

M A Ł A

księga

ZAMYKANIA SPRZEDAŻY



Zbuduj relację,
zaproponuj transakcję
i dobij targu skutecznie!

JEFFREY GITOMER

Tytuł oryginału: The Very Little but Very Powerful Book on Closing: Ask the Right Questions, Transfer the Value, Create the Urgency, and Win the Sale

Tłumaczenie: Arkadiusz Romanek

ISBN: 978-83-283-3041-2

Copyright © 2015 by Jeffrey Gitomer. All rights reserved.

All Rights Reserved. This translation published under license.

No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyright holder, John Wiley & Sons Limited.

Translation copyright © 2017 by Helion S.A.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/maksza>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

Nie możesz sfinalizować transakcji? Czyja to wina?	6
Jak zadać pytanie finalizujące?	11
Czy potrafisz zamknąć sprzedaż w pięciu pytaniach?	14
Chcesz finalizować więcej transakcji? Więcej słuchaj!	23
Co Ben Franklin myślałby o zamknięciu Bena Franklina?	36
Kilka technik zamknięcia. Nowe spojrzenie na znane metody.....	41
To nie żadne zamknięcie, tylko otwarcie.....	46
Jak brzmią NAJLEPSZE pytania?	54
Czy masz zamówienie? Jeśli nie, już mówię Ci dlaczego!	56
Zamknięcie sprzedaży. Lekcja mistrzowska dla mistrzów sprzedaży	61
Zamknięcie sprzedaży. Ostateczne odpowiedzi, które Ci się nie spodobają.....	68

Nie możesz sfinalizować transakcji? Czyja to wina?

Czy za niezamkniętą sprzedaż obwiniasz klienta? (Właściwie to *potencjalnego* klienta, bo przecież nie udało Ci się sfinalizować transakcji, prawda?). Czy tak samo tłumaczysz się przełożonemu, gdy klient nie chce się z Tobą umówić albo nie chce (jeszcze) złożyć zamówienia?

Po 25 latach zdobywania doświadczeń jako przedstawiciel handlowy, potem również jako ekspert od szkoleń i doradztwa, mogę z całym przekonaniem stwierdzić, że nic się nie zmienia. Nigdy jeszcze nie słyszałem, aby handlowiec powiedział: „Klient wciąż jest tylko potencjalnym klientem. Nie kupił i to moja wina” albo „Klient nie chce się umówić na spotkanie i to ja jestem temu winny”.

Mówisz: „Ależ Jeffrey, nie rozumiesz... Ja jestem w innej sytuacji, bo...”. Bzdura! Od innych ją różni tylko to, że to Ty sam wolisz obwiniać za niepowodzenie kogoś innego, a nie samego siebie.

Jeśli słyszysz, że potencjalni klienci nieustannie powtarzają:

„A może by tak pan zadzwonił za dwa tygodnie?”.

„Nie mieliśmy jeszcze czasu tego przedyskutować w naszym gronie. Proszę o telefon za trzy dni”.

„Tak, wciąż jesteśmy zainteresowani, ale to, co tu się teraz dzieje, to prawdziwe szaleństwo i...”.

„Muszę porozumieć się w tej sprawie z partnerem biznesowym”.

„Nie jestem jeszcze przekonana do zakupu”.

Wiesz co? Wina nie leży po stronie klientów. To tylko Twoja wina!

Najważniejsze jest zaakceptowanie odpowiedzialności za brak porozumienia i zadanie kilku pytań, aby potencjalny klient wyjaśnił Ci, dlaczego *tak naprawdę* nie zdecydował się jeszcze powiedzieć „tak”. Nie powiedział też „nie”, więc najwyraźniej po prostu nie rozwiązał wszystkich jego wątpliwości.

Ludzie zajmują się sobą. Myślą o sobie i robią wszystko, aby zatroszczyć się o swoje sprawy. Ty martwisz się, rozmyślasz i działasz tak, aby jak najlepiej zadbać o swoje. Klienci mają w nosie Twoje sprawy, chyba że dostrzegą, że zainteresowanie się im opłaca — zauważą potrzebę lub wynikającą z tego działania korzyść. (Wiem, to samolubne, ale tak właśnie wygląda prawda).

Jeśli potencjalny klient mówi: „Do czwartku do godz. 13:00 będę już wiedział...”, to wydaje Ci się, że otrzymałeś znak i nieprzekraczalny termin. Kiedy zrozumiesz, że dla klienta konkretna data i godzina nie znaczy praktycznie nic, znajdziesz się na najlepszej drodze do przyjęcia odpowiedzialności za swoją klęskę jako przedstawiciela handlowego.

Gdy następnym razem skontaktujesz się z potencjalnym klientem, przyjmij postawę proaktywną, koncentrując się na oczekiwaniu, że dotrzyma swojej obietnicy. Jeśli słyszysz, że decyzja zapadnie we wtorek, zapytaj: „Czy w takim razie mógłbym wpaść w środę o godzinie 10:00, aby usłyszeć dobrą nowinę?”.

Na pewnym etapie, gdy już nabierzesz doświadczenia, zrozumiesz, że tak naprawdę masz bardzo mało do stracenia. Wtedy uświadomisz sobie, że trzeba zadać bezpośrednio pytanie, czy klient ma zamiar kupić dany produkt, czy nie. Nie możesz spotykać się z nim na fundowanych kolacjach przez następny rok. Nie warto tracić czasu i sił na takie podchody.

