

# Содержание

Для вас ли эта книга? . . . . .	7
<b>Глава 1.</b> Вы сделали правильный выбор . . . . .	10
<b>Глава 2.</b> Умения, которыми на сегодняшний день должен обладать профессионал в сфере продаж . . . . .	17
<b>Глава 3.</b> Найти того, кто захочет купить . . . . .	24
<b>Глава 4.</b> Как эффективно решить проблему «внутреннего сопротивления» перед коммерческим визитом. . . . .	34
<b>Глава 5.</b> Продавайте в соответствии с планом, а не наобум . . . . .	45
<b>Глава 6.</b> Вопросы как ключ к ответу: анализ потребностей . . . . .	53
<b>Глава 7.</b> Лучший способ проведения делового интервью . . . . .	63
<b>Глава 8.</b> Озарение клиента: осознание потребностей. . . . .	73
<b>Глава 9.</b> Продавать то, что решит проблему потребителя: решение задач, связанных с потребностями . . . . .	81
<b>Глава 10.</b> Азбука заключения сделок: удовлетворение потребностей . . . . .	87
<b>Глава 11.</b> Как заключать больше сделок и делать это чаще . . . . .	92
<b>Глава 12.</b> От обслуживания потребителя — к удовлетворению потребителя. . . . .	98
<b>Глава 13.</b> Возьмите в свои руки контроль над своим временем и своей жизнью . . . . .	105

*Посвящается уважаемым профессионалам  
сферы продаж, которые обеспечивают  
людей полезными для них товарами  
или услугами, и увлечены своим делом*

## Для вас ли эта книга?

Много лет назад Аристотель утверждал, что если бросить два предмета из одного материала, но разного веса, то более тяжелый предмет будет падать быстрее. Много лет этому учили в Пизанском университете. Но спустя какое-то время появился Галилей, который заявил, что это не соответствует действительности. Когда студенты усомнились в его правоте, он поднялся на Пизанскую башню, бросил два сделанных из одного материала и различных по весу предмета, и они упали на землю одновременно. Галилей подтвердил правильность своего заявления, однако в Пизанском университете продолжали учить студентов тому, что более тяжелый предмет должен падать быстрее. Вот почему: Галилей доказал студентам свою правоту, но не убедил их.

Важнейший вопрос мира продаж состоит в том, как убеждать. Ответ: убеждают с помощью вопросов, а не утверждений. Значительная часть книги «Продажи 101» посвящена тому, как задавать вопросы, и особенно подчеркивается при этом умение выслушивать

ответы. Тот, кто читает Библию, знает (и с этим фактом согласится большинство людей, как верующих, так и неверующих), что Христос был великим мастером убеждения. Я советую вам купить в хорошем книжном магазине и читать такое издание Библии, в котором слова Христа выделены красным шрифтом. Вы сделаете потрясающее открытие: когда Христу задавали вопрос, он отвечал на него либо другим вопросом, либо притчей, — ведь и то и другое является инструментом убеждения.

Мой лучший друг (для меня он скорее брат) из канадского города Виннипег, с которым я знаком уже тридцать семь лет, исповедует иудаизм. Однажды я заметил за ним привычку отвечать вопросом на вопрос и поинтересовался, почему он так делает. Улыбаясь, он ответил: «А почему бы и нет?». Задав нужный вопрос и выслушав ответ, мы получаем великолепную возможность выстроить отношения с другим лицом, что очень важно для процесса убеждения.

Вторая важная мысль, которая высказывается в книге «Продажи 101», как прямым текстом, так и между строк, — это мысль о том, что, делая карьеру в сфере продаж, важно быть порядочным\*. Порядочность подразумевает выбор правильного решения и исключает возникновение чувства вины. Порядочному человеку нечего бояться, потому что нечего скрывать. Избавившись от страха и чувства вины, он имеет возможность быть таким, каким его создал Бог. Я говорю об этом, потому что мы учимся убеждать. Специалист по продажам, не обладающий порядочностью, склонен преувеличивать выгодные свойства предлагаемого им товара, заставляя людей приобретать по завышенным ценам вещи, которые им не нужны и которые они, в общем, покупать не хотели.

