

Jan Batorski

JAK OCZAROWAĆ KLIENTA?



**Sztuka zjednywania sobie
ludzi i budowania relacji
wygrana-wygrana**

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną**.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by [ZloteMysli.pl](#)

Data: 11.03.2008

Tytuł: Jak oczarować klienta?

Autor: Jan Batorski

Wydanie I

ISBN: 978-83-7582-121-5

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Anna Popis-Witkowska, Sylwia Fortuna

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli

Netina Sp. z o. o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ 1:

<u>USTALENIA WSTĘPNE</u>	10
<u>Cele nauczania – uczenia się</u>	10
<u>Zmień strategię działania!</u>	13
<u>Założenia wstępne</u>	14
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 1:</u> <u>Mistrzostwo w działaniu</u>	14
<u>Proces kształtowania umiejętności</u>	16
<u>Ćwiczenie czyni mistrza</u>	17
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 2:</u> <u>Które z wymienionych działań jest szkoleniem?</u>	18
<u>Wielostopniowy system budowania więzi emocjonalnych z klientem</u>	19
<u>Klient, kto to jest?</u>	21
<u>Jakie są jego oczekiwania?</u>	22
<u>Od czego zależy satysfakcja klienta?</u>	22
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 3:</u> <u>Oceń ważność różnych umiejętności rozmowy handlowej</u>	22
<u>Ogólne prawa psychologiczne dotyczące natury ludzkiej</u>	24
<u>Wnioski etapowe</u>	27
<u>Postulaty</u>	27
<u>10 najpopularniejszych błędów popełnianych w sprzedaży</u>	28
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 4:</u> <u>Jakie pytania prawdopodobnie tworzą się w świadomości klienta</u> <u>oczekującego na sprzedawcę?</u>	29
<u>Podsumowanie</u>	29

ROZDZIAŁ 2:

<u>WIARYGODNOŚĆ – PODSTAWA WIĘZI EMOCJONALNYCH</u> <u>Z KLIENTEM</u>	31
<u>Definicja wiarygodności sprzedawcy</u>	31
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 5:</u> <u>Arkusze oceny lub samooceny punktualności przybywania na spotkania</u> <u>handlowe i szkoleniowe</u>	32
<u>Punktualność</u>	33
<u>Podsumowanie</u>	34
<u>Decydujące jest pierwsze wrażenie</u>	35
<u>Radosne powitanie</u>	36
<u>Kontakt wzrokowy</u>	38
<u>Twój wygląd jest kluczowy</u>	38
<u>Być dobrze ubranym oznacza być stosownie ubranym</u>	40
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 6:</u> <u>Samoocena wyglądu w trakcie pierwszego</u> <u>spotkania handlowego doradcy</u>	41
<u>Prawo wiarygodności Elana</u>	43
<u>Zdefiniuj cel spotkania</u>	43
<u>Oznaki kłamstwa i nieszczerości</u>	44

