

ΕΚΔΟΣΕΙΣ "ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ"

Σειρά βιβλίων

ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΤΟΥ

Πλούσιου Μπαμπά

Rich Dad's

ADVISORS™

Προλογίζει
ο
**Robert
Kiyosaki**

Σκυλιά στις Πωλήσεις

Δεν είναι απαραίτητο να είστε
επιθετικοί για να
πετύχετε στις πωλήσεις

Βελτιώστε
τη σημαντικότερη
επιχειρηματική σας
δεξιότητα

BLAIR SINGER

ΕΙΔΙΚΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΟΣ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ



Περιεχόμενα

	Πρόλογος	15
	Εισαγωγή	25
1	Είστε Σκυλί στις Πωλήσεις;	37
2	Γιατί “Σκυλιά στις Πωλήσεις;”	49
3	Πώς θα Αναγνωρίσετε τη Ράτσα	59
4	Τα Μεγάλα Σκυλιά	81
5	Το σωστό σκυλί για το σωστό θήραμα!	89
6	Τα δυνατά σημεία της κάθε ράτσας	97
7	Προβάλετε το δυνατό σας σημείο	115
8	Εκπαίδευση για τα Σούπερ Ημίαιμα	123
9	Η διοίκηση του κυνοτροφείου	133

10	Σκυλίσιες πεποιθήσεις	157
11	Η κυνηγετική εκπαίδευση	183
12	Διαχείριση συναισθημάτων των Σκυλιών των Πωλήσεων	221
13	Γιατί επιμένουν τόσο;	235
14	Σκυλιά-Φύλακες και γουρούνια	253
15	Το κυνήγι	259
16	Τελικά σε ποιον ανήκει αυτό το δέντρο;	291
17	Μακριά από το μαντρί!	297
18	Τα σκυλιά δεν κάθονται να το σκεφτούν, το κάνουν	313
19	Λοιπόν, τι είδους Σκυλί των Πωλήσεων είστε;	323





Το σωστό σκυλί για το σωστό θήραμα!

(Ή, ΜΗ ΣΤΕΛΝΕΤΕ ΕΝΑ ΦΑΛΑΚΡΟ
ΠΕΚΙΝΟΥΑ ΣΤΗΝ ΙΣΛΑΝΔΙΑ)

Στο ξεκίνημα της σταδιοδρομίας μου σαν πωλητής, πήρα μια θέση στη UNISYS (τότε λεγόταν Burroughs). Εκείνο το καιρό η UNISYS ήταν μια γνωστή εταιρεία κατασκευής υπολογιστών και αριθμομηχανών. Ως νεοσύλλεκτος και άρτι εισαχθείς στον επίσημο κόσμο των πωλήσεων στο υποκατάστημα της Χονολουλού, εργάστηκα υπό την επιτήρηση ενός διευθυντή τομέα που είχε αποδειχθεί εξαιρετικά επιτυχημένος αντιπρόσωπος πωλήσεων. Ο τύπος ήταν ένα Μεγάλο Σκυλί.

Κάτι περισσότερο, ήταν ένα Μεγάλο Πιτ Μπουλ.

Ο διευθυντής μου ήταν ένας πωλητής διεθνούς κλάσης που είχε αποκομίσει κορυφαίες προμήθειες και ευρύτερη αναγνώριση, σαν κλασικό Πιτ Μπουλ. Η φόρμουλα της επιτυχίας του ήταν απλή – να δημιουργήσει μια μηχανή πωλήσεων ακριβώς σύμφωνα με τον τύπο του. Προσπάθησε να βάλει τους πάντες στο καλούπι του αναγκάζοντάς τους να υιοθετήσουν συνήθειες και στρατηγικές που λειτουργούσαν για τον ίδιο. Μπαράζ εν ψυχρώ τηλεφωνημάτων που διεξάγονταν με ταχύτητα αστραπής, σχέσεις σφαγής με τους πελάτες και απόλυτη επικέντρωση σε νέες πωλήσεις, και ταυτόχρονα απόλυτη αδιαφορία για τους παλιούς πελάτες. “Είναι θέμα αριθμών,” γρύλιζε. “Η τους έχεις ή δεν τους έχεις – λοιπόν βγες στην αγορά και κάνε νούμερα!”

Όταν άρχιζε να χάνει την πίστη του σε μια πώληση, δεν έχανε χρόνο. Στον κόσμο του μόνο δύο λέξεις είχαν σημασία – “ναι” και “όχι”. Οποιαδήποτε ενδιαμέση απάντηση ισοδυναμούσε με *όχι* και αυτός πέταγε την ενδεχόμενη πώληση στα σκουπίδια και προχωρούσε στον επόμενο πιθανό πελάτη.

Αν όμως η απάντηση ήταν “ναι”, άρπαζε κάθε φορά τον πελάτη από το λαιμό και τον ξετίναζε από ό,τι είχε και δεν είχε. Το επιθετικό του στιλ ήταν εξαιρετικά αποτελεσματικό στο να του αποδίδει εισοδήματα και ο ίδιος ελάχιστες τύψεις είχε για την καταστροφή που άφηνε πίσω του.

Έχοντας καταφέρει να αποκτήσει το κύρος του κορυφαίου Πιτ Μπουλ, προχώρησε αποφασιστικά, όπως ήταν αναμενόμενο, να αποδείξει ότι αυτές οι τεχνικές θα απέδιδαν και σε διοικητικό επίπεδο. Ωστόσο, όσο πετυχημένη και αν είχε αποδειχθεί η συγκεκριμένη τεχνική όταν την εφάρμοζε ως Σκυλί των Πωλήσεων, τόσο παταγωδώς απέτυχε όταν επιχείρησε να τη χρησιμοποιήσει σαν Εκπαιδευτής.



