

Artur Wojciechowski

# „Umysł sprzedawcy”

darmowy fragment

Niniejszy **darmowy** ebook zawiera fragment pełnej wersji pod tytułem:

"Umysł sprzedawcy"

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

**Darmowa publikacja** dostarczona przez

[Serwis ReklamaStron.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 for Polish edition by [ZloteMysli.pl](http://ZloteMysli.pl)

Data: 16.04.2005

Tytuł: „Umysł Sprzedawcy” (fragment utworu)

Autor: Artur Wojciechowski

Korekta techniczna i skład: Anna Grabka

**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](#).**

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli

ARCHmedia s.c.

ul. Przy Dolinie 5/9

61-551 Poznań

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

EMAIL: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto:kontakt@zlotemysli.pl)

**Wszelkie prawa zastrzeżone.**

**All rights reserved.**

# SPIS TREŚCI

**OD AUTORA 5**

**SPRZEDAŻ TO WYRAZ NIEPRYZWOITY.**

**JAK KONTROLOWAĆ WŁASNĄ POSTAWĘ 5**

WCZESNE UKIERUNKOWANIE 7

MAGNETOFON WEWNĘTRZNEGO DIALOGU 11

ARKUSZ I: MAGNETOFON WEWNĘTRZNEGO DIALOGU

UWARUNKOWANIA I SUKCES 12

PODŚWIADOMOŚĆ 13

**DLACZEGO LUDZIE ZAJMUJĄCY SIĘ SPRZEDAŻĄ PONOSZĄ KLĘSKI? 16**

SŁABE NASTAWIENIE. 16

BRAK NIEUSTANNEGO TRENINGU. 17

ZWLEKANIE. 17

NIEUMIEJĘTNOŚĆ PONOSZENIA KLĘSKI.

KRYTYKA - ODRZUCENIE - PROBLEM

NIEUMIEJĘTNOŚĆ PORADZENIA SOBIE Z ODMOWĄ.

**ZROZUMIEĆ, DLACZEGO KLIENCI NIE KUPUJĄ**

TRADYCYJNE MOTYWY ROBIENIA ZAKUPÓW

WSPÓŁCZESNE MOTYWY ROBIENIA ZAKUPÓW

TRZY GRUPY POTRZEB

KTÓRA POTRZEBA NAPRAWDĘ MOTYWUJE NABYWCĘ?

POTRZEBY TWOJEGO KLIENTA

ARKUSZ I: POTRZEBY TWOJEGO KLIENTA

WYKORZYSTAJ W PRAKTYCE GRUPY POTRZEB KLIENTA

POTRZEBA, KTÓRA POPRZEDZA WSZYSTKIE INNE

**WAŻNE CECHY SUKCESU**

WYRAZISTOŚĆ POSTANOWIENIA.

PRAGNIENIE.

ENTUZJAZM.

ZASTOSOWANIE WIEDZY.

ZAUFANIE DO SIEBIE.

UJMUJĄCA OSOBOWOŚĆ.

WIARA I UFNOŚĆ.

ZDOLNOŚĆ DO DODATKOWEGO WYSIŁKU.

WYTRWAŁOŚĆ.

UKIERUNKOWANIE NA CELE.

SAMODYSCYPLINA.

OSOBISTA INICJATYWA.

WYOBRAŹNIA.

KONCENTRACJA.

POZYTYWNY WIZERUNEK SAMEGO SIEBIE.

WYCIĄGANIE NAUKI Z NIEPOWODZEŃ.

DOBRE ZDROWIE.

LICZYĆ SWÓJ CZAS I PIENIĄDZE.

ŚCISŁE MYŚLENIE.

EMPATIA.

ROZPOZNAJ SWOJE MOCNE STRONY

ARKUSZ I: CECHY NIEZBĘDNE DO OSIĄGNIĘCIA WIELKOŚCI

ARKUSZ II: OCENA CECH CHARAKTERU

DLACZEGO TAK NAPRAWDĘ ODCZUWASZ NIECHĘĆ DO SPRZEDAWANIA?

ARKUSZ I. TWOJA NIECHĘĆ DO SPRZEDAŻY.

ARKUSZ II. CO MYŚLISZ O SWOJEJ NIECHĘCI DO SPRZEDAWANIA.