---

\* Соответствующее английское слово может быть переведено еще как «честность» и «целостность». (Примеч. пер.)

Продавать, сохраняя порядочность, — это единственный способ обеспечить себе многолетнюю карьеру в одной и той же компании, продавать определенный товар определенным клиентам и, таким образом, добиваться стабильных результатов продаж и приобретать устойчивое финансовое положение.

Лорел Каттер (Laurel Cutter), вице-президент компании *FCB Leber Katz Partners*, говорит: «Ценности определяют поведение; поведение определяет репутацию; репутация определяет преимущества». Начиная с сегодняшнего дня, стройте вашу репутацию на принципах порядочности, и до встречи над вершиной!\*

---

\* Аллюзия на название другой книги Зиглара — «До встречи на вершине» («See you at the top») (*Примеч. пер.*)

---

# Глава 1

## Вы сделали правильный выбор

*Ваше отношение к делу  
всегда играет в вашу пользу*

Добро пожаловать в мир под названием «Продажи 101»! Хотелось бы начать не вполне стандартно. Позвольте попросить вас уйти из сферы продаж, если вы на это способны. Да, вы не ошиблись: Зиг Зиглар рекомендует вам больше не заниматься продажами, если вы на это способны. На данном этапе вашей карьеры самое большое значение должны иметь последние слова. Тот, кто стал заниматься продажами, чтобы чуть больше заработать, даже для того чтобы помочь другим людям, являются «временщиками» в этой профессии. Продажами нужно заниматься в том случае, если сделать иной выбор не позволяют ни разум, ни сердце!

Работая в сфере продаж, вы будете сталкиваться с грубым обращением. Может случиться даже так, что перед вами захлопнут дверь. Люди будут прерывать разговор с вами без особых на то причин. Некоторые будут держаться от вас подальше. В вашей вменяемости будет сомневаться ваша семья (и даже вы сами). Доктор Чарлз Джарвис (Dr. Charles Jarvis), юморист и оратор, замечает: «То, что у вас паранойя, еще не значит, что вас не преследуют на самом деле!». Действительно, одним из побочных действий работы в сфере продаж может стать паранойя.

## Включились ли вы в работу?

Мой друг Уолтер Хейли (Walter Hailey) — один из самых успешных людей в мире. Уолтер — мастер продаж (просто великолепный мастер!), победитель, посвятивший свою жизнь тому, чтобы научить побеждать других.

Уолтер достиг огромных успехов, при том что начало его карьеры в мире продаж было непростым. Ему пришлось пережить разочарования и тревоги, стучаться в закрытые двери, довольствоваться низкими результатами продаж, бороться с возникшими на нервной почве проблемами с желудком — он испытал на себе практически все симптомы, которые наблюдаются у людей, не знающих правил выживания в мире продаж. Более того, Уолтер разочаровался настолько, что обратился к менеджеру и заявил о своем желании покинуть эту сферу деятельности. Менеджер ответил, что это невозможно.

Уолтер снова категорически заявил, что намерен уйти. Менеджер ответил: «Уолтер, ты не можешь уйти из страхового бизнеса, ведь на самом деле ты до сих пор не включился в работу».

Уолтер рассказывал, что эти слова потрясли его до глубины души. Размышляя над истиной, которую открыл ему менеджер, он, возможно, впервые в жизни осознал, что *невозможно бросить то, к чему ты на самом деле не приступал*. Действительно, многие люди поступают на работу в отдел продаж, но в процесс продаж так и не включаются. Я прошу вас осознать: даже в том случае, если вы много лет представляете продукт или услугу, это еще не значит, что вы включились в профессиональный бизнес продаж.

Большая текучесть кадров в сфере продаж объясняется, в первую очередь, недостаточной степенью самоотдачи сотрудников. К счастью, ситуация в обществе

меняется, и подлинные профессионалы сферы продаж начинают высоко цениться.

