy. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Ukończył Szkołę Trenerów Biznesu Brainstorm we współpracy z KSB MBA Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, poziom podstawowy i zaawansowany. Prowadzi szkolenia dla trenerów w projekcie ABC trenera wewnętrznego i zewnętrznego. Współpracuje jako trener z uczelniami: WSH Humanitas i Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach.

Celem poradnika jest przekazanie wiedzy koniecznej na stanowisku profesjonalnego handlowca. Zdobędziesz umiejętność skutecznego zaprezentowania siebie w kontaktach z klientami, nauczysz się wykorzystywać rolę pierwszego wrażenia w rozmowie z klientem, w jaki sposób poszukiwać nowych klientów.

Poradnik przeznaczony jest dla przedstawicieli handlowych, sprzedawców, telemarketerów, pracowników działu reklamy i obsługi klienta, asystentów sprzedaży, trenerów biznesu oraz dla wszystkich szukających motywacji i inspiracji.



dea
SZKOLENIA
www.deaszkolenia.pl

ISBN 978-83-7732-244-4
9 788377 322444