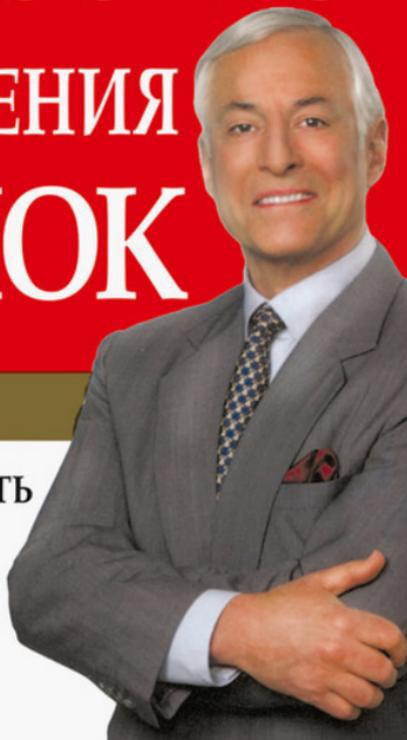


# БРАЙАН ТРЕЙСИ

автор бестселлера «Психология продаж»

## ИСКУССТВО ЗАКЛЮЧЕНИЯ СДЕЛОК

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ  
БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ  
В МИРЕ ПРОФЕС-  
СИОНАЛЬНЫХ  
ПРОДАЖ



# Брайан Трейси

# Искусство заключения сделок

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=17186538](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=17186538)*

*Трейси, Б. Искусство заключения сделок: Попурри; Минск; 2008*

*ISBN 978-985-15-2319-7*

## **Аннотация**

В своей новой книге Брайан Трейси дает множество ценных советов специалистам по продажам. Это практическое руководство поможет вам с легкостью преодолевать завершающий этап сделок и всегда достигать поставленных целей.

# Содержание

Введение. Как встать на путь успеха в сфере продаж	6
Решающий вопрос	10
Выход на новый уровень	12
1. Формирование личности торгового агента	14
Психологическая форма	15
Контролируйте собственную жизнь	17
Считайте, что вы работаете на себя	19
Вы – босс	20
Проявляйте максимум активности в вопросе обучения	21
Победители и неудачники	22
Будьте готовы к тяжелому труду	23
Не растрачивайте время попусту	24
Будьте готовы заплатить заранее	25
Амбиции и желания	26
Дополнительные усилия	26
Нет амбиций – нет надежды	28
Не забывайте об эмпатии и понимании	29
Думайте наперед	30
Идеальное сочетание	31
Задавайте правильные вопросы и слушайте внимательно	32

Продолжайте идти вперед	33
Период наивысшего дохода	35
Богатейте медленно, но верно	36
Поверьте в себя и в свой товар	37
Конец ознакомительного фрагмента.	38

# Брайан Трейси

## Искусство

### заклучения сделок

Охраняется законом об авторском праве. Нарушение ограничений, накладываемых им на воспроизведение всей этой книги или любой ее части, включая оформление, преследуется в судебном порядке.

THE ART OF CLOSING THE SALE (The Key to Making More Money Faster in the World of Professional Selling) / by Brian Tracy. – «Thomas Nelson», 2007.

© 2007 by Brian Tracy

© Перевод. Издание на русском языке. ООО «Попурри», 2008

© Оформление. ООО «Попурри», 2012

# Введение. Как встать на путь успеха в сфере продаж

В самом начале своей карьеры в сфере продаж я переходил из офиса в офис днем и от одного дома к другому по вечерам, больше всего на свете страхась финального момента процесса продажи.

Каждое утро, отправляясь на работу, я не испытывал ни малейшего страха перед встречей и общением с потенциальными покупателями и энергично представлял им свои товары. Но, когда наше общение подходило к решающему этапу, я начинал судорожно глотать воздух и нерешительно, робко спрашивал: «Что вы планируете делать?»

Практически каждый раз потенциальный покупатель отвечал: «Оставьте мне все материалы, я подумаю».