Το πρόβλημα ήταν ότι πίστευε πως ο ΔΙΚΟΣ ΤΟΥ ΤΡΟΠΟΣ ήταν ο ΜΟΝΑΔΙΚΟΣ ΤΡΟΠΟΣ. Στην πραγματικότητα ήταν απλώς ΕΝΑΣ ΑΚΟΜΗ ΤΡΟΠΟΣ.

Δεν μπορείτε να αλλάξετε τη βασική και θεμελιώδη φύση κάποιου. Είναι η ουσία και η ψυχή του, αυτό που καθιστά τον καθένα μας μοναδικό. Είναι αδύνατον να μεταλλάξετε κάποιον σε μια μορφή που δεν είναι κομμάτι της ιδιοσυγκρασίας του. Ούτε με φωνές, ούτε με κραυγές, ούτε καν με υπερβολικά δελεαστικές προμήθειες!

Έτσι το αποτέλεσμα αυτής της αποτυχημένης απόπειρας κλωνοποίησης ήταν μια απογοητευμένη, δυστυχησμένη και συχνά τσακισμένη ομάδα πωλήσεων, γεγονός που οδηγούσε σε τεράστια ανακύκλωση προσωπικού και θλιβερό εισόδημα πωλήσεων για όλους εκτός βέβαια από τα λίγα καθαρόαιμα Πιτ Μπουλ του κυνοτροφείου – ο κλασικός κανόνας του 80/20. Μετά από μερικές εβδομάδες, βρέθηκα να ψάχνω κι εγώ στις μικρές αγγελίες για καινούργια δουλειά αναζητώντας έναν τρόπο για να πληρώσω το νοίκι μου.

Δεν αργήσαμε λοιπόν να αποκτήσουμε καινούργιο διευθυντή πωλήσεων. Το όνομά του ήταν Steve – κι αυτός με τη σειρά του Μεγάλο Σκυλί, αλλά με εντελώς διαφορετικές δεξιότητες. Ήταν το αντίθετο του πρώτου μου διευθυντή. Επρόκειτο για ένα Μεγάλο Ριτρίβερ – ένα σπάνιο και υπέροχο ζώο.

Θυμάμαι την πρώτη μας κοινή σύσκεψη. Μπήκε με βαριά και αδέξια βήματα στη μισοφωτισμένη αίθουσα συσκέψεων που θύμιζε σπηλιά. Αυτή η σπηλιά στέγαζε καμιά ντουζίνα νευρικούς και ανήσυχους αντιπρόσωπους πωλήσεων, μαζί με εμένα.

Είχαμε επιβιώσει από τη μετωπική επίθεση ενός εχθρικού Μεγάλου Πιτ Μπουλ και γι' αυτό δεν είχαμε πια αποθέματα αυτοπεποίθησης και υπομονής. Πολλοί από εμάς ήμασταν ήδη με το ένα πόδι στην πόρτα, όμως περισσότερο μοιάζαμε με κοκαλιάρικα



κουταβάκια, νευρικά και αλαφιασμένα, και παρά την πείνα και την αστάθειά μας είχαμε ακόμη την αγωνία να τα καταφέρουμε.

Παρά τα πνιχτά γαυγίσματα και τις κρυφές δαγκωματιές που ανταλλάσσαμε στα μουλωχτά, οι πάντες σιωπήσαμε όταν ο Steve μπήκε στην αίθουσα. Σαφέστατα ήταν το Μεγάλο Σκυλί. Αν και καινούργιος στο τμήμα, δεν έβλεπε την ώρα να μας αποκαλύψει το σχέδιό του να μετατρέψει αυτή τη μέτριας απόδοσης περιοχή σε κάτι πραγματικά εξαιρετικό.

Μήπως μας ένοιαζε; Μάλλον όχι. Έμαθα πολλά εκείνες τις πρώτες μέρες. Σίγουρα συνειδητοποίησα την τάση μου για σκυλίσια μελαγχολία καθώς ο Steve έσπευσε να μας ανακοινώσει τις αλλαγές περιοχών ευθύνης για το προσωπικό πωλήσεων. Αν κανείς αμφιβάλλει για τη σχέση μεταξύ σκύλων και πωλητών, σας ζητώ να θυμηθείτε την τελευταία φορά που υπήρξατε μάρτυρες αλλαγών στις περιοχές ευθύνης ή μεταβολών στις προμήθειες και διαφοροποίησης των κανόνων του παιχνιδιού στη μέση του αγώνα.

Μπορώ ακόμη και τώρα να θυμηθώ τον ήχο από τα γρυλίσματα, τα κλαψουρίσματα και τα γαυγίσματα δυσφορίας σε εκείνη τη σύσκεψη. Οι εριστικές γκρίνιες συνεχίστηκαν για μέρες – συχνά μάλιστα άγγιζαν επίπεδα υστερίας γύρω από τον ψύκτη νερού ή στο διάλειμμα για καφέ.

Αλλά οι διαμαρτυρίες και τα κλαψουρίσματα ποτέ δεν αποθάρρυναν τον καινούργιο μας διευθυντή. Ο Steve ήταν ένας μεγάλος τύπος με πλατύ χαμόγελο και βροντερή φωνή. Ήταν η ανθρώπινη εκδοχή ενός σκύλου του αγίου Βερνάρδου. Δυνατός και φιλικός, μπορούσε να γίνει σαρκαστικός και αντιπαθητικός σε κλάσματα του δευτερολέπτου.

Εμφανιζόταν τη στιγμή που είχες ξεμείνει από φαγητό, ξεστασιά και δεν είχες ένα φίλο στο κόσμο. Τότε πρόσφερε μια σωτήρια δόση ενέργειας για να σε βγάλει από τη δύσκολη φάση και να ξεπεράσεις τη θύελλα. Μπορούσε να μας βρει οπουδήποτε (και



μας έβρισκε!) και φαινόταν ικανός να κουβαλήσει οποιοδήποτε φορτίο. Ήταν επίσης ΕΝΘΕΡΜΟΣ οπαδός της εκπαίδευσης, κάτι που απέρριπτε ο πρώτος διευθυντής.

