

Przestań wreszcie sprzedawać

Robert Lipiński

Przedmowa
i specjalny
dodatek
autorstwa
**Mike'a
Boswortha!**

Jak rozwinąć każdy
biznes, zmieniając
tylko jedną rzecz

onepress



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 wydawca 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 wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Magdalena Dragon-Philipczyk

Projekt okładki: Dominika Kwintal

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

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

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<https://onepress.pl/user/opinie/przewo>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-283-9410-0

Copyright © Robert Lipiński 2022

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

PRZEDMOWA	9
OD AUTORA	13
PODZIĘKOWANIA	15
WPROWADZENIE	17
ROZDZIAŁ 1.	
Specjalizacja: sprzedawca	21
Wymarzony zawód?	21
Od pirata do rasowego sprzedawcy	24
Polowanie na zwierza	30
„Później”	34
Dwa zawody w jednym	37
ROZDZIAŁ 2.	
Sprzedaż jako proces (produkcji)	41
Czym jest proces?	42
Niczym w szklanej kuli	44
Proces a procedura	51
Proces efektywnej sprzedaży	59
ROZDZIAŁ 3.	
Zmiana paradygmatu	67
Poszukiwanie tego, co ukryte	67
Szef jest tylko jeden	73
Przywództwo	78
Gra w nieswoją grę	81
Ból a potrzeba	85
Tajemniczy wróg	90

ROZDZIAŁ 4.

Inspiracje w sprzedaży	97
Inspirować innych	97
Droga ku nowszemu	102
Poszukiwanie świętego Graala	115

ROZDZIAŁ 5.

Fakty i mity	125
Obserwacje otaczającego świata	126
Nowe ABC	129
Kto nie ryzykuje, ten nie pije szampana	140
System wczesnego reagowania	151

ROZDZIAŁ 6.

Budowanie zaufania	161
Relacje to za mało	161
Od kontroli do zaufania	164
Emocje w sprzedaży	171

ROZDZIAŁ 7.

Prognoza pogody	179
Precyzja w przewidywaniu	179
Obiektywizacja sprzedaży	187
Pomocne narzędzia	193

ROZDZIAŁ 8.

Przepis na efektywną sprzedaż	207
Formuła sprzedaży	207
Nieoczywista oczywistość	231
Lesson learned	240
Dubla nie będzie	244
Na żywo czy online?	250

ROZDZIAŁ 9.

Pułapki, w które wpadamy	259
Sprzedawca pod ścianą	260
To nie ten moment	266
Co za dużo, to niezdrowo	276
Pamięć (nie)absolutna	288

ROZDZIAŁ 10.

Jesteś tym, co robisz, więc do dzieła!	297
Wrogie standardy	297
Rzeczywistość boli	304
Produktywność i efektywność	312
Być swoim własnym szefem	320
Lokowanie produktu	330
Jak się nie dać botom	332

DODATEK A.

Odporność na „odkrywanie” (Mike Bosworth)	339
--	------------

DODATEK B.

Ułatwianie procesu zakupowego klienta (Mike Bosworth)	349
--	------------

DODATEK C.

Integracja marketingu i sprzedaży (Mike Bosworth)	359
--	------------

To, jak sprzedajesz, jest ważniejsze niż to, co sprzedajesz.

— ANDY PAUL

Czy zastanawiałeś się kiedyś, Czytelniku, nad tym,
co produkuje sprzedawca i jak dokładnie
wygląda proces tej „produkcji”?

Jeśli masz cokolwiek wspólnego ze światem sprzedaży, to odpowiedź na to pytanie powinna Cię zainteresować.

Niezależnie od tego, czy jesteś właścicielem firmy, szefem działu handlowego, sprzedawcą; czy pracujesz w koncernie, czy w średnim lub małym przedsiębiorstwie; czy może dopiero startujesz z własnym biznesem, czy masz już ogromne doświadczenie w podpisywaniu kontraktów — sprawdź, czy potrafisz odpowiedzieć również na poniższe pytania.

Czy wiesz, co musi zrobić sprzedawca, żeby jego „produkt” za każdym razem był taki sam i takiej samej jakości?

Czy wiesz, co dokładnie robi sprzedawca, kiedy „przenosi” produkt ze „stanowiska produkcyjnego” numer jeden do kolejnego?