Позднее я узнал, что фразы «Мне надо подумать» или «Дайте мне время подумать» на самом деле означают вежливый отказ – «Всего хорошего, мы никогда больше не увидимся».

Я убеждал себя, что все потенциальные покупатели напряженно раздумывают над моим предложением и вскоре мой телефон будет разрываться от звонков. Но не тут-то было. Телефон упорно молчал.

По прошествии некоторого времени я понял, что причина

моих постоянных неудач заключается не в цене, не в продукте, не в рынке и не в конкуренции. Причина крылась во мне самом. А если говорить конкретнее, то во всем был виноват мой собственный страх перед просьбой сделать заказ.

И вот однажды я принял твердое решение покончить с неудачами и разочарованиями. При встрече с очередным клиентом, услышав стандартное «Дайте мне время подумать, перезвоните позднее», я твердо произнес фразу, которая изменила мою дальнейшую жизнь.

С бешено колотящимся сердцем я ответил: «Простите, но я не прихожу повторно». «Прошу прощения. Вы никогда не приходите повторно?» – удивился клиент. «Нет, – как можно убедительнее ответил я. – Вы владеете всей нужной информацией, достаточной, чтобы принять решение прямо сейчас. Почему бы вам так и не поступить?»

Он посмотрел на меня, перевел взгляд на лежащую на столе брошюру, потом снова взглянул на меня и сказал: «Ну, если вы не совершаете повторных визитов, то, думаю, я это куплю».

При этом он достал чековую книжку, выписал чек, вручил мне и поблагодарил за визит. Я вышел из дома в состоянии легкого шока – это был для меня огромный шаг вперед.

В следующем доме я провел презентацию перед главой дома, а на его предложение зайти через пару дней ответил теми же словами, что и в первый раз: «Я не прихожу повторно». «Ну хорошо, я куплю это», – сразу решил хозяин дома.

После трех сделок, которые мне удалось заключить за сорок пять минут, а не за неделю, как раньше, я буквально летал! В течение месяца мне удалось побить все прежние рекорды по продажам в моей компании, подняться по служебной лестнице до начальника отдела продаж и увеличить доход в двадцать раз. Под моим руководством работали тридцать два торговых агента, каждого из которых я учил просить потенциального покупателя принять решение при первой же встрече. Компания процветала!

С годами я убедился, что искусство успешно завершать сделки поможет зарабатывать те деньги, которых вы действительно достойны.

В этой книге собрано очень много приемов завершения сделок, которые я самолично опробовал на практике и которым обучил более миллиона торговых агентов, достигших впоследствии больших успехов в сфере продаж.

В процессе заключения сделки решающим моментом является ваше умение побудить потенциального покупателя к немедленным действиям. В этой книге и рассказывается о том, как это сделать и как зарабатывать благодаря своему умению столько денег, сколько вы захотите.

Все успешные торговые агенты владеют искусством заключения сделок. Они умеют находить потенциальных покупателей, определять их потребности, вызывать доверие, снимать возражения и предлагать принять решение несколькими разными способами. Они понимают колебания и нерешитель-

тельность потенциальных покупателей и знают, как построить общение, чтобы преодолеть данные препятствия. Агенты, действующие таким образом, принадлежат к числу двадцати процентов лучших продавцов, зарабатывающих колоссальные деньги.

Я начал карьеру в сфере продаж, не имея за плечами соответствующего образования. Мне выдали пару брошюр и отправили «уговаривать людей». Я сильно нервничал и очень боялся отказов, следовавших практически один за другим. Уныло бродя из офиса в офис и из дома в дом, я зарабатывал ровно столько, чтобы не умереть с голоду.

# Решающий вопрос

И вот в один прекрасный день я спросил себя: почему же одни торговые агенты успешнее других? Ответ на этот вопрос изменил мою дальнейшую жизнь.

С этого дня я стал обращаться к опытным агентам за советами и подсказками, в особенности когда это касалось снятия возражений и завершения сделок. Я читал все книги на соответствующие темы и тут же применял на практике идеи и рекомендации, которые казались мне наиболее эффективными и разумными. Я слушал аудиопрограммы с описанием приемов и стратегий лучших торговых агентов. Я посещал всевозможные семинары, тренинги и сам принимал в них самое активное участие.