## **ROZPOZNAJ U SIEBIE DEMOBILIZUJĄCE MYŚLI**

DEMOBILIZUJĄCE MYŚLI

ARKUSZ I. DEMOBILIZUJĄCE MYŚLI

ARKUSZ II. LEPSZY SPOSÓB MYŚLENIA

WYNAGRADZAJ SIĘ NA KAŻDYM ETAPIE

ARKUSZ I. NAGRODY

ZASADA SZEŚCIOKROTNEGO KONTAKTU

TWÓJ WSKAŹNIK SPRZEDAŻY

WSKAŹNIK SPRZEDAŻY

ARKUSZ I. WSKAŹNIK SPRZEDAŻY

## **NA ZAKOŃCZENIE**

## **ZAPOWIEDŹ**

## OD AUTORA

Witaj!

Nazywam się Artur Wojciechowski.

Ten facet na zdjęciu to ja. To przede mnie siedzisz teraz przed monitorem komputera i śledzisz ten tekst w nadziei, że dowiesz się, co przeszkadza Ci w skutecznej sprzedaży oraz jak czerpać radość ze sprzedaży.



Od 1992 roku zajmuję się problematyką aktywnej sprzedaży, zarządzania strukturami handlowymi i rozwojem umiejętności osobistych. W tym czasie pokonując wszystkie szczeble terenowych struktur sprzedaży, przebyłem drogę od szeregowego sprzedawcy po dyrektora struktury. Zahaczyłem o sprzedaż wielopoziomową, tak zwany MLM, sprzedawałem własne usługi jako terapeuta, aż trafiłem do branży pośrednictwa finansowego, gdzie zacząłem karierę jako agent ubezpieczeniowy. Współpracowałem z największymi instytucjami finansowymi w Polsce takimi jak: Commercial Union, Norwich Union (obecnie Sampo), Zurich (obecnie Generali), HMI i Compensa z grupy Ergo.

Od 2000 roku służę handlowcom oraz menedżerom swoją wiedzą, umiejętnościami i doświadczeniem. Wspieram ich działania w obszarach zarządzania sprzedażą oraz rozwoju umiejętności osobistych, a także wykorzystania Internetu w biznesie.

Dzisiaj mówię o sobie: “Jestem trenerem – praktykiem”.

Ale czy tak było zawsze – nie. Kiedyś byłem początkującym sprzedawcą, któremu marzyło się dostatnie życie. Spytasz: Tylko tyle? Dostatnie życie?! A nie fortuna, wielki majątek. Otóż nie. Pochodzę z ubogiej robotniczej rodziny. Dla mnie już “dostatnie życie” znaczyło wiele.

Ale po co o tym mówię. Chcę Ci powiedzieć, że wtedy w 1992 roku, kiedy po raz pierwszy zostałem sprzedawcą-biznesmanem nie miałem żadnego pojęcia o biznesie. Co więcej z domu wyniosłem nawyki i przyzwyczajenia, które pozwalały mi raczej zostać mrówką robotnicą niż przywódcą zwycięzcą. Czemu jest to takie ważne? Dlatego, że na własnej skórze doświadczyłem tego, że można się

przemienić z biednego kaczątka w efektywnego łabędzia. Jestem przekonany, że sukcesu można się nauczyć. A skoro można się nauczyć i Ty możesz tego dokonać. Potrzebujesz tylko kogoś, kto powie Ci jak to zrobić. Czyli kogoś takiego jak ja.

Swoje doświadczenie zdobywałem u klientów a wiedzę ...

- Akademia Podlaska - Zarządzanie i marketing.
- Studium socjoterapii - techniki komunikacji i analizy psychologicznej.
- Kurs “Train the Trainer” przygotowujący do prowadzenia szkoleń z zakresu rozwoju umiejętności osobistych na licencji Ziglar Training Systems, Inc.
- Roczny kurs “Train the Trainer” przygotowujący do współpracy, w charakterze konsultanta z zakresu zarządzania zespołami handlowymi, z międzynarodową organizacją Dale Carnegie Training.
- Kurs przygotowujący do prowadzenia szkoleń z zakresu “Finanse dla Doradców”
- Kursy zarządzania zespołami sprzedaży z zakresów: rekrutacji i selekcji, budowania strategii, motywacji.
- Kursy rozwoju umiejętności sprzedaży.
- Wewnętrzne szkolenia Commercial Union, Norwich Union, Zurich, Compensa, HMI.
- Szkolenia z zakresu “Fundusze Emerytalne problematyka prawno-finansowa, techniki sprzedaży”.
- Treningi asertywności i rozwoju osobistego.