Ωστόσο, αυτό που έκανε αμέσως μετά από εκείνη την πρώτη σύσκεψη ήταν ακόμα πιο σημαντικό. Μας κάθισε κάτω έναν-έναν χωριστά και ενδιαφέρθηκε να μας γνωρίσει, να μάθει τις συνήθειές μας, την κοινωνική μας ζωή, τις προσωπικότητές μας και τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντά μας. Θυμάμαι ότι μιλούσε λίγο και άκουγε πολύ. Μετά από κάθε σύσκεψη ανέθετε συγκεκριμένες αποστολές στον καθένα μας, αποστολές που διαφοροποιούνταν κάπως από πρόσωπο σε πρόσωπο. Σε κάποιους ανατέθηκαν αμέσως τηλεφωνήματα εν ψυχρώ, άλλοι ανέλαβαν να συζητούν μόνο με υπάρχοντες πελάτες, άλλοι έκαναν έρευνα αγοράς στο χώρο του ανταγωνισμού, και μερικοί ασχολήθηκαν με τους τεχνικούς του σέρβις.

Έβαλε τα Πιτ Μπουλ να αναλάβουν τα εν ψυχρώ τηλεφωνήματα. Ανέθεσε στα Ριτρίβερ να κάνουν επισκέψεις εξυπηρέτησης πελατών. Τα Τσιουάουα ανέλαβαν την έρευνα της αγοράς, ενώ τα Κανίς έκαναν γλύκες σε υποψήφιους πελάτες-κλειδιά. Στο μεταξύ τα Μπασέ εργάζονταν για την ενίσχυση των σχέσεων με μερικούς από τους μεγαλύτερους πελάτες.

Αναγνώρισε τις ράτσες του κυνοτροφείου και τοποθέτησε τον καθένα σε θέσεις όπου μπορούσε να αποδώσει. Αλλά ο Steve δεν επαναπαύτηκε εκεί. Προχώρησε ένα βήμα παραπέρα.

Εργάστηκε για την εξέλιξή μας, ατομικά αλλά και ομαδικά, ώστε να γίνουμε ισχυρότεροι και πιο αποτελεσματικοί. Μάθαμε τα ταλέντα της ράτσας μας και ταυτόχρονα κληθήκαμε να αποκτήσουμε μερικές από τις δεξιότητες των συναδέλφων μας.



Τα Τσιουάουα έμαθαν να κάνουν δυναμικές παρουσιάσεις, τα Ριτρίβερ εν ψυχρώ τηλεφωνήματα και τα Πιτ Μπουλ να έχουν υπομονή και να είναι καλοί ακροατές. Δεν εξαναγκαστήκαμε να γίνουμε κάτι ξένο προς τον εαυτό μας – απλώς αναγνωρίστηκε η αξία αυτού που ήμασταν και ταυτόχρονα ενθαρρυνθήκαμε να γίνουμε κάτι περισσότερο από αυτό. Στην ουσία, μας παρότρυνε να επεκταθούμε, όχι να απαρνηθούμε τον εαυτό μας, και αυτό έκανε όλη τη διαφορά.

Ο καθένας μας διδάχθηκε και εκπαιδεύτηκε σύμφωνα με τις προσωπικές του ικανότητες. Ο Steve αφιέρωσε ευθύς εξαρχής πολύ χρόνο για να μάθει τα δυνατά μας σημεία και να τα αναπτύξει. Ταυτόχρονα, η Burroughs ξόδεψε ένα σωρό λεφτά για να παρακολουθήσουμε μαθήματα σε όλη τη χώρα – όμως η στράτευσή της σε αυτή την προσπάθεια σίγουρα απέφερε καρπούς.

Το τμήμα μας που ήταν κάποτε από τα χειρότερα της εταιρείας Burroughs, εξελίχθηκε σε μια φοβερή μηχανή πωλήσεων. Μέσα σε δεκαοκτώ μήνες, γίναμε νούμερο ένα στις κατά κεφαλήν πωλήσεις σε όλη τη χώρα. (Και εγώ προσωπικά, νούμερο ένα στις ΗΠΑ.)

Ο Steve αφιέρωσε τον απαραίτητο χρόνο για να αναγνωρίσει τις ράτσες των σκύλων που είχε να δουλεύουν γι' αυτόν και, σαν καλός εκπαιδευτής, βάλθηκε να μας εκπαιδεύσει σε ακούραστα λαγωνικά, πιστούς συντρόφους, και φιλομαθείς μαθητές. Κάθε ένας από εμάς αποκόμισε από αυτή τη δουλειά κάτι που κουβαλάει μαζί του σε όλη του τη ζωή.





Κόκαλο: Ο λόγος που μερικά σκυλιά τα καταφέρνουν στις πωλήσεις και άλλα είναι αδύνατον να κάνουν πωλήσεις δεν οφείλεται σε κάποιο κληρονομικό γονίδιο πωλήσεων ούτε στην τύχη, αλλά στο γεγονός ότι άλλοι είναι εκπαιδευμένοι και άλλοι δεν είναι. Είναι βέβαια αλήθεια ότι υπάρχουν άνθρωποι με έμφυτο χάρισμα στις πωλήσεις, αλλά είναι ελάχιστοι. Οι πωλητές των μεγάλων επιδόσεων κατακτούν την τελειότητα μέσα από εκπαίδευση και καθοδήγηση. Τα αδέσποτα, που δεν έχουν λάβει εκπαίδευση και δεν έχουν συνειδητοποιήσει τις δυνατότητές τους, συχνά καταλήγουν άθλια και πεινασμένα.