<u>Autoprezentacja</u>	45
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 7:</u>	
<u>Tworzenie treści autoprezentacji</u>	46
<u>Zażartuj z samego siebie</u>	48
<u>Pozyskaj i eksponuj dane na temat Twojej firmy</u>	48
<u>Posługuj się dokładnymi danymi</u>	49
<u>Nie mów niczego, w co sam nie wierzysz</u>	49
<u>Przyznaj się do stresu</u>	49
<u>Wspomnij o ujemnych stronach swojej oferty</u>	50
<u>Jeśli masz coś do zyskania, powiedz o tym otwarcie</u>	51
<u>Mów ludziom tylko to, w co są w stanie uwierzyć</u>	52
<u>Kontroluj swoje uprzedzenia, nastawienia</u>	52
<u>Przedstawienie ocen jakości i wielkości</u>	53
<u>Umniesz własne korzyści</u>	54
<u>Bądź konsekwentny</u>	54
<u>Bądź spójny</u>	55
<u>Spraw, by Cię polubili</u>	55
<u>Sporządzaj notatki</u>	56
<u>Używaj zwrotów „ty, twój” zamiast „ja, mój”</u>	56
<u>Stosuj zasady profesjonalnej komunikacji</u>	57
<u>Podsumowanie</u>	58
ROZDZIAŁ 3:	
<u>ŚMIEJ SIĘ SZCZERZE I DO ŁEZ!</u>	59
<u>Dlaczego w sprzedaży ważny jest uśmiech?</u>	59
<u>Uśmiech to poważna sprawa</u>	60
<u>Czym jest śmiech i uśmiech?</u>	61
<u>Radość cieszy</u>	62
<u>Wzmacniaj w każdym poczucie wartości</u>	63
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 8:</u>	
<u>Publiczne okazywanie życzliwości</u>	65
<u>Wiarygodność uśmiechu</u>	65
<u>Prawo siewu i plonu</u>	68
<u>Lek na duże kłopoty</u>	69
<u>Naucz się śmiać</u>	71
<u>Uśmiech wewnętrzny</u>	72
<u>Uśmiech jest znakiem przyjaźni</u>	73
<u>Uśmiech jest najprostszą drogą do ludzkich serc</u>	75
<u>Poszukuj okazji do radości</u>	75
<u>Uświadom sobie, że szczerzy uśmiech jest cennym dla zdrowia ćwiczeniem</u> ...	76
<u>Zdrowe skutki śmiechu</u>	78
<u>Terapeutyczne korzyści ze śmiechu</u>	79
<u>Zawsze warto uwierzyć w siebie bardziej</u>	79
<u>Radość dawania</u>	80
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 9:</u>	
<u>Twoje nazwisko – Twoje zasoby intelektualne i emocjonalne</u>	81
<u>Jak zwiększyć poczucie własnej wartości?</u>	82

<u>Filmy, po których ciepło spojrzysz na świat</u>	83
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 10:</u>	
<u>Czynności i zdarzenia dające radość</u>	83
<u>Dieta na dobry nastrój</u>	84
<u>Naturalne antydepresanty</u>	84
<u>Podsumowanie</u>	85
ROZDZIAŁ 4:	
<u>NAJWAŻNIEJSZA LEKCJA</u>	87
<u>Zaufanie w procesie sprzedaży</u>	87
<u>Co to jest zaufanie?</u>	90
<u>Jak kreować obrazy słowami i modelować emocje zakupu?</u>	92
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 11:</u>	
<u>Wyrażaj się prostym językiem</u>	93
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 12:</u>	
<u>Powiedz to inaczej</u>	97
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 13:</u>	
<u>Kreowanie obrazu wizji celu</u>	100
<u>Budowanie zrozumienia</u>	102
<u>Deklaracja tolerancji</u>	103
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 14:</u>	
<u>Wywoływanie stanów emocjonalnych</u>	104
<u>Zyskasz podziw i zaufanie innych, demonstrując im szacunek</u>	105
<u>Jestem taki jak Ty</u>	105
<u>Ja też odnoszę sukcesy</u>	106
<u>Jestem wspaniałomyślny</u>	106
<u>Zawsze mam świetny humor</u>	106
<u>Mówię spokojnie, śmiało i wyraźnie</u>	106
<u>Jestem sympatyczny</u>	106
<u>Bywaj tam gdzie wszyscy</u>	107
<u>Znam wielu interesujących ludzi</u>	107
<u>Jestem kompetentny</u>	107
<u>Zasada częstości kontaktów</u>	107
<u>Dobry kontakt</u>	108
<u>Zręcznie pytaj, zamiast wydawać rozkazy</u>	109
<u>Umowa o prawie do zadawania pytań</u>	111
<u>Jak zadawać pytania?</u>	112
<u>Przykłady pytań otwierających</u>	113
<u>Praca</u>	113
<u>System wartości</u>	113
<u>Zainteresowania, hobby</u>	113
<u>Urlop</u>	114
<u>Miejsce zamieszkania</u>	114
<u>Rodzina</u>	114
<u>Zwierzę w domu</u>	114
<u>Zieleń</u>	114
<u>Samochód</u>	115
<u>Ubiór</u>	115