Но самое главное – я воплощал в жизнь все полученные мною знания. Если мне нравился какой-то совет или прием, я тут же опробовал его на практике, общаясь с конкретными покупателями. Впоследствии я пришел к выводу, что единственный эффективный способ чему-то научиться – приобретать опыт в реальных жизненных условиях.

Таким образом я и освоил непростое искусство просить клиентов принимать решения и завершать сделки. На сомневающихся, нерешительных покупателях я по многу раз отработывал все приемы, о которых читал или слышал. В конце концов я достиг того уровня уверенности и профессиона-

лизма, когда совершенно спокойно, без тени страха мог просить потенциальных клиентов принять решение о покупке. Благодаря этому умению я быстро занимал высокие руководящие посты в отделе продаж во всех компаниях, где мне доводилось работать, и зарабатывал при этом такие деньги, о которых ранее даже не мог мечтать.

# Выход на новый уровень

Я усвоил одну замечательную закономерность: если ты не затягиваешь с завершением сделки и абсолютно уверен в своей способности попросить сделать заказ, то в поиске и подборе потенциальных покупателей ты будешь также более успешен. Ты начнешь проявлять больше активности, научишься грамотнее распределять свое время, станешь более уверенным и представительным.

*Зная*, что ты умеешь заключать сделки, ты будешь чувствовать себя победителем и будешь вести себя соответственно. Исходящая от тебя уверенность передастся твоим собеседникам, заставляя их принять твоё предложение. И твоя карьера начнет стремительно развиваться.

Самое приятное во всем этом то, что умениями и навыками в сфере продаж, включая и заключение сделок, можно овладеть. Если вы научились водить машину, то сможете научиться заключать сделки. Возможно, сегодня вы неуверенно себя чувствуете просто потому, что не овладели этим процессом. Но стоит вам это сделать, то есть освоить проверенные на практике приемы и стратегии, как ваша карьера стремительно пойдет в гору. Отрабатывая предложенные методы, вы будете становиться все увереннее, успешнее и профессиональнее.

*Самое приятное во всем этом то, что умениями и навыками в сфере продаж, включая и заключение сделок, можно овладеть.*

За весьма короткое время вы превратитесь в одного из самых успешных и высокооплачиваемых профессионалов в своем деле, и перед вами откроется блестящее будущее и безграничные возможности.

# 1. Формирование личности торгового агента

*Быть теми, кто мы есть, и стать теми, кем мы в состоянии стать, – вот истинная цель нашей жизни.*

*Роберт Луи Стивенсон*

Искусство завершения сделок требует напряженной внутренней работы. Успех начинается с вас. В сфере продаж личность торгового агента играет значительно большую роль, нежели знания о продукте или умения. Она более значима, чем продаваемый вами товар или услуга. По большому счету от вашей личности зависит почти 80 процентов успеха.

Это доказывает тот факт, что некоторым торговым агентам удается достигать высоких объемов продажи, даже работая с дорогим товаром в условиях экономического спада и жесточайшей конкуренции. В то же время многие агенты, работая с эксклюзивным продуктом на оживленном рынке, показывают крайне низкие результаты.

# Психологическая форма

Психологическая форма ничем не отличается от физической. Поддержание физической формы требует соблюдения диеты и регулярных физических упражнений. Психологическая форма требует соответствующей психологической диеты и регулярных тренировок. Хорошей психологической форме сопутствует душевное равновесие и, как следствие, увеличение объема продаж.

Успешные торговые агенты отличаются высокой степенью уверенности в себе и самоуважением. Уверенность в себе – это естественная составляющая любви и уважения к себе. Чем больше вы себя любите, тем больше уверенности продемонстрируете в поиске потенциальных клиентов, презентациях и заключении сделок.