Έμαθα πολλά εκείνες τις ημέρες για τις πωλήσεις, τους ανθρώπους, τη συμπεριφορά, και τις επιπτώσεις που έχουν οι διαφορετικές νοοτροπίες στο αποτέλεσμα της δουλειάς μας. Με τα χρόνια είχα εξαιρετική επιτυχία στις πωλήσεις όλων των ειδών: από πατάτες πόρτα-πόρτα, μέχρι υπολογιστές, λογισμικό, αεροπορικές και επίγειες μεταφορές. Έχω πουλήσει υπηρεσίες όπως: προσωπική εξέλιξη, εταιρικά σχέδια μετασχηματισμού και μεταστροφή νοοτροπίας σε σκεπτικιστές και αδέσμευτους αγοραστές.

Δεν μπορούσα να φανταστώ εκείνη την εποχή ότι η δουλειά μου θα αποδεικνυόταν αληθινό πανεπιστήμιο για να γίνω τελικά πραγματικός θηριοδασκτής “της ανθρώπινης φύσης” και κτηνίατρος για τις αγέλες και τα κοπάδια όλων εκείνων που χρειάζονται προσαρμογή νοοτροπίας. Τώρα ταξιδεύω σε ολόκληρο το κόσμο με καρέκλα, μαστίγιο και μπισκότα για να ανταμείβω τα σκυλάκια που εκπαιδεύω, καθώς συνεργάζομαι με χιλιάδες άλλες οργανώσεις που χρειάζονται βοήθεια για να μετατρέψουν τα ημίαιμά τους σε πρωταθλητές πρώτης κατηγορίας.



Σε όλους λοιπόν εσάς τους διευθυντές πωλήσεων σε εταιρείες ακινήτων, ασφαλειών, δικτυωμένου μάρκετινγκ που παλεύετε εκεί έξω, μπορώ να σας πω πως υπάρχει ελπίδα. Σε όλες τις μάζες των επιχειρηματιών, των ιδιοκτητών και των ανθρώπων των πωλήσεων που αναζητούν τη “μεγάλη ζουμερή μπριζόλα”, τη μεγάλη ευκαιρία για οικονομική ανάπτυξη, σας λέω πως δεν απέχετε πολύ από το στόχο.

Ειλικρινά, οι καλύτεροι άνθρωποι πωλήσεων στο κόσμο, είτε βρίσκονται στη Σιγκαπούρη, στο Χονγκ Κονγκ, στο Μολίν, στο Ντέιτον ή στο Μάντσεστερ, έχουν ένα πράγμα κοινό. Είναι όλοι ΣΚΥΛΙΑ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ. Και όποιος είναι υπεύθυνος για την κινητοποίηση, τη διδασκαλία ή τη διοίκηση μιας τέτοιας ομάδας σκύλων είναι ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ ΣΚΥΛΩΝ.





Τα δυνατά σημεία της κάθε ράτσας

Αν ρωτήσετε ποιο είναι το μυστικό της επιτυχίας, οι μεγαλύτεροι αθλητές θα σας πουν: “Πόνταρε στο δυνατό σου σημείο”!

Τα Πιτ Μπουλ, τα Ριτρίβερ, τα Κανίς, τα Τσιουάουα και τα Μπασέ, όλα παίζουν ζωτικό ρόλο στη διαδικασία των πωλήσεων. Αντίθετα από ό,τι συμβαίνει στο κόσμο των σκύλων, οι “καθαρές ράτσες” δεν είναι εξίσου πολύτιμες με αυτές που προέρχονται από γενετική μίξη. Το μυστικό για να γίνετε ένας πρωταθλητής Σκυλί των Πωλήσεων είναι να κατανοήσετε και να εξασκήσετε το δυνατό σας σημείο, αποκτώντας ταυτόχρονα θετικά γνωρίσματα από τις άλλες ράτσες. Η συγκεκριμένη ικανότητα της “διασταυρωμένης εκπαίδευσης” με στόχο την “ιδανικότερη ράτσα” είναι ένα απαραίτητο συστατικό της επιτυχίας του Σκυλιού των Πωλήσεων.

Το πρώτο βήμα προς την επίτευξη αυτού του σκοπού είναι να αντιληφθείτε ξεκάθαρα τα έμφυτα χαρίσματα της κάθε ράτσας.

Το Πιτ Μπουλ

Η δύναμη του Πιτ Μπουλ είναι σαφώς η **ευθύτητα** και η επιθετικότητα του. Δεν υπάρχει άλλη ράτσα πιο επιδέξια στο να βρίσκει το συντομότερο δρόμο ανάμεσα στην πρώτη κίνηση και το κλείσιμο της δουλειάς. Ό,τι υπολείπεται σε υπομονή και πολύ συχνά σε τακτ, του περισσεύει σε απουσία φόβου.

Η προθυμία τους να αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις κατά μέτωπο τους κάνει πετυχημένους στην αγορά. Η αδυσώπητη ορμητικότητα τους να αναλαμβάνουν καινούργιους υποψήφιους πελάτες, να κάνουν εν ψυχρώ τηλεφωνήματα και να διαχειρίζονται αντιρρήσεις είναι θρυλική, μέχρι του σημείου να έχουν δημιουργήσει ένα στερεότυπο που οι άλλοι προσπαθούν να αντιγράψουν σε αντίθεση με τις έμφυτες τάσεις τους.

Ενώ οι άλλες ράτσες μπορεί να βγουν από την πορεία τους με ένα απλό “όχι”, μια αρνητική απάντηση κάνει τα Πιτ Μπουλ να εργάζονται σκληρότερα για το επόμενο “ναι”. Δεν σπαταλούν χρόνο κυνηγώντας υποθετικούς πελάτες και προχωρούν γρήγορα στον επόμενο αν μια πρωτοβουλία αποδεικνύεται αργή στην εξέλιξή της.