## **Мой путь к успеху в продажах**

Я искренне люблю свою профессию и глубоко убежден в ее значимости, восхищаюсь профессионалами продаж, испытываю неутолимую жажду знаний, которые помогают достичь большего профессионализма.

Моя карьера в сфере продаж началась не с того момента, когда я в 1947 году совершил свой первый официальный коммерческий визит. Все началось еще в детстве, когда я продавал овощи на улицах Язу-сити (штат Миссисипи). Кроме того, я разносил газеты, а в самом начале трудовой деятельности мне довелось несколько лет проработать в продовольственном магазине.

В общежитии университета штата Южная Каролина я по вечерам продавал сэндвичи, чтобы заработать на обучение и на будущую свадьбу. Позже я обратился к прямым продажам, в том числе к продажам ценных бумаг, страховых полисов, а также хозяйственных товаров. В 1964 году я начал заниматься программами личностного роста и корпоративного развития и с тех пор занимаюсь продажей тренингов и мотивационных установок.

## **Для вас это выгодно!**

Могу посоветовать вам каждый день начинать с такого утверждения: «Сегодня я добьюсь успеха как профессионал в сфере продаж и сегодня же я научусь тому, что позволит мне завтра достичь еще большего профессионализма». Если вы будете каждый день напоминать себе об обязательстве, которое вы на себя

взяли, то вас, как успешного профессионала в сфере продаж, ожидают многочисленные блага!

### *Независимость*

Одним из великих благ нашей профессии является то, что вы являетесь начальником для себя самого. Вы работаете на себя, но не «сами по себе». Каждое утро, стоя перед зеркалом, вы можете посмотреть себе в глаза и сказать: «О, боже, ты такой приятный, деятельный, успешно и упорно работающий человек, настоящий профессионал, и ты заслуживаешь повышения заработной платы!»; после этого можно считать, что руководство уже приняло решение. Следует добавить, что ваша заработная плата будет расти вместе с вами.

### *Возможности*

В целом, независимость, которую вы обретаете, став начальником для самого себя, влечет за собой огромную ответственность, и в этом заключается привлекательная сторона нашей профессии! *Возможности рождаются от рационально используемой независимости*, а те возможности, которые вы получаете, работая в сфере продаж, не имеют себе равных.

### *Решение проблем*

За исключением, пожалуй, медицинских работников и священнослужителей, ни у кого другого нет такой замечательной возможности решать проблемы, как у вас, профессионального мастера убеждения. На свете нет почти ничего, что приносило бы столько личного удовлетворения и просто удовольствия, как возможность помочь другому сохранить немало времени и денег, избавить его от огорчений и / или



тревог, сделав это с помощью предлагаемых вами товаров или услуг.

### *Ощущение уверенности*

Нельзя не признать, что возможность получать высокий доход, которая предоставляется сферой продаж, чрезвычайно заманчива. И деньги, и карьерный рост весьма привлекательны для целеустремленных личностей, которых не устраивают «тесные рамки», ограничивающие их доход и род деятельности, а также для тех, кто устал быть зависимым от прихоти других людей, не способных объективно оценить чужие заслуги. Тем не менее, обеспечивать себя вы будете сами. Если вы работаете в сфере продаж, вы не должны ждать, пока что-то произойдет само собой; вы можете сделать так, чтобы это произошло. Когда бизнес развивается медленно, вы можете активизировать его, «расшевелить» рынок. Вы можете управлять собственной жизнью и собственным будущим, а это придает чувство уверенности в завтрашнем дне, в будущем вашей семьи!

### *Семья*

Моя жена — решительно рыжая. То есть однажды она решила быть рыжей, и рассказывая о ней, я называю ее Рыжиком, что ей очень нравится. Обращаясь к ней, я называю ее «сладкой малышкой». На самом деле ее зовут Джин.