*Любите себя, уважайте себя, и тогда будете искренне любить окружающих и сможете наладить с ними более успешное общение.*

Без уверенности в себе достичь успеха в продажах практически невозможно. Если вам недостает уверенности, вы будете цепляться за любые отговорки и оправдания, только бы не встречаться с потенциальными клиентами или не предпринимать никаких действий, которые могут повлечь за

собой отказ или неудачу.

Помните, чем больше вы любите себя, тем больше вы любите окружающих. Если вы любите людей, они отвечают вам тем же и доверяют вам. Чем больше они вам доверяют, тем выше вероятность того, что ваше предложение будет принято.

Мы более охотно прислушиваемся к предложениям людей, которым мы симпатичны, чем к тем, кто к нам равнодушен. Мы предпочитаем покупать у тех людей, со стороны которых чувствуем заботу и внимание к нам. Любите себя, уважайте себя, и тогда будете искренне любить окружающих и сможете наладить с ними более успешное общение.

# Контролируйте собственную жизнь

Иногда я задаю участникам своих семинаров или лекций такой вопрос: «Кто из вас работает на себя?»

Как правило, сразу поднимают руки от 10 до 15 процентов присутствующих. Тогда я опять спрашиваю: «Кто из вас *действительно* работает на себя?»

Постепенно до присутствующих доходит смысл моего вопроса, и они один за другим поднимают руки. Следовательно, они осознали, что, по сути, *все* работают на себя.

Величайшая ошибка – полагать, будто вы работаете не на себя, а на какого-то постороннего человека. С того момента, как вы устраиваетесь на первую работу, и до момента выхода на пенсию вы работаете только на себя. Вы – *президент* своей собственной компании, которая продает свои услуги на рынке по высочайшей цене. У вас есть только один сотрудник – вы сами. Ваша задача – продавать услуги высочайшего качества в максимальном объеме на протяжении всей своей трудовой карьеры.

*Величайшая ошибка – полагать, будто вы работаете не на себя, а на какого-то постороннего человека. С того момента, как вы устраиваетесь на первую работу, и до момента выхода на пенсию вы работаете только на себя.*

Лучшие торговые агенты всегда несут стопроцентную ответственность за себя и свою работу. Они отвечают за результаты своих действий, какими бы эти результаты ни были. Они не обвиняют в своих неудачах других и не прячутся за отговорками. Они не поддаются критике или жалобам. Лучшие торговые агенты говорят: «Если это произойдет, то только благодаря мне!»

# Считайте, что вы работаете на себя

В ходе опроса, который проводился в Нью-Йорке пару лет назад, исследователи установили, что профессионалы в любом деле, занимающие верхние три процента, считали, что они работают на себя. Они действовали так, будто компании, в которых работали, принадлежали лично им. Они считали себя ответственными за каждый аспект своей жизни и переживали за все, что происходит в компании, как будто действительно владели ею.

Начальник отдела продаж одной из компаний, которая занесена в список журнала «Fortune», однажды рассказал мне весьма занимательную историю. Как-то вместе со своим лучшим торговым агентом он обсуждал условия сделки с крупным клиентом стоимостью в 200 миллионов долларов. Во время перерыва клиент отвел начальника отдела в сторону и, указав на торгового агента, спросил: «Этот парень – владелец компании?» Начальник отдела продаж, немного удивленный, поинтересовался: «Почему вы так решили?» «При каждой нашей встрече, – пояснил клиент, – он постоянно говорил “моя компания”, “мои люди”, “моя сделка” и так далее. По его словам выходило, что компания принадлежит ему. Это так?» Мой друг, начальник отдела продаж, улыбнулся и ответил: «Да, в каком-то смысле это так».

# Вы – босс

Будучи президентом компании по предоставлению личных услуг, вы несете полную ответственность за все происходящее – обучение и развитие, а также за непрерывное совершенствование своих навыков. Под вашим контролем – продажи, маркетинг, производство и контроль качества, организация всех процессов и повышение эффективности. Вы – босс.