Moje dane osobiste:

urodzony: 05.10.1971

stan cywilny: żonaty

dzieci: dwoje (oczka w głowie tatusia)

hobby: informatyka i rozwój osobisty.

Jeśli chcesz ze mną o czymś porozmawiać zadzwoń +48 695 660 842 lub napisz na mój adres e-mail [artur.wojciechowski@imanager.pl](mailto:artur.wojciechowski@imanager.pl).

e-Maile odbieram cały dzień a telefony do godziny 20, w ważnych sprawach do 22.

## JAK KONTROLOWAĆ WŁASNĄ POSTAWĘ

*Chcesz żyć wygodnie?  
Rób to, co powinieneś,  
a nie to, co Ci się podoba.  
Sukces zrujnował już wielu ludzi.  
Ben Franklin*

Ty i ja mamy jedną cechę wspólną - zostaliśmy uwarunkowani przez środowisko, nad którym nie posiadaliśmy kontroli. Nasze wczesne dzieciństwo, dla większości z nas przed 7 rokiem życia, ma na nasz obecny sukces znacznie większy wpływ niż jakikolwiek inny pojedynczy czynnik.

### Wczesne ukierunkowanie

Większość psychologów zgadza się z tym, że to właśnie w wieku 7-8 lat decydujemy o tym, jakiego rodzaju ludźmi jesteśmy, kim będziemy, jaki odzew będzie nam dawał otaczający świat lub jak będzie na nas reagował, jakie będzie otoczenie i ludzie, z którymi się spotkamy.

Nie wybieraliśmy swoich rodziców, daty i miejsca urodzenia, płci i koloru skóry. Te cechy fizyczne i geograficzne zostały nam dane wówczas, gdy rozpoczynaliśmy życie. Nie urodziliśmy się natomiast jako jednostki pozytywne lub negatywne, zdyscyplinowane lub entuzjastyczne, ani też jako sprzedawcy, kierownicy czy lekarze.

Przyszliśmy na świat tacy sami - nagie dzieci bez dobrych i złych przyzwyczajzeń. Zostaliśmy "wystawieni" na nasze otoczenie: rodziców, dziadków, nauczycieli, przyjaciół i społeczeństwo, co wytworzyło w nas pewien umysłowy obraz nas samych.

Ukształtowaliśmy nasz sposób myślenia i fizyczne przyzwyczajenia. Nie mogliśmy wybrać tamtych okoliczności, a one teraz wywierają wielki wpływ na nas i na nasze codzienne działania.

Badania przeprowadzane na zwierzętach doświadczalnych wyraźnie pokazują, w jaki sposób uwarunkowania środowiskowe mogą ukształtować

zachowania na zawsze, bądź do czasu, kiedy nie zostaną wytworzone nowe warunkowe przyzwyczajenia.

Kanadyjscy uczeni umieścili w tym samym akwarium szczupaka i ławicę maleńkich cierników, oddzielając je szklaną przegrodą. Szczupak, po wielokrotnych próbach zakończonych zderzeniami ze szklaną przegrodą, zrezygnował w końcu z chęci dostania się do drugiej połowy zbiornika i zapatrzony w cierniki za szybą, pływał w swej części szczęśliwy, choć głodny. Wówczas usunięto szklaną przeszkodę. I zgadnij, co się stało? Masz rację. Szczupak nadal pozostawał po swojej stronie “wymyślonej przegrody”.

Czy byliście kiedyś w cyrku i widzieliście dorosłego olbrzymiego słonia przywiązanego do drewnianego słupa cienką liną? Każdy zastanawia się, dlaczego słoń nie wyrwie z ziemi słupa, nie zerwie liny i nie wydostanie się na wolność. A on nie może tego zrobić z bardzo prostego powodu. W dzieciństwie został uwarunkowany, jeszcze jako mały słonik, że nie wolno się włóczyć. Trzymany był na stalowym łańcuchu przykutym do stalowego, wbitego na metr w ziemię uwiązku. Teraz nawet nie próbuje się ruszyć. Dlaczego? Ponieważ jego obecne postępowanie nadal jest kontrolowane przez wcześniejsze uwarunkowania.