С тех самых пор, как мы с Рыжиком поженились, и она, и все наши дети, которые затем появились, — Сьюзен, Синди, Джули и Том, — принимают непосредственное участие во всех аспектах моей деятельности профессионала сферы продаж. Они делят со мной волнение, славу, радость и все блага, а также

огорчения и тревоги, неизбежно выпадающие на долю тех, кто занимается продажами. Моей семье посчастливилось посетить прекрасные места, куда я ездил на конференции, и вместе со мной купаться в лучах славы, когда мне вручали награды и премии. Они были рядом и в то время, когда продажи шли хуже и я нуждался в поддержке и ободрении. В такие моменты мы оставались так же близки и даже становились ближе, чем тогда, когда дела шли превосходно.

Будьте честны со своей семьей. Они хотят чувствовать себя причастными и к тяжелым испытаниям, выпавшим на вашу долю, и к вашим победам. Они смогут стать для вас источником силы, воодушевить вас, и при этом развиваются сами. Благодаря моей замечательной профессии у нашей семьи много общих интересов и общих друзей, и кроме того, мы расширяем эти горизонты, общаясь с людьми, искренне увлеченными своим делом, товарами и услугами, которые они предлагают клиентам.

### *Карьерный рост*

Еще одно преимущество работы в сфере продаж — это возможность карьерного роста. Благодаря хорошо развитым в ходе работы навыкам и умениям сотрудники отделов продаж часто становятся руководителями. Это должны быть творческие, честные, обладающие достаточно гибким мышлением люди. Они должны находить способы творческого решения проблем, возникающих во время презентаций, приспособиваясь к потребностям и желаниям потенциального клиента.

Агентам по сбыту приходится иметь дело с людьми, находящимися во власти самых разных эмоций: иногда потребитель доволен, воодушевлен, полон энтузиазма, а иногда раздражен и мрачен, — а такой опыт

в значительной степени готовит специалиста к руководящей работе. Чем больше вы овладеваете «навыками межличностных отношений», тем больше у вас шансов достичь высшего звена управления.

Конечно, профессионалы продаж должны уметь убеждать. Этот навык применяется как в презентации товара, так и в управлении предприятием. Нужно обладать немалым талантом, чтобы работать совместно с другими сотрудниками, стимулировать их действовать сообща и убеждать их, что даже в том случае, когда лучшая, по их мнению, идея была отвергнута в пользу другой, хороший и целеустремленный сотрудник оставит в стороне личные интересы и будет сотрудничать с остальными в интересах всего коллектива. Эта задача, поверьте мне, требует способности убеждать, нести ответственность за дисциплину и свое дело.

## **Вы все еще со мной?**

Если вы не представляете, как жить без тех замечательных возможностей, которые предлагает нам эта великолепная профессия, тогда — *мои поздравления!* Вы только что влились в ряды представителей профессии, которая дает возможность оказать огромное влияние на наше общество и открыть для него такие перспективы, которые представители других профессий предложить не могут.

## Глава 2

# Умения, которыми на сегодняшний день должен обладать профессионал в сфере продаж

Я много работал над своими «тренинговыми системами» (Ziglar Training Systems) и добивался признания их на международном уровне, в первую очередь, ради того, чтобы мы могли ПРОДАВАТЬ с опорой на такие важные принципы, как честность, сила воли, порядочность, доверие, любовь и верность. Для того чтобы начать свою деятельность на этой основе, нам нужно развить в себе способность учиться, слушать, общаться, а также стать надежными в глазах других и завоевать их доверие. Обладая этими качествами, мы сможем наилучшим образом выстроить свой бизнес, а также свою жизнь, семью, дружеские отношения и, вместе с этим, изменить мир, в котором мы живем, в лучшую сторону.

### **Честность и порядочность в сфере продаж**

Чтобы изменить мир, необходимы честность и порядочность. Действовать в соответствии с законами этики — не просто правильно, но и наиболее полезно.

Подлинные профессионалы продаж не говорят об этике; они ЖИВУТ в соответствии с ней!