<u>Komputer</u>	115
<u>Inne</u>	115
<u>Uważnie słuchaj</u>	115
<u>Jak być dobrym słuchaczem?</u>	116
<u>Przeszkody w słuchaniu</u>	117
<u>Techniki przewycięzania przeszkód w słuchaniu</u>	117
<u>Szczerze i uczciwie wyrażaj uznanie, chwał</u>	119
<u>Znaczenie pochwały</u>	119
<u>Formy pochwał</u>	121
<u>Kategorie pochwał</u>	122
<u>Zasady sztuki chwalenia</u>	124
<u>Chwał szczerze</u>	126
<u>Odbiór pochwały</u>	126
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 15:</u>	
<u>Szczera pochwała</u>	130
<u>Pochwała to zawsze obustronna wygrana</u>	130
<u>Serdeczne rady</u>	131
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 16:</u>	
<u>Utwardzanie rozmówcy w przekonaniu,</u>	
<u>że ma rację, nawet gdy jej nie ma</u>	133
<u>Zaczaruj rozmówcę</u>	135
<u>Kontakt przede wszystkim</u>	135
<u>Właściwy stan umysłu</u>	136
<u>Odzwierciedlenie zachowań</u>	136
<u>Twoje ciało mówi</u>	137
<u>Wejść w czyjaś skórę</u>	138
<u>Komunikat „ja”</u>	140
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 18:</u>	
<u>Quiz dobrego słuchacza</u>	141
<u>Zachowania pozytywne</u>	143
<u>Postulaty</u>	144
<u>Naucz się swojego fachu i nigdy nie zaprzestawaj się go uczyć.</u>	
<u>Bądź profesjonalistą</u>	145
<u>Spraw, by każdy czuł się ważny</u>	146
<u>Bądź niezwykle interesujący</u>	148
<u>Mowa ciała</u>	149
<u>Spraw, by Cię polubili</u>	151
<u>Czytaj z gestów – unikniesz konfliktów</u>	151
<u>Strażnik ust</u>	152
<u>Dłoń ściska nadgarstek</u>	152
<u>Pocieranie ucha</u>	153
<u>Otwarte dłonie</u>	153
<u>Skrzyżowane ręce</u>	154
<u>Zacieranie dłoni</u>	154
<u>Gest oceniający</u>	154
<u>Podsumowanie</u>	155

ROZDZIAŁ 5:	
<u>SLUCHANIE EMPATYCZNE</u>	157
<u>Ludzie pragną, aby ktoś słuchał ich naprawdę</u>	157
<u>Konsekwencje gadulstwa</u>	159
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 19:</u>	
<u>Konsekwencje gadulstwa</u>	160
<u>Posługiwanie się pytaniami zawsze prowadzi do sprzedaży</u>	160
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 20:</u>	
<u>Analiza rozmowy handlowej</u>	162
<u>Aktywne słuchanie wymaga przestrzegania kilku prostych zasad</u>	164
<u>Ludzie kupują od osób, które ich słuchają</u>	165
<u>Odpowiednie proporcje</u>	166
<u>Po ograniczeniach poznać mistrza</u>	167
<u>Wsluchuj się w myśli ludzi, nie tylko w ich słowa</u>	167
<u>Koncentruj się</u>	168
<u>Zalety milczenia</u>	170
<u>Od muzyki piękniejsza jest tylko cisza</u>	171
<u>Mądrość jest w ciszy</u>	171
<u>Słuchanie empatyczne jest lepsze niż mówienie</u>	172
<u>Korzyści płynące ze słuchania empatycznego</u>	173
<u>Techniki wspomagające słuchanie</u>	174
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 21:</u>	
<u>Quiz z zakresu sztuki słuchania</u>	174
<u>Podsumowanie</u>	181
ROZDZIAŁ 6:	
<u>SPRZEDAŻ JEST AKTEM PRZYJAŹNI</u>	182
<u>Okazuj przyjaźń i entuzjazm</u>	182
<u>Wyraź swoją przyjaźń ciepło i sentymentalnie</u>	185
<u>Na czym polega istota przyjaźni?</u>	186
<u>Test wartości przyjaźni</u>	186
<u>Kto to jest przyjaciel?</u>	187
<u>Kto jest najlepszym przyjacielem?</u>	188
<u>Jakie sytuacje sprzyjają poznawaniu przyjaciół?</u>	188
<u>Jak pielęgnować przyjaźń?</u>	189
<u>Jakie zachowania są przejawem przyjaźni?</u>	190
<u>Zrozumienie człowieka</u>	190
<u>Tolerancja (unikanie idealizowania przyjaciela)</u>	190
<u>Szacunek dla poglądów przyjaciela</u>	191
<u>Dotrzymywanie obietnic i zobowiązań</u>	193
<u>Jasność oczekiwań</u>	193
<u>Okazywanie uczciwości</u>	193
<u>Szczere przeproszenie za popełnione błędy</u>	194
<u>Przywiązywanie wagi do drobnych spraw</u>	194
<u>Słuchanie z empatią</u>	194
<u>Trwałość związku w czasie</u>	195
<u>Gotowość do niesienia pomocy</u>	195