Удивительно, что многие люди предпочитают пассивные роли активным. Они не стремятся менять то, что им не нравится, а пассивно выжидают, пока компания или кто-то другой не сделает это за них. Подавляющее большинство взрослых людей не хотят заниматься своим личностным и профессиональным развитием. Они не читают книг, не слушают кассеты, не посещают курсы. Они ждут милостей от компании, рассчитывая, что та не только оплатит повышение квалификации, но и предоставит им свободное время и возможности для совершенствования, чтобы *они* могли заработать больше денег. Более чем странная логика.

# Проявляйте максимум активности в вопросе обучения

Используйте для обучения любой шанс. Рассматривайте каждую свою работу как возможность овладеть умениями, которые будут приносить вам пользу всю дальнейшую жизнь. Будьте настойчивы в приобретении новых знаний. Если ваша компания предлагает вам посещать курсы или тренинги, то ни в коем случае не отказывайтесь. Без колебаний соглашайтесь. Не откладывайте. Любое новое умение – это вклад в ваше будущее.

Ваша сегодняшняя жизнь есть результат ранее принятых вами решений. То, что вы имеете сейчас, – следствие не только прошлых действий, но и прошлого *бездействия*. С сегодняшняя заработная плата складывается из того, что вы сделали, и того, что сделать не сумели. Зачастую то, чего мы не достигли, – например, не закончили учебу или не приобрели нужных навыков, – оказывает на нашу жизнь большее влияние, чем то, чего нам удалось достичь.

# Победители и неудачники

Разница между победителями и неудачниками очевидна. Победители всегда несут ответственность за последствия своих действий. Неудачники же всегда имеют наготове оправдание своим неудачам.

Неудачники страдают от хронического заболевания под названием «оправдательная болезнь», основным симптомом которой является «воспаление оправдательной железы». Эта болезнь *фатальна* для успеха. Стоит только человеку заразиться ею, как он начинает искать оправдания любой неудаче, трудности или поражению.

*Победители ориентированы на успех, а потому нацелены на поиск конструктивных решений и преодоление препятствий.*

Победители ведут себя совершенно иначе. Они ориентированы на успех, а поэтому нацелены на поиск конструктивных решений и преодоление препятствий. Они не боятся пробовать новые варианты. Если тот или иной вариант не дает результатов, они используют другой. И никогда не закливаются на неудачах.

# Будьте готовы к тяжелому труду

Основное различие между успешными и среднестатистическими торговыми агентами заключается в том, что первые работают гораздо усерднее и больше, чем вторые. В процессе написания книги «Мой сосед – миллионер» («The Millionaire Next Door») Томас Дж. Стэнли провел небольшое исследование, которое показало: 85 процентов опрошенных им миллионеров, создавшие, как говорится, себя сами, объясняли свой успех «тяжелым кропотливым трудом».

На вопрос о причинах своего успеха богатые люди в любой сфере деятельности отвечают одинаково: «Я не умнее других, просто я был готов вкалывать больше остальных».

Обычные люди *хотят* много работать. Они *намереваются, планируют* упорно трудиться – но когда-нибудь, в будущем. Они даже жалуются на то, как много и тяжело им приходится работать, но на самом деле это одна лишь видимость.

# Не растрачивайте время попусту

Среднестатистический торговый агент напрасно теряет около 50 процентов своего рабочего времени. Согласно исследованиям, он приходит на работу немного позже положенного времени, трудится немного медленнее и старается уйти домой пораньше. Большую часть рабочего дня он болтает с коллегами, занимается личными делами, читает газеты, попивает кофе и шарит в интернете.

Победители не тратят свое драгоценное время на подобную ерунду. Они приходят на работу раньше всех, работают усерднее остальных и позже всех уходят домой. Они не отвлекаются на перерывы и перекуры. И уже с вечера начинают готовиться к следующему дню, не позволяя ни одной минуте пропасть даром.

# **Будьте готовы заплатить заранее**

Однажды в одном из радиоинтервью Х. Л. Ханта, владельца более двухсот компаний и одно время самого богатого человека в мире, попросили поделиться секретом успеха. На что тот ответил: «Я создал сотни компаний. За пятьдесят лет работы я твердо уяснил, что на успех влияют лишь два фактора.