Καταφέρνουν να μετατρέψουν τις αντιρρήσεις σε θετικές απόψεις αντί να μουν στον κόπο να τις διερευνήσουν, να τις υποτιμήσουν, ή να τις αποφύγουν. Ένα Μεγάλο Σκυλί των Πωλήσεων έχει το κουράγιο να προβάλλει προϊόντα και υπηρεσίες στη αγορά με τόλμη και αυτοπεποίθηση. Τα Πιτ Μπουλ είναι θαρραλέοι πρωτοπόροι με ταλέντο να αναπτύσσουν παρθένες περιοχές. Όταν ο χρόνος είναι περιορισμένος και οι υποψήφιοι πελάτες πολλοί, τα συγκεκριμένα Σκυλιά των Πωλήσεων έχουν μεγάλες πιθανότητες να πετύχουν.





Ένα κόκαλο από το Πιτ Μπουλ: Όταν αμφιβάλλετε, δεν έχετε παρά να κάνετε κάτι **ΟΤΙΔΗΠΟΤΕ!** Όταν είστε κακόκεφοι, απλά κάντε ένα τηλεφώνημα πώλησης. Ο Norman Schwarzkopf, ο επιτυχημένος στρατηγός της Καταιγίδας της Ερήμου στη Μέση Ανατολή το 1991, είπε: “Όταν αμφιβάλλετε, πάρτε μια απόφαση οπωσδήποτε. Το να μην πάρετε καμία απόφαση μπορεί να είναι καταστροφικό, ενώ ακόμη και μια κακή απόφαση δημιουργεί κίνηση και δράση και μπορεί να διορθωθεί.” Αυτή η συνήθεια ανοίγει περισσότερες πόρτες και παράγει περισσότερη κεκτημένη ταχύτητα από ό,τι θα φανταζόσασταν ότι είναι δυνατό. Όταν ενσκήπτει η αμφιβολία, καταπολεμήστε την σκόπιμα με οποιαδήποτε μορφή δράσης που σας φέρνει αντιμέτωπο με κάποιον. Οι πωλήσεις είναι όπως το μπέιζμπολ – όσο περισσότερες φορές σηκώσετε το ρόπαλο τόσο περισσότερες ευκαιρίες έχετε να σκοράρετε. Δεν κερδίζετε τίποτε αν απλώς κάθεστε στον πάγκο!



Κάποιοι στο χώρο των πωλήσεων υποστηρίζουν: “Είναι θέμα αριθμών” – και αυτό πράγματι ισχύει για μερικές αγορές. Αν το προϊόν ή οι υπηρεσίες σας έχουν μαζική απήχηση, τότε αυτό το απόφθεγμα είναι σίγουρα σωστό και το Πιτ Μπουλ είναι το σωστό σκυλί για τη δουλειά. Αν όμως κατέχετε ένα μικρό μερίδιο της αγοράς και απευθύνεστε σε λιγότερους πελάτες, τότε είναι πιθανότερο μια από τις άλλες ράτσες να έχει μεγαλύτερη επιτυχία.



Το Γκόλντεν Ριτρίβερ

Το Ριτρίβερ γνωρίζει ότι η παροχή υψηλής στάθμης συνεχούς **εξυπηρέτησης** είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους πλουτισμού. Αντιλαμβάνεται ότι πολύ συχνά, οι μεγαλύτερες ευκαιρίες πωλήσεων βρίσκονται μέσα στην ίδια του την πελατεία. Όταν προσφέρετε ποιότητα και εξυπηρέτηση στους πελάτες πριν, κατά τη διάρκεια, και μετά από την πώληση, οι μελλοντικές πωλήσεις γίνονται εύκολες.

Το Ριτρίβερ, όπως και το Κανίς, γνωρίζει ότι οι ικανοποιημένοι πελάτες όχι μόνο συνεχίζουν να αγοράζουν, αλλά αποτελούν και μια σπουδαία πηγή ποιοτικών συστάσεων. Τα Ριτρίβερ πουλάνε μέσα από συστάσεις πελατών και συστάσεις συστάσεων πελατών τους ενώ τα άλλα σκυλιά τρέχουν πανικόβλητα αναζητώντας νέα θηράματα. Γνωρίζουν ότι απαιτούνται εξαπλάσια έξοδα, χρόνος και προσπάθεια για να πουλήσεις σε καινούργιο πελάτη παρά σε ήδη υπάρχοντα πελάτη.

Μακροχρόνια, τα Ριτρίβερ είναι Σκυλιά των Πωλήσεων ικανά να δημιουργήσουν ισχυρούς οργανισμούς πωλήσεων και ισόβια πιστούς πελάτες. Παρά τη φιλική τους φύση, τα συγκεκριμένα Σκυλιά των Πωλήσεων δεν είναι αφελή. Έχουν σαφή αντίληψη της μακροχρόνιας αγοραστικής δυναμικής του κάθε πελάτη και τον προσεγγίζουν και τον σερβίρουν αναλόγως. Τα Ριτρίβερ δεν έχουν πελάτες – έχουν φίλους, συναδέλφους, συνεργάτες που είναι όλοι “θαυμάσιοι άνθρωποι.” (Απλώς, κάποιοι από αυτούς τους ανθρώπους είναι πιο θαυμάσιοι από άλλους!) Ένα από τα σπουδαιότερα χαρακτηριστικά τους είναι πως επιδιώκουν μονίμως να αναβαθμίσουν κάθε συναλλαγή και κάθε υπηρεσία. Ποτέ δεν κουράζονται να επανέρχονται ξανά και ξανά για να βρουν καινούργιους τόπους να ευχαριστήσουν τον πελάτη.