Inny przykład. Włóż pchły do słoja i obserwuj, jak skaczą, uderzając od wewnątrz w pokrywę słoja. Po pewnym czasie zauważysz, że pchły będą skakały nadal, ale niżej - nie dotykając pokrywy! Uwarunkowały się same, aby nie skakać zbyt wysoko. A teraz zdejmij pokrywę! Pchły mogłyby wyskoczyć na zewnątrz, a jednak tego nie robią. Ich obecne zachowanie oparte jest na poprzednich warunkujących je doświadczeniach.

Niestety, Ty i ja jesteśmy jak szczupak, pchły i słoń. Wmówiono nam lub wmówiliśmy sobie sami pewne rzeczy o życiu i o nas, które często nie są prawdziwe. Są to półprawdy albo sformułowania negatywne. Tymczasem wiele naszych bieżących działań wynika z wcześniejszych doznań i uwarunkowań.

Innym, bardziej naukowym sposobem ujęcia tego zagadnienia jest prześledzenie wyników badań, jakie prowadzili psychologowie. Zgodnie z ich teorią, w dniu, w którym się rodzisz, włączają się w Twojej głowie trzy magnetofony. Zostały one oznaczone jako role osobnicze:



- rola rodzica,
- rola dorosłego,
- rola dziecka.

Te magnetofony rejestrują wszystko, co dzieje się wokół Ciebie oraz w Tobie w związku z emocjami, jakie odczuwasz i doświadczeniami, które stają się Twoim udziałem. Owe emocje i doświadczenia są stale przechowywane w podświadomości po to, aby można je było - w razie potrzeby - natychmiast przywołać.

Problem polega na tym, że większość tego, co w dzieciństwie przyswoiliśmy sobie poprzez własną naukę i wpojone zachowania, dorosłemu człowiekowi nie jest niezbędna. A na dodatek mnóstwo przechowywanych przez nas informacji nie jest prawdą lub nie działa w naszym dobrze pojętym interesie człowieka dojrzałego.

Nasz magnetofon z rolą rodzica zarejestrował wszystkie: zrób, nie powinieneś, przestań, oraz reguły Życia. Pozwól, że to zilustruję. Proszę uzupełnij następujące zdania:

- Dzieci powinny być widziane, ale nie .....
- Nie odgryzaj więcej niż możesz .....
- Nie chodź tam, gdzie cię nie .....
- Nigdy nie mów z .....

Przeprowadź to doświadczenie na współpracowniku lub przyjacielu. Pewnie się zdziwisz! Odpowiedzi będą takie same, mimo że Ty i Twój przyjaciel nie słyszeliście tych stwierdzeń od lat, nigdy ich nie zapomnieliście. Zostały zasiane w waszej podświadomości. Aby odnieść sukces w sprzedaży, musisz uświadomić sobie te wszystkie rzeczy. Zajmiemy się tym trochę później.

Czy chcesz poznać najważniejszą przyczynę klęsk w sprzedaży? To **lęk przed odrzuceniem**. A teraz powiedz, jak sądzisz, gdzie rodzi się lęk? Przeczytaj jeszcze raz kilkanaście ostatnich zdań, a znajdziesz odpowiedź.

Jedynym sposobem, aby wyeliminować lęk przed odrzuceniem, jest nagranie nowego zestawu wewnętrznych taśm, które ukształtują nowy wzorzec zachowania, zdolny zastąpić ten obecny, wyznaczany przez funkcjonującą lub oryginalną taśmę lęku przed odrzuceniem, nagraną w początkach Twego życia.

Tych starych taśm nie możesz skasować, możesz jednak stworzyć nowe, a one usuną stare niepożądane reakcje. To rola magnetofonu dorosłego - zająć się wyuczoną informacją płynącą z magnetofonu rodzica i zweryfikować ją poprzez konfrontację z rzeczywistością. Pozwól, że podam przykład.