### *Порядочность, честность и этика окупаются*

Роберт Дэвис (Robert Davis), работая агентом и менеджером по продажам в компании по борьбе с вредителями *Terminix Pest Control* в Батон-Руж, штат Луизиана, добивался в своем деле выдающихся результатов. На вопрос о том, чем он занимается, Роберт отвечал: «Я уничтожаю насекомых». Такая здоровая самооценка и убежденность в важности услуг, предоставляемых компанией, привели его к блестящим личным и профессиональным результатам.

Во время работы в *Terminix* Роберту пришлось иметь дело с новым агентом по продажам, не в меру старательным сотрудником. Однажды в пятницу, ближе к вечеру, позвонил клиент, чтобы сообщить о серьезной проблеме. Вокруг его дома роились пчелы, причиняя семье неудобства. Роберт поручил это, казалось бы, несложное задание новому сотруднику, а тот, уже на пороге, обернулся и спросил: «Случалось кому-нибудь получать \$200 за уничтожение пчел?». Остальные в ответ на хвастливый вызов улыбнулись и ответили, что такого не бывало.

Не прошло и полчаса, как новенький вернулся и принес чек на \$225, что, конечно, всех поразило. Восторги по поводу рекордного заработка за уничтожение пчел прервал телефонный звонок. Трубку взял Роберт: звонил заказчик, выписавший чек.

— Я только хотел поблагодарить вас за то, что вы так быстро отреагировали и решили мою проблему, — начал звонивший. — Пчелы нас просто измучили, и ваш сотрудник, несомненно, справился со своей задачей.

— Но еще я хотел бы узнать, — продолжил он, — обычная ли это практика — брать плату в \$225 за работу, на которую потребовалось пятнадцать минут.

— Вы еще будете дома в ближайшие несколько минут? — спросил Роберт. Получив утвердительный ответ, Роберт, захватив тот самый чек, посадил в свою машину агента по продажам. Когда они приехали к клиенту, Роберт подошел к нему и сказал: «Простите, сэр, в порыве энтузиазма мы немного потеряли чувство реальности. Поскольку я не в полной мере разъяснил нашему новому агенту особенности данной задачи, в частности то, как выставить счет за работу, мы взяли с вас завышенную плату. (Обратите внимание: хотя в действительности Роберт четко объяснил агенту, как выполнять работу, и сообщил, что за нее можно потребовать максимум \$125, он никоим образом не поставил сотрудника в неловкое положение.) Поэтому считайте, что мы берем все расходы на себя. — С этими словами Роберт протянул клиенту выписанный им чек.

— Это очень мило с вашей стороны, — сказал заказчик, — но у меня есть еще проблемы: тараканы и муравьи. Может быть, вы и от них меня избавите без всякой платы?

Эти слова, конечно, повеселили всех присутствующих, а Роберт, между тем, действуя этично, порядочно и честно и не более того, сумел подписать договор на сумму \$300. Если бы был сохранен чек, как свидетельство рекордной платы за уничтожение пчел (причем платы, начисленной несправедливо), клиент думал бы, что его ограбили. После возврата денег и восстановления справедливости компания Роберта была вознаграждена сделкой на большую сумму и обретением постоянного клиента.

Тому, кто поступает честно, порядочно и соблюдает этические нормы, вознаграждение гарантируется.

Возможно, награда отыщет вас не так быстро, как это случилось с Робертом Дэвисом. Тем не менее, подобно тому, как банковские вложения гарантируют получение дохода, так и проявления честности, порядочности, поведение в соответствии с нормами этики гарантируют положительные сдвиги в вашей карьере.