Εξαιτίας της δέσμευσής τους να προσφέρουν υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση, τα Ριτρίβερ δεν δέχονται άνετα τις αντιρρήσεις, επειδή πολύ συχνά τις παίρνουν προσωπικά. Έχουν την τάση να εκλαμβάνουν αυτές τις αντιρρήσεις ως βάσιμη κριτική του προϊόντος ή της υπηρεσίας – ή, ακόμη χειρότερα, των ίδιων. Αυτό αρέσει στους πελάτες, επειδή γνωρίζουν ότι το Ριτρίβερ θα πάρει την αντίρρηση, θα σκύψει επάνω της για να κάνει τη διόρθωση, και θα προσφέρει ακόμη καλύτερη εξυπηρέτηση.



Ένα κόκαλο από το Ριτρίβερ: *Φροντίστε να δίνετε πρώτοι!*

Αυτό αποδεικνύεται σωστό σε κάθε διαπραγμάτευση, πώληση, διαφωνία και σε όλες τις πλευρές της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτός που δίνει πρώτος έχει το πλεονέκτημα. Με αυτή την κίνηση, κάνετε τη ζυγαριά της ισότητας και της δικαιοσύνης να βαρύνει υπέρ σας. Το άλλο μέρος αισθάνεται την υποσυνείδητη υποχρέωση να σας ανταποδώσει τη χάρη. Προσφέροντας στους άλλους, μπορεί να μην πάρετε άμεση ανταμοιβή, αλλά αυτή η ενεργειακή κατάσταση που αποκαλούμε πωλήσεις και ζωή έχει ένα παράξενο τρόπο να εξισορροπείται. Αποκτήστε αυτή τη συνήθεια ώστε η χειρονομία σας να είναι ειλικρινής και όχι προσχεδιασμένη.



Το Κανίς

Στις επιχειρήσεις, η εμφάνιση και η εικόνα έχουν σημασία. Πολλά υποδεέστερα προϊόντα και υπηρεσίες καταφέρνουν να ξεπεράσουν σε πωλήσεις σπουδαιότερους ανταγωνιστές τους απλώς και μόνο



χάρη στην εμφάνισή τους. Η εντύπωση είναι ισχυρότερη από την πραγματικότητα!

Κανείς δεν ξέρει καλύτερα από το Κανίς ότι η εικόνα και η φήμη είναι σημαντικά πράγματα στις πωλήσεις. Τα Κανίς είναι τα ανυπέρβλητα Σκυλιά των Πωλήσεων όσον αφορά στο **μάρκετινγκ**. Η ικανότητά τους να προβάλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μπορεί να τους αναδείξει ανάμεσα στα υψηλότερα αμειβόμενα Σκυλιά των Πωλήσεων του κυνοτροφείου.

Συνειδητοποιούν ότι όσο καλύτερα τοποθετήσουν το προϊόν ή την υπηρεσία τους στην αγορά, τόσο ευκολότερα θα φτάσουν στο τελικό τους στόχο να “πάρουν παραγγελίες.” Θέλουν οι καταναλωτές να έρχονται σε αυτούς και όχι το αντίστροφο. Πολλά Κανίς είναι εξαιρετικά επιδέξια στην ανάπτυξη και υλοποίηση εργαλείων και στρατηγικών προώθησης στην αγορά. Ξεχωρίζουν στα σεμινάρια, τις εμπορικές εκθέσεις και τις εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων. Τα Κανίς είναι εξαιρετικά ικανά στο να καταρτίζουν καταλόγους συστάσεων, να χρησιμοποιούν μαρτυρίες πελατών, και μπορούν να δικτυώνονται με τους καλύτερους από τους όμοιούς τους.

Να θυμάστε ότι με τα Κανίς, κάθε προϊόν (ή υπηρεσία) δεν αρκεί μόνο να είναι καλό – πρέπει και να “δείχνει καλό, να μοιάζει καλό, και να ακούγεται καλό.” Γνωρίζουν ότι ανώτερης ποιότητας προϊόντα μπορούν να τινάξουν στον αέρα τον ανταγωνισμό αν συνδυάζουν αισθητική με σπουδαίες επιδόσεις.

Τα Κανίς αποδίδουν εξαιρετικά σε εταιρείες που τους δίνουν την ελευθερία να αναπτύξουν και να δοκιμάσουν εργαλεία του μάρκετινγκ. Τους αρέσει να φτιάχνουν ομάδες, δίκτυα και συνεργάτες που αποκαλούν “φίλους.” Επίσης διαπρέπουν σε τομείς που το προϊόν ενέχει λάμψη και σεξουαλική έλξη, όπως τα αυτοκίνητα, τα σπίτια, τα θέρετρα και οι ακριβές οικιακές ηλεκτρονικές συσκευές. Το δυνατό τους σημείο είναι η αποτελεσματική αντιπροσώπευση της εταιρικής εικόνας.





Ένα κόκαλο από το Κανίς: *Μάθετε να απευθύνεστε αποτελεσματικά σε ομάδες ανθρώπων και φροντίστε να εξασκείτε αυτή την τεχνική όσο πιο συχνά μπορείτε. Η επιδεξιότητα στις διαπροσωπικές επαφές είναι σημαντική, αλλά η ικανότητα να μιλάτε μπροστά σε πλήθος ανθρώπων θα αυξήσει την άνεση και την αυτοπεποίθησή σας στο εκατονταπλάσιο. Επίσης μάθετε να παρουσιάζετε σωστή εμφάνιση με περιποίηση και καλό ντύσιμο. Οι μελέτες δείχνουν ότι οι περιποιημένοι και καλοντυμένοι πωλητές πουλάνε έως και 35 τοις εκατό περισσότερο από εκείνους που δεν ασχολούνται με την εμφάνισή τους. Επειδή στην πορεία της σταδιοδρομίας μου είχα την τύχη να συνεργαστώ με τους καλύτερους συμβούλους δημόσιας εικόνας στον κόσμο, θα σας συνιστούσα να αναζητήσετε επαγγελματική συνδρομή. Μάθετε να μεγιστοποιείτε την επιρροή σας με όπλο την εμφάνιση και την παρουσία σας. Μάθετε να τονίζετε τα καλύτερα χαρακτηριστικά σας και να ελαχιστοποιείτε τα υπόλοιπα! Οι άνθρωποι αγοράζουν με βάση την εικόνα και την παρόρμηση – η καλή εμφάνιση είναι μέρος της δουλειάς. Ένα σπουδαίο Σκυλί των Πωλήσεων έχει πολλά να μάθει από ένα Κανίς.*