<u>Bezinteresowność</u>	196
<u>Radość z sukcesu przyjaciela</u>	197
<u>Bezstronność</u>	197
<u>Inspiracja do kreatywności</u>	198
<u>Nieograniczona możliwość kontaktu w uzasadnionej potrzebie</u>	198
<u>Dostępność</u>	199
<u>Otwartość</u>	199
<u>Pojednawczy stosunek do partnera</u>	200
<u>Okazywanie szczerego zainteresowania</u>	200
<u>Wyszukiwanie cech dodatnich</u>	201
<u>Szczerze i uczciwie wyrażaj uznanie</u>	201
<u>Współuczestnictwo</u>	202
<u>Lojalność</u>	202
<u>Cierpliwość</u>	203
<u>Granice przyjaźni</u>	203
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 22:</u>	
<u>Sprzedaj jako akt przyjaźni</u>	204
<u>Podsumowanie</u>	204
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 23:</u>	
<u>Ocena umiejętności zjednywania sobie klienta</u>	205
<u>TAKSONOMIA WIĘZI EMOCJONALNYCH Z KLIENTEM</u>	208
<u>LITERATURA</u>	210

***Nie ma nic bardziej praktycznego od dobrej teorii
i nic bardziej inspirującego od praktyki.***

Paweł Sulmicki

Rozdział 1: Ustalenia wstępne

Ktoś, kto dla zaoszczędzenia pieniędzy przestaje się uczyć, może równie dobrze dla zaoszczędzenia czasu zatrzymać swój zegarek.

M. Arnu

Cele nauczania — uczenia się

Witam! Gratuluję decyzji zakupu publikacji z zakresu sztuki zjednywania sobie klienta. To dobrze, że zdecydowałeś się pracować jako sprzedawca, a jeszcze lepiej, że chcesz być doskonałym sprzedawcą. Jest to bardzo potrzebny zawód. Jeśli się go dobrze nauczysz, to pomożesz wielu ludziom, którzy potrzebują Twoich produktów. Jeśli dobrze się nauczysz tego zawodu, to pomożesz także sobie. Sprzedaż to proces — i to Ty jesteś twórcą tego procesu. Żeby Twoja sprzedaż była skuteczna, potrzebujesz opanowania **pakietu umiejętności**. Jeśli będziesz posiadał te umiejętności, to będziesz sprzedawał swobodnie i skutecznie. Im lepiej będziesz wykonywał swoją pracę, tym więcej ludzi będzie Cię lubiło i polecało innym. Zmienisz w ten sposób również jakość swojego życia prywatnego. Jeśli chcesz dobrze sprzedawać — postaw na profesjonalizm. Ten krótki program jest wprowadzeniem do dalszego doskonalenia profesji, którą wybrałeś. **Publikacja ta jest kursem, co oznacza, że nie służy ona do pasywnego czytania, lecz kształtowania umiejętności**. Wykonuj więc proponowane w niej ćwiczenia i eksperymenty. Tak więc — zaczynajmy!

Twój sukces w zawodzie sprzedawcy zależy od wielu czynników. Oto najważniejsze:

1. **Wiadomości** — wiedzę zdobędziesz za pomocą swojego umysłu.
2. **Umiejętności** — ukształtujesz je poprzez regularny trening. Nie ważne, ile będziesz wiedział, jeśli nie będziesz umiał tej wiedzy stosować.
3. **Nastawienia** — to, z jakim nastawieniem podchodzisz do uczenia się sprzedaży i do procesu sprzedawania, będzie decydowało o Twoim sukcesie. Umiejętność kierowania swoimi nastawieniami

wieniami jest jedną z kluczowych umiejętności wybitnych sprzedawców.