Во-первых, четко определитесь с тем, чего вы хотите. Большинство людей об этом не догадываются. Во-вторых, определите, какую цену вы готовы заплатить за реализацию своих желаний, и будьте готовы заплатить ее немедленно».

Лучшие торговые агенты нацелены на успех и готовы платить за него заранее.

## **Амбиции и желания**

Амбиции и желания лежат в основе всех грандиозных свершений. Как выяснилось, лучшим торговым агентам свойственны безграничные амбиции и устремления.

Лучшие торговые агенты отличаются искренней преданностью своему делу и страстным желанием преуспеть. Они не позволяют никаким препятствиям встать у себя на пути. Другими словами, они жаждут успеха.

Среднестатистические торговые агенты мыслят недалеко-видно, стремясь заработать достаточно денег, чтобы оплатить счета. Все, на что они рассчитывают, – заключить еще одну сделку и протянуть еще один месяц. Они не знают, что великий успех всегда требует дополнительных усилий и усилий немалых.

## **Дополнительные усилия**

Не так давно одна страховая компания каждый ноябрь проводила конкурс среди торговых агентов. Тот, кто выполнял установленный план, который превышал обычный ежемесячный план на 35 процентов, получал в качестве приза двухнедельную путевку на Карибские острова.

Каждый ноябрь, во время конкурса, торговые агенты начинали просто «рвать подметки». Они вкалывали днями и

ночами ради того, чтобы провести две недели на солнечном пляже. Торговые агенты, которые показывали довольно посредственные результаты в течение года, в эти тридцать дней превращались в настоящих суперагентов.

Однажды страховая компания решила проанализировать показатели агентов, которые выигрывали путевку каждый ноябрь. И сделала потрясающее открытие: торговый агент в среднем продавал *три* страховых полиса в неделю. Во время соревнования среднее количество проданных полисов увеличивалось до *четырёх* в неделю. Начиная работать чуть раньше и заканчивая работать чуть позже, желающие отправиться на Карибские острова продавали за сорок-пятьдесят часов рабочей недели на одну страховку больше.

Менеджеры созвали торговых агентов и указали им на то, что если те будут прикладывать больше усилий, то смогут зарабатывать больше на протяжении всего года, а не только одного месяца. И наглядно продемонстрировали, каким образом это отразится на их доходе за сорокалетнюю карьеру.

Если торговый агент начал свою деятельность в двадцать пять лет и планирует выйти на пенсию в шестьдесят пять лет, то четыре страховых полиса вместо трех принесут ему за десять лет дополнительную прибыль. Другими словами, торговый агент может за тридцать лет заработать столько же денег, сколько заработал бы за сорок. И будет располагать этой суммой на десять лет раньше.

## **Нет амбиций – нет надежды**

Иногда после семинаров ко мне подходят его участники и говорят, что они начисто лишены амбиций. По их словам, они вполне довольны своим уровнем дохода. Ведь зарабатывают они достаточно, чтобы платить по счетам и не залезать в долги. Эти люди спрашивают меня, что я могу сделать для тех, кто лишен всепоглощающего желания стремиться получить больше того, что получает сейчас.

Скрепя сердце, мне пришлось признать, что при отсутствии определенных амбиций у них нет никакой надежды. Если они сами не хотят стать лучше и добиваться более высоких результатов, то никто за них ничего не сделает. Я говорю им так: «Одни люди рождены, чтобы вести за собой, а другие рождены, чтобы следовать за кем-то. Могу предположить, что вы относитесь ко второй категории». Ни разу мне еще не довелось встретить человека, который был бы удовлетворен таким ответом. Что поделаешь. Амбиции есть залог грандиозного успеха.

# Не забывайте об ЭМПАТИИ И ПОНИМАНИИ

Лучшие торговые агенты обладают таким немаловажным качеством, как *эмпатия*, другими словами, они искренне заботятся о покупателях. Амбиции, стремление преуспеть в своем деле, вкупе с эмпатией, искренней заботой о благополучии покупателей, – это двойной секрет высочайшей эффективности.