Wielu ludzi przechodzi takie "przeuczenie" w wyniku doświadczeń. Mark Twain opowiada historyjkę o kocie, który usiadł na gorącym piecu. Ten kot nie usiadł już nigdy na gorącym piecu. Ale przestał też przesiadywać na ciepłym piecu. Po prostu wycofał się z siadania na piecach. "Przeuczył się" w wyniku doświadczenia.

Nasza rola dorosłego odpowiedzialna jest za uaktualnianie starych informacji i uczynienie ich możliwymi do zastosowania i funkcjonowania w świecie dojrzałym.

Osobnicza rola dziecka utrwała wszystkie emocje: miłość, lęk, nienawiść, radość, podniecenie. Większość ludzi chciałaby postępować jak dzieci, gdyby tylko byli przekonani, że ujdzie im to na sucho. Jednak wszyscy jesteśmy uzależnieni od tego, co myślą inni. Nie lubimy robić z siebie durniów. Wielu z nas tkwi psychicznie we własnym dzieciństwie, z jedną tylko różnicą - nie jesteśmy już dziećmi. "Nie rób tego! Nie rób tamtego! Dlaczego zadajesz tyle pytań? Pozwól mamie i tacie, by Ci pomogli". Z czasem ta lista się wydłuża. "Nie możesz tego zrobić! Nie masz wyglądu, pieniędzy, wykształcenia, doświadczenia. Nikomu z naszej rodziny nigdy się to nie udało. Nie możesz tego zrobić, bo jesteś za stary, bo jesteś za młody. Jesteś czarny, jesteś kobietą..." Już dosyć, ten scenariusz, powtarzany milion razy dziennie, hamuje osobisty rozwój.

Prowadzisz wewnętrzny dialog ze świadomością i podświadomością, który trwa dzień i noc, z szybkością kilkuset słów na minutę. Jakie informacje sobie przekazujesz?

"Nie zapamiętuję nazwisk. Tyję od wszystkiego, co zjem. Jestem, jaki jestem, nie potrafię się zmienić. Nie wyglądam dobrze. Nic nie potrafię zrobić jak trzeba. Jestem niezdarą. Nie umiem ruszyć do przodu". Lista takich samounicestwiających dialogów jest nieskończona.

Zadanie:

## Magnetofon wewnętrznego dialogu

### Polecenie do arkusza I

Przez następnych 48 godzin wsłuchuj się w swój wewnętrzny dialog, czy też rozmowę z sobą. Ten dialog umacnia Twoje wczesne wierzenia i podjęte w życiu decyzje.

Zapisuj wychwycone sentencje i opisz co one dla Ciebie znaczą.

### Korzyść

Umożliwi Ci wejście na drogę zmian. Zanim będziesz w stanie się zmienić, musisz uzyskać świadomość owego wewnętrznego dialogu.

### ARKUSZ I: MAGNETOFON WEWNĘTRZNEGO DIALOGU

Co mówię lub myślę	Co to znaczy

## Uwarunkowania i sukces

W jaki sposób takie uwarunkowania wpływają na naszą produktywność?

Ty i ja mamy nasze własne wyobrażenie o sobie. Wszystko musi przejść przez owo wyobrażenie o sobie. Przyjmijmy, że jest ono jak sieć. Gdy to wyobrażenie jest raczej negatywne, sieć staje się ciaśniejsza i ogranicza wzrost, kreatywność i dokonania. Gdy wyobrażenie o sobie jest pozytywne, sieć rozluźnia się i umożliwia wzrost, kreatywność i większe dokonania.

A teraz odnieś to do zawodu sprzedawcy. Większość ludzi zajmujących się sprzedażą ograniczona jest wyznaczonym przez siebie pułapem myślenia. Ten pułap to nie bariera psychiczna, lecz wewnętrzna bariera mentalna. To coś takiego jak wewnętrzna norma. Ci, którzy zajmując się sprzedażą pracowali kiedykolwiek w systemie norm, zgodzą się, że przeciętny sprzedawca kończy pracę, gdy osiągnie swoją normę. To samo dzieje się wówczas, gdy osiągamy naszą wewnętrzną normę lub wyznaczony przez siebie pułap.