Według mnie podpisywanie umów, a inaczej mówiąc, ich „produkcja”, nie różni się niczym w swoim charakterze od procesu produkcji na przykład samochodów czy telewizorów — czy zgodzisz się z takim stwierdzeniem?

Zastanów się, czy „proces produkcji podpisanych umów” w Twoim biznesie jest procesem prostym, czy skomplikowanym?

Ile „stanowisk produkcyjnych” (etapów) zawiera? Co się dzieje na każdym z tych „stanowisk”? Co musi się wydarzyć, żeby „półprodukt” skutecznie przeszedł na kolejne „stanowisko”?

Czy w ogóle w swoim biznesie dostrzegasz dziś te kwestie? Jeśli po drodze coś pójdzie nie tak, to czy potrafisz szybko zdiagnozować, co było tego przyczyną? Czy jesteś w stanie wyłapać to jeszcze na etapie „produkcji” i w porę zareagować, czy zwykle dowiadujesz się o tym po fakcie? Czy wiesz dokładnie, czego zabrakło? Na którym „stanowisku produkcyjnym” zaistniał problem?

Jeśli chociaż jedno z tych pytań budzi Twoją ciekawość lub wątpliwości, zachęcam Cię do przeczytania tej książki!

Jeśli uważasz, że brakuje Ci wiedzy na temat poruszonych wyżej zagadnień, zachęcam Cię do przeczytania tej książki!

Jeśli nie jesteś w stanie precyzyjnie odpowiedzieć na każde z tych pytań i opierasz się jedynie na swojej intuicji, również zachęcam Cię do przeczytania tej książki!

Wszystkie poruszone wyżej zagadnienia są kluczowe dla finalnej wersji kontraktu, który podpiszesz z klientem — mogą też zadecydować o tym, że nie podpiszesz go wcale albo zrobisz to, ale na warunkach Twojego klienta, a nie na Twoich. A to może mieć wpływ zarówno na wdrożenie, jak i na całą współpracę z klientem.

Obserwując sprzedaż przez blisko dwadzieścia pięć lat, doszedłem do kilku wniosków, które sprawiły, że postanowiłem napisać tę książkę.

Po pierwsze, uważam, że proces sprzedaży może być tak samo dokładnie opisany oraz tak samo przewidywalny i powtarzalny jak na przykład proces produkcji. Co więcej, może być opisany w taki sposób, aby odzwierciedlał codzienne, skuteczne działania sprzedawców, a nie był tylko zbiorem procedur do szuflady.

Po drugie, w firmach, z którymi miałem okazję pracować do tej pory, a były ich dziesiątki, procesy produkcji, logistyka czy reklamacje zawsze cieszyły się większą atencją niż proces sprzedaży. Te pierwsze niemal zawsze były dokładnie opisane i przestrzegane, ten drugi był rzadko opisywany, a jeszcze rzadziej stosowany w co-

dziennej pracy i przestrzegany w jednolity sposób przez wszystkich zainteresowanych.

I po trzecie, proces sprzedaży to w gruncie rzeczy jeden z procesów produkcji — produkcji podpisanych kontraktów lub przegranych transakcji, zaufanych doradców lub niechcianych sprzedawców, zadowolonych i ufających klientów lub klientów niezadowolonych i roszczeniowych, jak również oczekiwanego poziomu marży dla firmy lub spodziewanego przez klienta upustu.

To, jaki będzie efekt finalny tak rozumianego procesu sprzedaży, zależy w dużej mierze od tego, na ile poważnie i metodycznie podejmiemy do tego zagadnienia, a na ile potraktujemy sprzedaż jak coś, co zależy od relacji, „gadanego” sprzedawcy czy nawet szczęścia.

Mam też dobrą wiadomość. W książce, którą trzymasz w rękach, znajdziesz odpowiedzi na wszystkie te pytania. Co więcej, dowiesz się z niej, że istnieją sposoby, aby metodycznie, krok po kroku, wypracowywać, a co najważniejsze, tworzyć taki proces sprzedaży, abyście Ty i Twoi sprzedawcy stali się dla klienta zaufanymi doradcami, a podpisywanie umów odbywało się już tylko na warunkach, jakich oczekujesz.