Το Τσιουάουα

Στην εποχή των πωλήσεων και του μάρκετινγκ αγαθών υψηλής τεχνολογίας, το Τσιουάουα είναι ο ανερχόμενος σταρ του κυνοτροφείου. Το ενημερώνεται κανείς διαρκώς και να γνωρίζει επακριβώς ένα τέτοιο προϊόν μπορεί να αποδειχθεί δύσκολο. Όμως, η



γνώση του προϊόντος είναι οι αποδείξεις, και χωρίς αποδείξεις δεν θα πείσετε ποτέ απόλυτα τους ενόρκους. Το Τσιουάουα παίζει έναν απόλυτα κρίσιμο ρόλο στο κλείσιμο της δουλειάς.

Με τους πελάτες να αποκτούν όλο και ευρύτερη γνώση για την φύση των προϊόντων και των υπηρεσιών που κυκλοφορούν στην αγορά, ένας επιτυχημένος Σκύλος των Πωλήσεων πρέπει να είναι ενημερωμένος και ακριβής. Πάμπολλα τεμπέλικα σκυλιά δεν δίνουν ιδιαίτερη σημασία σε αυτό το ζήτημα και για αυτό το λόγο υποφέρουν από το σύνδρομο της “επιφανειακής πώλησης”. Όλα ακούγονται περίφημα μέχρι που ο πελάτης ζητά συγκεκριμένες λεπτομέρειες.

Τα Τσιουάουα είναι εξαιρετικά ταλαντούχα στο να συνθέτουν δεδομένα και στοιχεία για να παρουσιάσουν στον υποψήφιο πελάτη πως λειτουργεί το καθετί. Διαθέτουν την ικανότητα να εξαλείφουν φόβους και να μεταδίδουν γνώση και εμπιστοσύνη για το προϊόν. Πολλά από τα κορυφαία Τσιουάουα έχουν διαθέσει τόσο πολύ χρόνο στην έρευνα και την κατανόηση των λεπτομερειών του αγαθού που προσφέρουν, που αποκτούν πραγματικό πάθος με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Ο μοναδικός συνδυασμός πάθους και αδιάσειστων στοιχείων τούς καθιστά τρομερούς πωλητές, ικανούς να μεταπείσουν ακόμη και τους πιο δύσπιστους υποψήφιους πελάτες. Απλούστατα, δεν μπορεί κανείς να διαφωνήσει με τα δεδομένα!

Εξαιτίας αυτής τους της ιδιότητας, υφίστανται πολύ μικρότερο ποσοστό μετανιωμένων πελατών σε σύγκριση, για παράδειγμα, με τα Πιτ Μπουλ ή τα Κανίς. Εκεί που το “θύμα” ενός Πιτ Μπουλ ίσως κάνει δεύτερες σκέψεις μόλις οι αναστολές υποχωρήσουν και το “θύμα” του Κανίς το ξανασκεφτεί μόλις ο γοητευτικός πωλητής εγκαταλείψει τη σκηνή, ο πελάτης του Τσιουάουα έχει να σκεφτεί μόνο γεγονότα, αριθμούς και στατιστικές που ισοδυναμούν με τη



λογική και την αξιοπιστία (ιδιαίτερα για όσους χρησιμοποιούν την αριστερή πλευρά του εγκεφάλου!)



Ένα κόκαλο από το Τσιουάουα: *Μάθετε πως να μαθαίνετε!*

Γνωρίστε τη δική σας στρατηγική μάθησης και τον τρόπο να αφομοιώνετε κρίσιμο γνωστικό υλικό όπως απορροφά το σφουγγάρι το νερό. Ο καθένας σας διαθέτει ένα προσωπικό στυλ εκμάθησης ανεξάρτητα από τη ράτσα σας. Μόλις το συνειδητοποιήσετε, η έρευνα και η μάθηση γίνονται εύκολα και διασκεδαστικά. Όταν η μόρφωση γίνεται απολαυστική, τότε τίποτα δεν μπορεί να σας σταματήσει. Το σχολείο σας δίδαξε να ακούτε, να διαβάζετε, να παίρνετε σημειώσεις, και μετά να αναπαράγετε τις πληροφορίες. Τα σκυλιά δεν το κάνουν αυτό αλλά ούτε και οι περισσότεροι άνθρωποι. Η διαδικασία μάθησης για τους περισσότερους από εμάς έχει ως εξής: πρώτα αποκτήστε την εμπειρία (κάντε ένα τηλεφώνημα πώλησης), κατόπιν συζητήστε το (συζήτηση και αναθεώρηση), τέλος σημειώστε τι μάθατε. Το ίδιο ισχύει και για τα δεδομένα. Επισκεφθείτε μια περιοχή, μιλήστε με έναν πελάτη, κουβεντιάστε με έναν προμηθευτή, μετά εξηγήστε ό,τι μάθατε σε κάποιον άλλο, και τέλος σημειώστε όσα χρειάζεται να θυμάστε. Ο ρυθμός που συγκρατείτε πληροφορίες θα αυξηθεί δραματικά και θα είστε σε μεγάλη φόρμα στις συναντήσεις σας με υποψήφιους πελάτες.