Powiedzmy, że Twoja średnia miesięczna sprzedaż wynosi 100 tys. W kolejnym miesiącu dochodzisz do 90 tys. w ciągu trzech tygodni. Jak w związku z tym zamierzasz zachowywać się w czwartym? W kolejnym miesiącu możesz, powiedzmy, osiągnąć te 90 tys. już w pierwszym tygodniu. W takiej sytuacji większość sprzedawców stara się uzyskać do końca miesiąca brakujące do pułapu 10 tys. A czemu nie kolejne 90 tys.?

Współpracując przez 15 lat ze sprzedawcami i firmami, odkryłem, że wewnętrzna norma rządzi większością sprzedawców, a zatem i większością firm handlowych. Ten wyznaczony przez nas samych pułap w skuteczny sposób ogranicza nasze działania.

W jaki sposób możesz zmienić swój urojony pułap? Zanim jakaś idea stanie się częścią Twojej codzienności, musi wryć się na trwałe w Twoją podświadomość. A informacja o tym musi przejść przez stan świadomości. Innymi słowy, musisz przeczytać kilka razy książkę, przesłuchać kilka razy kasetę, kilkakrotnie uczestniczyć w seminarium, zanim podświadomość zaakceptuje określoną ideę. Kiedy to się już stanie, będzie ona wpływać na Twoje świadome działania.

W dzisiejszej psychologii zakłada się, że ludzie mogą modyfikować własne zachowania, a tym samym wpływać na swoje życiowe osiągnięcia. Niektórzy muszą przejść przedtem przez znaczące doświadczenia emocjonalne, takie jak rozwód, atak serca, upadłość w interesach, zanim uświadomią sobie potrzebę zmiany swoich matryc myślowych lub sposobu wykonywania obowiązków.

Na szczęście nie musisz czekać na katastrofę, aby zacząć rozwijać nowe, bardziej pozytywne zwyczaje. Aby zniwelować te, narzucone sobie ograniczenia lub zacząć patrzeć na życie i na siebie jako na wolnego od obwarowań człowieka, musisz tylko doprowadzić do zmian w swojej postawie, wierze, interpretacji i odbiorze. Potrzebujesz wyłącznie zmiany swojej umysłowości. Taką decyzję bardzo łatwo jest podjąć, ale dużo trudniej realizować ją konsekwentnie i z przekonaniem.

Jest takie głęboko słuszne zdanie:

*“możesz mieć, cokolwiek chcesz,  
ale nie możesz mieć wszystkiego,  
czego chcesz”*

Procedura jest prosta: zdecyduj, czego chcesz. Poświęć się osiągnięciu tego, skoncentruj wszystkie myśli, działania i energię, aby dopiąć celu, i bądź bezwzględny w swym dążeniu.

Przeszkody omijaj, zwalczaj, przechodź nad nimi lub pod nimi. Posuwaj się cierpliwie i wytrwale do przodu, łącząc cel i pasję, a będziesz zdumiony tym, że Twoje ograniczenia rozwiały się. Poprzednie zahamowania, zniechęcenia, problemy i klęski staną się bez znaczenia. Osiągniesz nowy poziom wykonywania obowiązków, sukcesu, satysfakcji i szczęścia. Wszelkie ograniczenia są samoograniczeniami. Wszelkie odkrycia są odkryciami siebie.

## **Podświadomość**

Jest pewien istotny i interesujący aspekt związany ze sferą świadomości i podświadomości. Nasza świadomość potrafi dostrzec różnicę między tym, co rzeczywiste, a tym, co wyobrażone, natomiast podświadomość - nie potrafi. Podświadomość nie wyczuwa różnicy między rzeczywistym doświadczeniem a tym, co jest wyraziście wyobrażone. Nie ma dla niej różnicy między rzeczywistą klęską

a klęską wyobrażoną. Podobnie nie odróżnia sukcesu rzeczywistego od wymyślanego. Podświadomość stawia także opór każdej nowej idei, z którą styka się po raz pierwszy.

To jeden z kluczy do życiowego sukcesu. Proszę, przeczytaj raz jeszcze ten ustęp. Możesz uwierzyć lub nie - ale jest to jedno z najistotniejszych stwierdzeń, jakie kiedykolwiek będzie Ci dane przeczytać. Po prostu można wmówić swej podświadomości, przez powtarzanie, że coś jest prawdą, nawet jeśli nią nie jest. Jeśli podświadomość w to uwierzy, będzie podświadomie wywoływała Twoją aktywność, aby stworzyć warunki, w których to, w co uwierzyła, stanie się rzeczywiście prawdziwe. Pomyśl o tym przez chwilę.