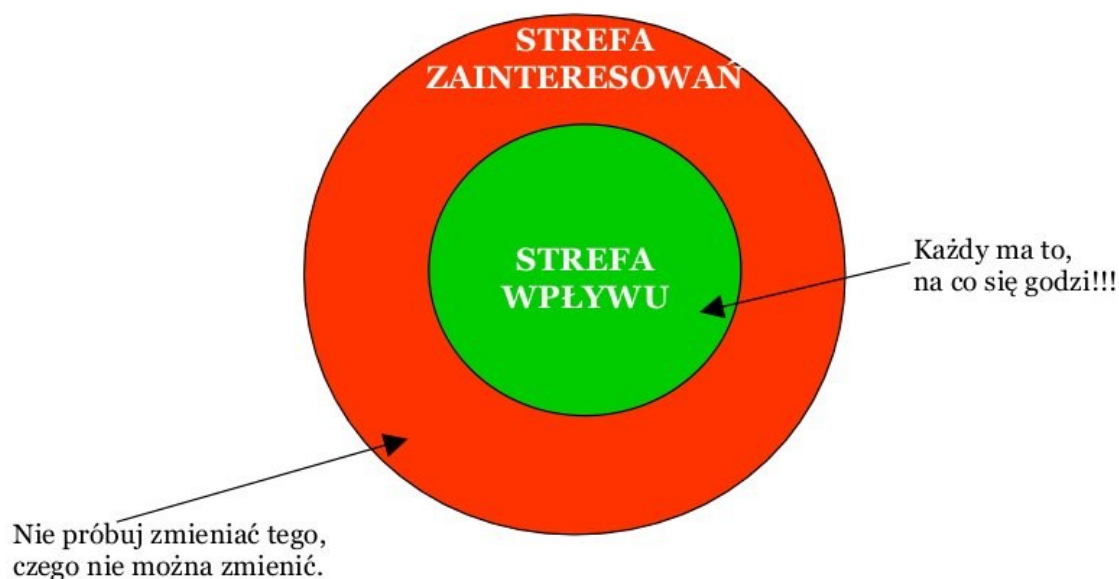
4. **Działanie** — w sprzedaży wygrywają ci, którzy odpowiednio intensywnie pracują. Jest to szczególnie ważne na początku Twojej nowej drogi zawodowej. Wygrywają konsekwentni, pracowici i życzliwi sobie i innym.

Tak więc będziesz wygrywał zestawem wiadomości, umiejętności, nastawień i działań. **Jedynym uzasadnieniem dla nauczania — uczenia się jest wyższa jakość pracy.** Ta zaś pojawia się, gdy pracownicy pozyskają właściwą, niezbędną wiedzę i umiejętności lub nabiorą odpowiedniego stosunku do ludzi i zdarzeń (klientów, jakości, skuteczności itp.). Przekłada się to również na wyznaczenie oczekiwanego poziomu efektywności wykorzystania pozyskanej wiedzy lub umiejętności. To z kolei lokuje szkolenie w jednej z trzech sfer (poziomów) potrzeb:

- Poziom 1 — **wdrażanie** — poprawne wykonywanie pracy,
- Poziom 2 — **doskonalenie** — lepsze wykonywanie pracy,
- Poziom 3 — **wprowadzanie innowacji** — szukanie doskonalszych rozwiązań.

Współczesne podejście do edukacji ludzi dorosłych wiąże się z systematyką, czyli zarządzaniem szkoleniami. Innymi słowy, podlega ono regulacjom opartym na procedurach ściśle ustalających chronologię postępowania. Program ten stanie się najbardziej użyteczny dla Ciebie, gdy w pełni otworzysz się na treści w nim przekazywane, zaangażujesz się w pełni we wszystkie ćwiczenia oraz, po skończonym samokształceniu, będziesz nadal myślał — tym razem nad wprowadzeniem poznanych idei do swojej codziennej praktyki zawodowej.