Uwierz mi, że to jest proste — wymaga tylko odpowiedniego podejścia, to znaczy spojrzenia na sprzedaż jak na najważniejszy proces w Twojej firmie. Jeśli Cię to oburza, to popatrz na sprawę jak na proces wytwarzania produktu, który dostarczasz swoim klientom! Tam, jak zakładam, nie ma odstępstw.

Ta książka pomoże Ci znaleźć odpowiedzi na wszystkie postawione wyżej pytania, co więcej — jeśli zastosujesz proponowane rekomendacje, będziesz w stanie samodzielnie stworzyć w swojej firmie skuteczny „proces produkcji podpisanych umów”!

Zapraszam Cię na wspólną przygodę, jaką będzie zbudowanie w Twojej firmie precyzyjnego, powtarzalnego, jednolitego dla wszystkich, a przy tym szczelnego, „zgodnego ze specyfikacją” oraz skutecznego procesu produkcji zadowolonych klientów, zaufanych doradców oraz umów podpisywanych na Twoich warunkach!

Tak się złożyło, że blisko dwadzieścia pięć lat swojego życia spędziłem w sprzedaży. Po wielu latach poszukiwania swojego


miejsca w różnych korporacjach zostałem przedsiębiorcą i niezależnym konsultantem, wspierając innych w rozwijaniu działań sprzedażowych, a jednocześnie nie zrezygnowałem całkowicie z roli sprzedawcy, a to dzięki start-upowi, który kilka lat temu zacząłem rozwijać.

W tej chwili określam się jako „nie-trener sprzedaży”, twardo stąpający po ziemi pragmatyk i sprawdzony w boju rzemieślnik, entuzjasta efektywnej sprzedaży opartej na budowaniu wartości i zaufania oraz produktywności osobistej, coach utrwalania dobrych nawyków sprzedażowych, mentor, konsultant, sparringpartner biznesowy, twórca aplikacji wspierającej efektywną sprzedaż w codziennej pracy sprzedawców i menedżerów.

W kolejnych rozdziałach podzielę się z Tobą całą swoją praktyczną wiedzą zdobytą przez lata doświadczeń sprzedażowych. Dzięki temu znacznie szybciej niż ja zwiększysz swoją efektywność, staniesz się w oczach klienta zaufanym doradcą i będziesz „produkować” tylko takie kontrakty, jakich oczekujesz — zaoszczędzisz przy tym mnóstwo czasu oraz unikniesz przykrych doświadczeń i niepowodzeń. Mam też nadzieję, że przestaniesz wreszcie sprzedawać i jednocześnie na serio pokochasz to, co robisz!

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY 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>

GRUPA
Helion

Sprzedaż precyzyjnie dopracowana

Profesjonalnie traktowana sprzedaż nie powinna być postrzegana jak zbiór przypadkowych działań, prowadzonych z nadzieją na mniej lub bardziej prawdopodobny sukces. W fachowym ujęciu sprzedaż należy potraktować jak proces, który można rozpracować, poznać i dokładnie opisać. Właśnie takie podejście do sprzedaży reprezentuje Robert Lipiński, sprzedawca praktyk z wieloletnim stażem w zawodzie, a także doświadczony konsultant i wdrożeniowiec z pasją.

W książce wychodzi od tezy, że każdy sprzedawca dostarcza pewien „produkt”. Produkuje mianowicie kontrakty na rozwiązywanie problemów klienta. Proces „produkcji” takiej umowy nie różni się co do zasady od wytwarzania czegoś tak materialnego jak samochód czy telewizor. I może zostać równie precyzyjnie opracowany i opisany — by służyć jako zbiór konkretnych, praktycznych i powtarzalnych wytycznych dla wchodzącego na rynek lub pragnącego poprawić swoje osiągnięcia właściciela firmy, menedżera sprzedaży lub etatowego sprzedawcy.

Chcesz poznać ten proces? Chcesz przestać wreszcie sprzedawać, a zarazem zwiększyć swoją skuteczność i prognozować dochody z większą przewidywalnością?

Patroni:



onepress



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



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książki*klasy*business

ebook dostępny na:

ebookpoint

ISBN 978-83-283-9410-0



Cena: 59,00 zł