Oznacza to tyle, że jeśli możesz kontrolować swoje myśli, to możesz też kontrolować warunki i okoliczności swojej egzystencji. A kontrolować swoje myśli możesz wtedy, gdy podejmiesz decyzję, że będziesz to robić.

Gdzie zatem możesz przedstawiać telefonicznie doskonałe oferty sprzedaży, gdzie możesz powiedzieć wszystko w sposób doskonały i zrobić wszystko doskonale, a Twój potencjalny klient również będzie mówił i robił wszystko tak, jak tego od niego oczekujesz? Właśnie w twoim umyśle. Umyśle sprzedawcy. Jeśli więc po wielokroć będziesz w taki sposób ćwiczyć doskonale przedstawione oferty sprzedaży, to nawet sobie nie wyobrażasz, jak silna stanie się wiara Twojej podświadomości i jak będzie to wpływało na Twoją świadomą zdolność do przedstawiania udanych ofert sprzedaży.

*To, czemu pamięć towarzyszy, na to pamięć ma wzgląd.*

*To, na co pamięć nie ma względu, to pamięć odrzuca.*

*To, na co pamięć ma nieustannie wzgląd, w to pamięć wierzy.*

*To, w co pamięć wierzy, to raczej pamięć robi.*

Poruszamy się wśród myśli, które dominują w naszym umyśle. Dosłownie stajemy się tym, o czym myślimy. Platon twierdził, że kto zaatakuje swoje myśli, ten będzie mógł uczynić z nimi, co zechce. Biblia mówi, że cokolwiek człowiek pomyśli w swym sercu, tym się stanie.

Ostatnie badania z dziedziny medycyny psychosomatycznej dowodzą, że większość naszych chorób fizycznych i psychicznych oraz dolegliwości (powyżej 75-80%) wywołwana jest naszym własnym myśleniem i emocjami. Czy wiesz, co

powoduje wrzody? Zmartwienia i stres, a obie te dolegliwości lęgną się w naszych umysłach. Jeśli jednak choroba rozpoczyna się w umyśle, to może również w umyśle dałoby się wyzdrowieć?

Dr Symington w znakomitej książce *"Stać się znów zdrowym"* opowiada, jak w swej klinice w Teksasie skutecznie leczy pacjentów chorych na raka, każąc im nieustannie wyobrażać sobie możliwie obrazowo, jak komórki rakowe obumierają i są usuwane z ich organizmu. Jednym z podstawowych elementów tego systemu, o ile metoda ma być skuteczna, jest silna wiara pacjenta w skuteczność tej metody.

Dr Lionel Tiger w książce *"Optymizm, biologia nadziei"* stawia tezę, że optymiści są zdrowsi i żyją dłużej niż pesymiści.

Opierając się na własnym doświadczeniu mogę stwierdzić, że jedno jest oczywiste. Ilekroć wierzyłem i mówiłem pozytywnie, że dokonam sprzedaży, tylekroć zwykle tak się działo, gdy jednak pojawiały się jakieś wątpliwości, rzadko zdarzało się korzystne zakończenie transakcji.

Na koniec tego wywodu pozwól mi stwierdzić, że skoro nie potrafisz przekonać siebie, że Twój potencjalny klient zamierza dokonać zakupu, to mam poważne wątpliwości, czy kiedykolwiek będziesz w stanie namówić go do tego. Najważniejsze jest to, aby sprzedać coś samemu sobie.

*Często łatwiej jest walczyć w imię jakichś zasad,  
niż żyć zgodnie z nimi.*  
Adlai Stevenson

## DLACZEGO LUDZIE ZAJMUJĄCY SIĘ SPRZEDAŻĄ PONOSZĄ KLĘSKI?

Jest wiele przyczyn, które sprawiają, że ludzie ponoszą klęskę w sprzedaży. Muszą być one liczne, skoro jest tak wielu sprzedawców, którym się nie udało takiej klęski uniknąć. Zdaję sobie sprawę, że możesz uznać to stwierdzenie za niezbyt głębokie, ale powody, dla których jednostki ponoszą klęski, są powodami indywidualnymi.