A co, jeśli Twój klient jest po prostu miłą osobą, która nie lubi odmawiać? Bądź z nim szczerzy, ale i staraj się zrozumieć. Tak czy owak, czeka Cię zadanie jeszcze kilku pytań, aby ustalić, dlaczego odracza ostateczną decyzję.

Musisz być gotów podjąć ryzyko i chcieć poznać prawdziwy powód odmowy. Jeśli uznasz, że i tak nie da się mu niczego sprzedać, nie musisz się już przecież niczego obawiać i podejmij ryzyko. Niech trudne negocjacje i nieudane transakcje staną się dla Ciebie obszarem doświadczalnym. Sprawdź, jak daleko możesz się posunąć, aby poznać prawdę.

Gdy spotkanie dobiegnie końca i okaże się, że nie udało się przekonać klienta do zakupu, bądź gotów przyjąć na siebie odpowiedzialność za cały proces. Głowa do góry! Idź dalej, aby pomóc kolejnemu potencjalnemu klientowi.

Poznanie prawdziwych przyczyn niepowodzenia może być bolesnym doświadczeniem. Czy jesteś gotów na wszystkie sześć?

- 1.** Nie udało Ci się stworzyć wystarczająco silnego poczucia konieczności zakupu.
- 2.** Nie odkryłeś prawdziwych obiekcji klienta.
- 3.** Nie stworzyłeś wystarczająco silnego poczucia pilności transakcji.
- 4.** Nie udało Ci się przekonać klienta do korzyści z posiadania produktu.
- 5.** Nie udało Ci się zbudować zaufania.
- 6.** Nie udało Ci się przekonać klienta swoją pewnością siebie... prawda?

Co powinieneś zrobić (i czego nie robić?)

- Nie obwiniaj klienta za swoje niepowodzenie.
- Nie narzekaj na wymówki klienta.
- Poznaj prawdziwy powód odmowy zawarcia transakcji.
- Znajdź rozwiązanie pozwalające usunąć z drogi wszelkie przeszkody.
- Zrób wszystko, aby rozwiązać wątpliwości klienta i sfinalizować transakcję.
- **ORAZ** zadbaj o to, aby następnym razem nie musieć po raz kolejny walczyć z tymi samymi obiekcjami klienta.

To Ty dźwigasz na barkach ciężar odpowiedzialności za tę transakcję. Jeśli chcesz stać się profesjonalistą w swoim fachu, nie uchylaj się przed odpowiedzialnością za nieudaną transakcję. Spójrz w lustro. Bądź solidnym sprzedawcą.

**Ludzie zajmują się sobą.
Myślą o sobie i robią wszystko,
aby zatroszczyć się o swoje
sprawy. Ty martwisz się,
rozmyślasz i działasz tak,
aby jak najlepiej zadbać o swoje.
Klienci mają w nosie Twoje
sprawy, chyba że dostrzegą,
że zainteresowanie się im opłaca
— zauważą potrzebę
lub wynikającą z tego działania
korzyść. (Wiem, to samolubne,
ale tak właśnie wygląda prawda).**

Jeffrey Gitomer

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

VENI. VIDI. VICI. DOBIŁEM TARGU

Każdy sprzedawca wie (a jeśli nie wie, to szybko się przekona), jak trudnym i delikatnym momentem jest zamykanie sprzedaży. Każda transakcja zależy od specyficznych uwarunkowań, każdy klient zachowuje się nieco inaczej i wymaga indywidualnego podejścia. Konsekwencją niedostrzegania tych subtelności będzie fiasko transakcji. Bez uświadomienia sobie przyczyn niepowodzenia i zdobycia określonych umiejętności trudno o zwiększenie sprzedaży.

Trzymasz w ręku niewielki, ale niezwykle użyteczny poradnik dotyczący zamykania sprzedaży. Co prawda nie ma łatwego i szybkiego sposobu finalizowania transakcji, niemniej istnieje kilka skutecznych technik, dzięki którym nauczysz się utrzymywać delikatną równowagę między swoimi słowami i działaniami a myślami i wrażeniami potencjalnego klienta. Dzięki wytycznym zawartym w tej książce udoskonalisz umiejętność badania potrzeb klienta i budowania właściwej relacji, zwiększysz też produktywność, a w efekcie satysfakcję klienta. Szybko się przekonasz, że pracowitość, dokładność i determinacja przekładają się na wyniki sprzedaży!

Dzięki tej książce:

- poznasz przyczyny niepowodzenia sprzedaży
- nauczysz się budowania relacji z klientem
- poznasz pytania naprowadzające i finalizujące
- nauczysz się stosować techniki zamykania sprzedaży
- poznasz strategię i taktyki finalizowania transakcji

JEFFREY GITOMER — jest autorem popularnych książek oraz regularnie ukazującego się felietonu *Sales Moves*. Prowadzi seminaria, występuje na konferencjach i tworzy programy szkoleniowe na temat pozytywnego nastawienia, zaufania, lojalności klienta i rozwoju osobistego. Mimo nieco kontrowersyjnego stylu wypowiedzania się jest powszechnie uznanym trenerem i wykładowcą.

książki**klasy**business

Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>

Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900
0 601 339900

onepress

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://onepress.pl/nowosci>

Helion SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

ebook dostępny wyłącznie na:
ebookpoint.PL



ISBN 978-83-283-3041-2



cena 29,90 zł