Sprzedaż jest sztuką, której każdy może się nauczyć. Kroków tanecznych można się nauczyć, tancerzami zostają tylko niektórzy. Mistrzami tańca — najpracowitsi spośród najzdolniejszych. Ale przygotowane materiały dydaktyczne nie są przygotowane tylko dla artystów. To bardzo konkretny instruktaż, jak zostać dobrym rzemieślnikiem. Praktyczne porady poprzedzane są treściami teoretycznymi. Pragnę w ten sposób uniknąć tzw. „gałkologii”, czyli wskazań praktycznych, które wzięły się z próżni. Praktyka bez teorii to taka sytuacja, w której wszystko działa, ale nie wiadomo dlaczego. Pragnę, drogi Czytelniku, abyś był świadomym mistrzem w sztuce zjednywania sobie ludzi. Sprzedaż to przede wszystkim rzemiosło, wymagające praktyki i korzystania ze sprawdzonych wzorów. Sprzedaż to dziedzina wymagająca szczególnej finezji. Są to materiały do pracy, a nie do czytania. Dlatego znalazło się w nich miejsce na wykonanie kilkudziesięciu ćwiczeń, które pozwolą przełożyć zdobytą wiedzę na umiejętności. Zachęcamy do ich sumiennego wykonania! Publikacja nie pretenduje do miana kompletnego źródła wiedzy dla sprzedawców. Zresztą nie jest to moim celem, bowiem jestem przekonany, że lepiej mieć podstawowe, ale bardzo dobrze opanowane umiejętności, niż ogrom wiedzy, z którego nic nie wynika dla praktyki. Niniejsze materiały mają być początkiem, wejściem w świat profesjonalnej sprzedaży. Nie próbuj zmieniać tego, czego nie można zmienić. Istnieją zjawiska i rzeczy będące przedmiotem zainteresowań (strefa zainteresowań), lecz pozostające poza możliwościami dokonywania zmian. Znacznie mniejszym obszarem jest strefa wpływu, którą możemy bezpośrednio kontrolować i zmieniać. Nie musimy się jednak godzić z wielkością strefy wpływu. Weź na siebie odpowiedzialność za swoje umiejętności i zwiększ strefę wpływu, którą możesz zmieniać.



Zmień strategię działania!

W dzisiejszych czasach miarą sukcesu przestaje być jednorazowo „upolowany” klient. Obecnie, w dobie ogromnej ilości towarów, materiałów, usług, przewagi podaży nad popytem, zbudowanie silnego biznesu musi opierać się na stworzeniu i utrzymaniu trwałej więzi z klientem. Poza przekonaniem klienta do kupna, niezwykle istotną i często decydującą jest cała sfera rzetelnej, miłej i profesjonalnej obsługi „posprzedazowej”. Materiały te skierowane są do chcących się rozwijać osób, związanych teraz lub w przyszłości ze sprzedażą bezpośrednią. Dowiesz się wielu ciekawych rzeczy i zaczniesz stosować strategię sprzedaży przy poszanowaniu świata Twojego klienta, sprzedaży w relacji **WYGRANY — WYGRANY**.

Założenia wstępne

1. Celem nauki nie jest otwieranie drzwi nieskończonej mądrości, lecz położenie kresu nieskończonym błędom.

2. Wiedza w gospodarce wolnorynkowej jest takim samym towarem jak cukier czy mercedes.
3. Sprzedaż jest rzemiosłem, którego prawie każdy może się nauczyć. 90% ludzi ma rozwinięte tylko 10% swoich potencjalnych możliwości.
4. Dobry rzemieślnik zna wartość dobrych narzędzi, odpowiednich wiadomości, praktycznych umiejętności, entuzjazmu do działania.
5. Czas poświęcony na szkolenie jest inwestycją w przyszłość.

Wiedza jest najbardziej drogocennym towarem.

Ćwiczenie praktyczne nr 1: Mistrzostwo w działaniu

Sporządź katalog umiejętności sprzedażowych, które Twoim zdaniem wykorzystujesz świetnie, nawet gdy Twoi zwierzchnicy lub klienci nie zawsze je dostrzegają.

1.
2.
3.
4.
5.

Spośród zidentyfikowanych powyżej umiejętności wybierz jedną, którą Twoim zdaniem wykorzystujesz najlepiej, a następnie odpowiedz na poniższe pytania.

1. Co powoduje, że tak dobrze wykonujesz tę umiejętność, a dokładniej:

a) Jakie Twoje cechy mają na to mistrzostwo wpływ?