Będę starał się omówić najistotniejsze powody związane z postawą i nastawieniem w sprzedaży.

### **Słabe nastawienie.**

Ludzie ponoszą klęskę w sprzedaży, ponieważ nie potrafią kontrolować własnego nastawienia.

Co rozumiem przez kontrolę Twego nastawienia? Pozwól, że wyjaśnię to na przykładzie.

Skończyłeś właśnie czwartą rozmowę telefoniczną z ofertą sprzedaży i była to czwarta odmowa w dniu dzisiejszym. Jest właśnie godzina 15, a Ty masz spotkanie o 15.30. Jeśli masz nastawienie pozytywne, to wejdiesz w tę kolejną sytuację z taką samą pozytywną postawą, jaka towarzyszyła Ci podczas pierwszej rozmowy tego dnia.

Bardzo niewielu ludzi posiada jednak umiejętność takiej samokontroli. Musisz nauczyć się oddzielać każdą rozmowę, każde wydarzenie handlowe, każdą odmowę kupna, musisz nauczyć się myśleć o wszystkim w oddzielnych kategoriach. Twoja zdolność do kontroli własnego nastawienia w codziennej praktyce jest elementem Twojego sukcesu w tym zawodzie. Musisz trenować swój umysł, aby reagował na fakty negatywne - problemy, krytykę, klęskę, odmowę - tak samo jak i na sukcesy w Twoim dniu pracy sprzedawcy.

*“Być ignorantem to mniejszy wstyd,  
niż nie mieć woli nauki.”*

Ben Franklin



## **Brak nieustannego treningu.**

Mniej więcej 200 lat temu do zamknięcia Amerykańskiego Biura Patentowego zabrakło tylko trzech głosów, ponieważ ówczesni urzędnicy uważali, że wszystko, co należało wymyślić, zostało już wymyślone.

Jeden z problemów z ludźmi współczesnymi, zwłaszcza zajmującymi się sprzedażą, polega na tym, że oni pozamykali już swoje biura patentowe.

Moje pytanie do Ciebie brzmi następująco: ile zainwestowałeś w ubiegłym roku we wnętrze swojej głowy, aby wiedzieć, co masz mówić, gdy staniesz przed potencjalnym klientem?

Większość ludzi, którym potrzebny jest trening w sprzedaży, nie przeprowadza go. Swą postawę tłumaczą następująco: "Uczestniczyłem 15 lat temu w kursie sprzedaży, 10 lat temu przeczytałem książkę o sprzedaży i kupiłem kiedyś kasetę poświęconą sprzedaży - nie było tam nic nowego. Nie mam zresztą zamiaru wysłuchiwać rad kogoś, o kim nic nie wiem".

Ludzie sukcesu odnoszą sukcesy przede wszystkim dlatego, że są nastawieni na samokształcenie. Nieustannie kupują książki, uczestniczą w seminariach, biorą udział w kursach, słuchają kaset i chodzą na spotkania, podczas których doskonalą samych siebie.

## **Zwlekanie.**

Czy masz zwyczaj zwlekać? Czy potrafisz odnosić się dynamicznie, z entuzjazmem, z zaangażowaniem i poświęceniem zarówno do przyjemnych, jak i nieprzyjemnych zadań?

Jeśli nie będziesz działać lub nie podejmiesz decyzji, wynik jest znany. Nic się nie zmieni, będzie tak, jak jest. Jeśli jednak podejmujesz nową decyzję, zwracasz się w nieznanym lub niemiłym kierunku, lęk wówczas rośnie.

Zwlekanie to lęk przed nieznanym. Jeśli czujesz lęk, zrób to, czego się obawiasz, wówczas swój lęk przezwyciężysz.

## Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Aby uzyskać dostęp do pozostałych materiałów zawartych w tym ebooku, które umożliwią Ci niesamowity wzrost Twoich dochodów ze sprzedaży bezpośredniej, [Kliknij tutaj](#), aby wejść na stronę www, na której znajdziesz informacje związane z pełną wersją ebooka [„Umysł Sprzedawcy”](#).

**Dowiedz się, jak w ciągu 21 dni zwiększyć swoją skuteczność  
i zwielokrotnić zyski ze sprzedaży bezpośredniej. Poznaj  
sekrety skutecznego sprzedawcy.**