По словам Дэниела Гоулмана, автора книги «Эмоциональный интеллект» («Emotional Intelligence»), EQ, или *эмоциональный коэффициент*, гораздо более важен для успеха, нежели IQ, *коэффициент интеллекта*. Он определяет эмоциональный интеллект как умение поддерживать добрые отношения с людьми, сохраняя восприимчивость к их чувствам, мыслям и настроению. Гоулман пришел к выводу, что эмпатия является важнейшим качеством для формирования и укрепления человеческих взаимоотношений, как личных, так и деловых.

Вы испытываете эмпатию по отношению к своим клиентам, если пытаетесь понять их, так сказать, «влезть в их шкуру». Человек, испытывающий *симпатию*, может сочувствовать другому, но он смотрит на ситуацию как бы *со стороны*. Тот же, кто испытывает *эмпатию*, старается заглянуть в душу другому человеку, встать на его место и прочувство-

вать его потребности и желания. Есть такая старая поговорка: «Если ты сможешь увидеть Джо Джонса глазами самого Джо Джонса, то сможешь продать Джо Джонсу то, что Джо Джонс покупает».

## Думайте наперед

Эмпатия подразумевает *наличие долгосрочной перспективы*. Среднестатистические торговые агенты мыслят в пределах одной ближайшей сделки, мало заботясь о построении долгосрочных отношений или о будущем. Лучшие торговые агенты, наоборот, в процессе обсуждения с клиентом *первой* сделки уже планируют заключение второй и третьей. Они рассчитывают работать с этим клиентом на протяжении двадцати и более лет. Каждый их шаг в работе с этим клиентом сегодня совершается с прицелом на будущее. Как следствие, они проявляют к покупателям гораздо больше эмпатии в настоящий момент, чем рядовые торговые агенты.

*Лучшие торговые агенты, наоборот, в процессе обсуждения с клиентом первой сделки уже планируют заключение второй и третьей. Они рассчитывают работать с этим клиентом на протяжении двадцати и более лет.*

Плохие торговые агенты озабочены лишь заключением одной конкретной сделки. Торговые суперагенты больше за-

интересованы в том, чтобы установить длительные и прочные отношения.

## Идеальное сочетание

Равные доли амбиций и эмпатии можно считать идеальным сочетанием для долгосрочного успеха. С одной стороны, чересчур амбициозный торговый агент не будет уделять достаточное внимание своим клиентам, и те, вне всякого сомнения, это почувствуют. С другой стороны, слишком чувствительный агент не сможет проявить настойчивость и твердость, когда настанет время принимать решение. Равное соотношение того и другого весьма благотворно сказывается на показателях.

Современные покупатели намного умнее, чем раньше, и с каждым днем становятся все разборчивее. Это самые пронырливые, знающие, требовательные и искушенные покупатели за всю историю человечества.

Современный покупатель имеет дело с таким количеством торговых агентов, что способен видеть их насквозь, словно они сделаны из прозрачного материала. Если торговый агент не проявляет искреннего интереса к благополучию и удобству покупателя, тот сразу же это чувствует. Ему не нужно много времени, чтобы раскусить агента. Пара минут – и он уже точно знает, работает тот ради собственной выгоды или ему небезразличны пожелания и выгода самого покупа-

теля.

## **Задавайте правильные вопросы и слушайте внимательно**

Оптимальный способ проявить эмпатию не только к потенциальному клиенту, но и вообще к любому человеку – задавать вопросы и внимательно выслушивать ответы. Старайтесь больше слушать и меньше говорить. Стивен Кови советует: «Старайтесь сперва понять других, а уж потом – быть понятым и другими». Чем старательнее вы пытаетесь прояснить для себя ситуацию клиента, тем больше выказываете эмпатии. Следовательно, вероятность того, что вы заключите сделку, гораздо выше.