Τα Τσιουάουα είναι επίσης από φυσικού τους περίεργα και γοητεύονται από την ενασχόληση και τα όνειρα του υποψήφιου πελάτη τους. Ενδιαφέρονται για όλα και για το λόγο αυτό είναι



πολύ καλοί στο να εναρμονίζουν τις δυνατότητες του προϊόντος με τις ανάγκες του πελάτη.

Το μυαλό τους είναι μια διαρκώς επεκτεινόμενη τράπεζα δεδομένων που εκπονεί έρευνες αγοράς εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο για τα πάντα και για οτιδήποτε. Γνωρίζουν πολύ περισσότερες λεπτομέρειες από ό,τι θα θεωρούσε κανείς ανθρώπινως δυνατό. Όμως καμιά φορά αυτές οι λεπτομέρειες είναι ικανές να γείρουν τη ζυγαριά προς το μέρος σας και να κλείσετε την πώληση. Μπροστά σε μια αντίρρηση, τα Τσιουάουα ανακαλύπτουν ταχύτατα τα στοιχεία που κρύβονται πίσω της και τα εναρμονίζουν με τα πραγματικά δεδομένα που αφορούν το προϊόν ή την υπηρεσία. Το απόφθεγμα τους είναι: “Όποιος έχει περισσότερη γνώση, νικά!”

Τα Μπασέ

Τα δυνατά σημεία του Μπασέ έχουν πράγματι δοκιμαστεί στο χρόνο. Πολλά μέλη της ράτσας αυτής προέρχονται από τη Βιομηχανική Εποχή – εποχή που οι αξίες και οι προσωπικές σχέσεις ήταν το βασικό εργαλείο στις πωλήσεις. Η ικανότητά τους αποδεικνύεται αποφασιστική και στην εποχή της πληροφορικής, με τόσες πολλές σχέσεις να συνυφαίνονται πίσω από κάθε συναλλαγή.

Πίσω από τα μεγάλα μάτια και τα πεσμένα αυτιά τους υπάρχει μια πολύ μεγάλη καρδιά με **ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑ**, **ΣΥΝΕΠΕΙΑ**, και **ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ**. Τα Μπασέ κουβαλούν αυτές τις αξίες στην αγορά σαν έμβλημα τιμής! Και μπορούν να φτάσουν μακριά για να αποδείξουν την αξιοπιστία και την αφοσίωσή τους. Μάλιστα πληγώνονται όταν ο πελάτης δεν τους φερθεί με την ίδια αβρότητα. Όταν τους δίνονται όλες οι επιλογές, τότε προτιμούν να ενεργούν ατομικά, πρόσωπο με πρόσωπο με τον πελάτη, να τον “κοιτούν στα μά-



Ο Πλούσιος Μπαμπάς είπε, "Οι επιχειρήσεις και οι επενδύσεις είναι ομαδικά σπορ."

— Robert Kiyosaki

Συγγραφέας των μπεστσέλερ στη λίστα των *New York Times*

"Πλούσιος Μπαμπάς Φτωχός Μπαμπάς" και "σειρά βιβλίων του Πλούσιου Μπαμπά"



"Όταν ήμουν μικρός μου έλεγαν ότι αν ήθελα να γίνω πλούσιος, έπρεπε να μάθω πώς να συνεργάζομαι και πώς να πουλάω. Μαζί με την ικανότητα στις πωλήσεις έρχεται και η ικανότητα να δημιουργούμε εισόδημα οποτεδήποτε και οπουδήποτε το θελήσουμε. Οι πωλήσεις είναι η ζωογόνος δύναμη κάθε εταιρείας. Επιπλέον, τα διδάγματα που απορρέουν από τις πωλήσεις αποτελούν μερικά από τα καλύτερα μυστικά για να πάρουμε αυτά που θέλουμε από τη ζωή, οικονομικά και συναισθηματικά."

Blair Singer,

Εκπαιδευτής Στελεχών Επιχειρήσεων, Συγγραφέας

Το βιβλίο Σκυλιά στις Πωλήσεις (SalesDogs™):

- Παρουσιάζει πέντε ράτσες Σκυλιών των Πωλήσεων!
- Αποκαλύπτει πέντε απλές αλλά σημαντικές δεξιότητες για να δημιουργήσετε ατέλειωτες ουρές από έτοιμους αγοραστές και να εξασφαλίσετε διαρκείς πωλήσεις
- Σας βοηθάει να αναγνωρίσετε τη "ράτσα" στην οποία ανήκετε και σας μαθαίνει να εκμεταλλεύεστε τις δυνάμεις σας
- Σας δίνει βήμα-βήμα οδηγίες για να εμπνέετε και να καθοδηγείτε οποιαδήποτε ομάδα πωλητών, μετατρέποντάς τους σε ορμητική αγέλη επίλεκτων Σκυλιών των Πωλήσεων
- Σας δείχνει πώς να αυξάνετε τα "αποτελέσματα" των πωλήσεών σας μειώνοντας τον "κόπο" που χρειάζεται να καταβάλλετε
- Σας διδάσκει πώς να αλλάζετε τελείως τη στάση σας σε ελάχιστο χρόνο για να χειρίζεστε αποδοτικά τα οικονομικά σας αποτελέσματα.



Το βιβλίο του Blair αναφέρεται στους τομείς Επικοινωνίας, Συστημάτων & Προϊόντος του Τριγώνου Επιχειρηματιών-Επενδυτών του Πλούσιου Μπαμπά.

Το τρίγωνο Επιχειρηματιών-Επενδυτών είναι από το βιβλίο Ο Οδηγός Επενδύσεων του Πλούσιου Μπαμπά.



ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ

Σολωμού 57, 10432, ΑΘΗΝΑ, Τηλ. 210-5237635

Επισκεφθείτε μας στο Internet:
<http://www.klidarithmos.gr>

ISBN 960-209-812-0



9 789602 098127