.....

b) Jakie posiadane przez Ciebie środki mają na to wpływ?
.....

c) Czy inni ludzie mają w tym swój udział?
.....

2. Od kiedy tak dobrze to robisz?

3. Czy ćwiczyłeś wykonywanie owej umiejętności?

4. Czy ktoś pomagał Ci lub uczył Cię tego?

5. Od kiedy jest to Twoja ulubiona umiejętność i dlaczego?

.....

6. Czy doskonale wykonywanie tej umiejętności ma lub może mieć wpływ na inne umiejętności pokrewne?

Od kogo lub od czego zależy możliwość poszerzenia Twojej mistrzowsko wykorzystywanej umiejętności?

.....

Proces kształtowania umiejętności

Wielkim celem życia nie są wiadomości, lecz umiejętności — umiejętności działania. Aby skutecznie działać, musisz przede wszystkim ukształtować umiejętności. Nie poprzestawaj więc na mówieniu i myśleniu o tym, czego się nauczyłeś. Ważniejsze od wiadomości są umiejętności, czyli sprawdzone możliwości celowego wykonywania określonego rodzaju działań. „Wiadomości bez umiejętności są najstraszliwszym podarunkiem złowrogiemu geniuszowi”

sza” (J.H. Pestalozzi). Umiejętności nabędziesz tylko dzięki zastosowaniu wiadomości w praktyce. Jeśli chcesz się czegoś nauczyć, wykonuj to. Aby nauczyć się pływać, należy właśnie pływać. Aby nauczyć się skutecznie pozyskiwać potencjalnych klientów, należy właśnie ustawicznie ich poszukiwać. Nie zrażaj się niepowodzeniami. Nie od razu Kraków zbudowano. Umiejętności są stopniowalne. Świadome wykorzystywanie w praktyce umiejętności uczyni Cię mistrzem. Naukowiec musi uczyć się, artysta ćwiczyć! A sprzedawca musi robić obie te rzeczy.

Słyszę i zapominam.

Widzę i pamiętam.

Robię i rozumiem.

Konfucjusz

Tradycyjne szkolne nawyki	Podejście kształtujące umiejętności
To tylko 45 minut. Przetrwaj lekcję.	To Twoja szansa. Wykorzystaj czas.
Bądź względnie biernym uczestnikiem.	Bądź możliwie aktywnym uczestnikiem procesu uczenia się.
Rób to, co jest wymagane. Oddzielaj naukę od osobistego doświadczenia.	Rób możliwie dużo. Włącz naukę w obszar osobistego doświadczenia.
Pokaż to co wiesz. Ukryj to, czego nie wiesz.	Ucz się tego, co jest Ci potrzebne i pracuj nad brakami.
Bądź teoretyczny.	Bądź praktyczny.
Zakuj, zdaj, zapomnij.	Ćwicz i stosuj.
Zdanie do następnej klasy jest zakończeniem problemu.	Koniec zajęć jest początkiem pracy nad problemem.

Sztuka zjednywania sobie ludzi nie jest przedmiotem nauczania w jakiegokolwiek szkole. Możesz jej jednak nauczyć się sam. W oparciu o swoje doświadczenie pedagogiczne przyjmuję następujące przesłanie niniejszego opracowania:

Sztuki zjednywania sobie ludzi można się nauczyć.

Ćwiczenie czyni mistrza

Po zakończeniu szkolenia zastanów się, w jaki sposób wprowadzić w życie nowo ukształtowane umiejętności.

- Skup się jednak tylko na tym, co wydaje Ci się najważniejsze; zbyt długa lista może napawać Cię lękiem i zniechęcić do jakiegokolwiek działania.
- Poszukaj w swoim środowisku kogoś, kto posiadał już określone umiejętności i jest dla Ciebie autorytetem. Poproś go o pomoc. Będzie Ci łatwiej kształtować nowe umiejętności, jeśli będziesz mógł liczyć na wsparcie i zachętę takiej osoby. Najważniejsze, żebyś nie odkładał wprowadzenia w życie nowych umiejętności na później i zaczął to robić od pierwszej chwili po zakończeniu szkolenia. Na początek możesz zacząć od drobiazgów.
- Bądź gotów zerwać ze starymi nawykami, bowiem „podstawowym problemem nas wszystkich nie jest to, jak się uczyć, ale jak się uwolnić od tego, czego się nauczyliśmy” (Gloria Steinem). Łatwiej będzie Ci zaakceptować to, co dla Ciebie nowe; łatwiej będzie Ci też kształtować nowe umiejętności. Bernard Baruch, amerykański biznesmen i doradca kilku prezydentów, zwykł mawiać: „Moim podstawowym nawykiem jest zmiana nawyków”.