# Продолжайте идти вперед

Лучшие торговые агенты отличаются необыкновенной внутренней убежденностью и настойчивостью в достижении поставленных целей. Они обладают удивительной способностью упорно продвигаются вперед, невзирая на невзгоды, не останавливаясь ни перед какими препятствиями. Они готовы платить за успех заранее, упорно трудиться, не боятся сделать лишний шаг, пройти еще одну милю. Ведь им прекрасно известно, что «на дополнительной миле не бывает дорожных пробок».

*Высокооплачиваемые торговые агенты отдают себе отчет в том, что за любой успех нужно платить, и платить заранее. К успеху нет быстрого и простого пути. Путь на вершину успеха труден, извилист и каменист.*

Высокооплачиваемые торговые агенты отдают себе отчет в том, что за любой успех нужно платить, и платить *заранее*. К успеху нет быстрого и простого пути. Путь на вершину успеха труден, извилист и каменист. Это упорный тяжкий труд на протяжении длительного времени.

Многих торговых агентов соблазняют истории о людях, сумевших сказочно разбогатеть буквально за одну ночь. Подобные примеры крайне редки, и в большинстве случаев те,

кто легко и быстро наживает большие деньги, так же легко и быстро их теряют. Как говорится, «дешево досталось – легко потерялось».

# Период наивысшего дохода

Большинство людей начинают получать максимальные доходы где-то после сорока или сорока пяти лет. Некоторым это удастся сделать раньше, однако подавляющее большинство только к этому возрасту приобретает необходимые знания, опыт и умения. В среднем чистый доход сорокалетнего американца составляет 1010 долларов. Одна треть из тех, кто родился в период с 1946 по 1960 год, через несколько лет выйдет на пенсию практически без средств к существованию. У них нет никаких накоплений. Это типичная картина.

Если хотите достичь впечатляющего успеха, то будьте готовы платить за это амбициями, желаниями, кропотливым трудом и настойчивостью на протяжении долгого периода времени. Отработывая на практике описанные в данной книге приемы, вы сможете продвигаться вперед быстрее, чем когда-либо вам это казалось возможным.

# Богатейте медленно, но верно

Генри Форд однажды сказал: «Два важнейших фактора успеха в бизнесе – это *терпение* и *дальновидность*. Нетерпеливому человеку не видать успеха на конкурентном рынке».

Пока еще не придумано быстрого и не требующего усилий способа зарабатывать деньги. Схемы стремительного обогащения приносят богатство лишь их изобретателям. Не тратьте ни минуты своего драгоценного времени на попытки срезать углы или на поиск кратчайшего пути. Слепое следование за блуждающими огоньками быстрого обогащения ставит под угрозу вашу карьеру и разрушает целостность личности.

Худшее, что может случиться с торговым агентом, – это в начале своей карьеры заработать много денег в период экономического подъема. В результате ему будет казаться, что деньги даются без труда. Поэтому всю оставшуюся жизнь он выискивает еще одну возможность сделать легкие деньги. Но это случается крайне редко. Хуже того, ранний успех кружит голову настолько, что человек забывает о необходимости кропотливого труда и определенных жертв, без которых успеха не видать. Поэтому он быстро теряет веру в себя, а потеря веры в себя равносильна провалу.

# Поверьте в себя и в свой товар

Лучшие торговые агенты верят в себя. Помимо этого, они верят в свою компанию и в пользу, которую их товар или услуга может принести покупателям.

Между вашей верой в товар или услугу и легкостью, с которой вы можете убедить потенциального покупателя приобрести данный товар или услугу, существует прямая взаимосвязь. Покупатель никогда не поверит в ваш продукт больше, чем верите в него вы сами. Уильям Джеймс из Гарвардского университета сказал: «Вера создает реальный факт».

Вот почему так важно продавать то, в пользу чего вы верите всей душой и сердцем, что, по вашему убеждению, принесет клиентам реальную пользу. Каждому торговому агенту так или иначе приходилось предлагать продукт, в пользу или качество которого он не особенно верил. С таким настроем вам не добиться успеха на конкурентном рынке. Если не сумеете вложить в свой рассказ о предлагаемом продукте всю душу, то много сделок вам не заключить.

# 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.