Ewentualną akceptację powyższych ustaleń można porównać do ustalenia reguł gry przed meczem. Dzięki tej umowie wykluczymy pewne (nieprzewidywalne) elementy, które mogłyby stać się źródłem nieporozumień.

Ćwiczenie praktyczne nr 2: Które z wymienionych działań jest szkoleniem?

- A) Dwudniowe warsztaty „Sztuka Obsługi Klienta” dla sprzedawców.
- B) Wyjazd pracowników działu personalnego do firmy o podobnym profilu, aby zobaczyć funkcjonowanie systemu obsługi klienta.
- C) Wyjazd integracyjny dla pracowników wydziału produkcyjnego.
- D) Studia podyplomowe.
- E) Czytanie fachowej literatury.
- F) Studia w systemie zaocznym w szkole niepublicznej.
- G) Konferencja.
- H) Nauka obsługi maszyny — doświadczony pracownik instruuje mniej doświadczonego pracownika, w jaki sposób obsługiwać maszynę.
- I) Nauka z użyciem CD ROM-u zawierającego wąski wycinek specjalistycznej wiedzy zawodowej.
- J) Ćwiczenia wykonywane z użyciem programów edukacyjnych funkcjonujących w formie tzw. e-learningu.

Wielostopniowy system budowania więzi emocjonalnych z klientem

Aby zrozumieć istotę procesu zjednywania sobie klienta, musimy najpierw zrozumieć nasze paradygmaty. Słowo „paradygmat” oznacza model, teorię, założenie, wzór, przykład, model lub punkt

odniesienia. Jest to sposób, w jaki „widzimy” świat. Wyjaśnia nam świat i pozwala przewidzieć jego zachowanie. Najprościej zrozumieć paradygmaty, traktując je jak mapy lub schemat graficzny. Mapa to nie teren. Mapa jest objaśnieniem aspektów danego terenu. I tym samym jest paradygmat. Jest teorią, modelem czegoś innego. Każdy człowiek funkcjonuje w oparciu o pewną liczbę paradygmatów. Pozwalają one ustalić jakieś ramy działania, stają się wytycznymi dla sukcesu. Problem powstaje, kiedy pozwalamy, aby paradygmaty stały się klatkami, kiedy nie możemy — z powodu paradygmatów — przystosować się do zmian. Czy można więc zmienić paradygmaty, aby przystosować się do nowych idei? Oczywiście TAK!

Przedmiotem każdego zakupu są w istocie **więzi**. W każdym akcie zakupu uczestniczy człowiek. Klient pragnie najpierw nawiązać więź. W przypadku sprzedaży złożonych więzi jest kontynuowana nawet po dokonaniu transakcji kupna/sprzedaży. Więź jest ważniejsza i bardziej istotna niż serwis. Czy kupiłeś kiedyś coś od osoby niewiarygodnej? Czy przekonują Cię ludzie, którym z jakichś powodów nie ufasz? Jeśli na oba pytania odpowiedziałeś „NIE”, zachowujesz się dokładnie tak jak ja i niemal 100% procent populacji, żyjącej na wszystkich kontynentach kuli ziemskiej. **Wiarygodność, zaufanie, przyjaźń** — to podstawowe kryteria, których obecność w bardzo istotny sposób wpływa na powodzenie Twoich strategii perswazyjnych. Jeśli w mniemaniu swoich rozmówców nie będziesz osobą wiarygodną — wówczas na ringu skutecznej perswazji pozostaniesz bez szans. Dlatego też musisz robić wszystko, aby Twoi rozmówcy, klienci, partnerzy, pracownicy czuli do Ciebie sympatię. Musisz uczynić wszystko, co w Twojej mocy, aby być osobą **wiarygodną, godną zaufania i przyjaźni**.