## **Доверие**

В мире продаж клиенты превыше всего ставят доверие, которое возникает лишь благодаря вашей порядочности. Основная причина, по которой люди отказываются совершить покупку, — это отсутствие доверия. Если вы всерьез что-то обещаете клиенту, а также если вы что-то пообещали случайно, — все равно клиент искренне верит вашим словам. Это особенно актуально, когда в процессе продажи, или даже после нее, возникают трудности. Проблемы на любом этапе заключения сделки, проблемы, связанные с использованием продукции, — всякое «недоведение работы до конца» может быть чрезмерно преувеличено клиентом. Даже самые незначительные детали способны отрицательно сказаться на деловых отношениях.

## **Умение выслушать**

Профессионалы, успешно работающие в сфере продаж, максимально активно пользуются умением выслушать. За время своей карьеры я ни разу не слышал о ком-то, кто не смог заключить сделку, выслушав рассказ потенциального клиента о его нуждах, пожеланиях и стремлениях. Интересен факт, что чем больше торговый агент узнает о нуждах клиентов, тем больше у него появляется возможностей удовлетворить эти нужды. Это еще не все: когда потенциальный клиент обнаруживает, что агент внимательно выслушивает

его желания, учитывает его потребности, начинает вступать в силу фактор доверия.

Уметь выслушать — это не настолько сложно, как может показаться. Мы можем слушать тогда, когда сами не говорим и не готовимся к разговору. Существует много способов этому научиться, в том числе посещение недельных курсов по развитию навыков слушания, но в нашем деле достаточно не забывать старую притчу: «Рассказывая, мы делимся, а выслушивая — заботимся».

### *Взаимность*

Если мы внимательно выслушиваем рассказ потенциального клиента о его даже самых замысловатых интересах, желаниях, хобби, выслушиваем прочие его размышления, он, таким образом, оказывается в долгу перед нами. Клиент, в свою очередь, чувствует себя «должником» и готов так же внимательно слушать, ответив тем самым на наше проявление любезности.

## **Особенности общения**

Большинство людей предпочитают слушать собеседника, говорящего в том же темпе, что и они сами; поэтому старайтесь в своей речи ориентироваться на особенности потенциального клиента. Существует несколько исключений из этого правила:

1. Потенциальный клиент «теряет самообладание» и начинает говорить громко, используя при этом оскорбительные выражения. Заметив гневную реакцию, понижайте голос и замедляйте темп речи.
2. Потенциальный клиент использует упрощенные или неточные выражения. Ваша речь должна оставаться правильной и профессиональной. Велика



вероятность того, что потенциальный клиент применит по отношению к вам более высокие категории оценки, нежели по отношению к себе. Чем более последовательно вы будете придерживаться принципов нравственности и порядочности, тем большее вы вызовете доверие и уважение и, соответственно, тем больше у вас будет шансов заключить сделку.

3. Потенциальный клиент говорит так тихо, что вам приходится напрягать слух, чтобы услышать его слова. Потенциальный клиент, желая вас понять, не станет прилагать таких же усилий. Продолжайте говорить так, чтобы слушать вас было комфортно, и сомневаться в том, что вас действительно слышно, не приходилось.

4. Потенциальный клиент говорит так мучительно медленно или, наоборот, невероятно быстро, что попытка скопировать его манеру окажется слишком заметной. В таком случае вам следует лишь в некоторой степени подстроиться под темп речи потенциального клиента.

5. Никогда не копируйте региональные особенности речи, грамматические ошибки, сленг или дефекты дикции.

## **Надежность и доверие**

Женскую позицию в сфере продаж я осмыслил благодаря Шейле Уэст (Sheila West), автору книги «За пределами хаоса» («Beyond chaos»). Она утверждает, что «самая сложная задача для женщины в сфере продаж (как и во многих других сферах) состоит в том, чтобы завоевать доверие. Женщины, не обладающие таким качеством, как надежность, этого сделать не могут. Кроме того, они быстро покидают эту сферу деятельности. Иными словами, благодаря своей надежности

женщины вызывают доверие, а доверие обеспечивает уверенность в себе, необходимую для достижения успеха!». Это следует учитывать как женщинам, так и мужчинам, работающим в сфере продаж.

## **Современный профессионал сферы продаж**

Успешный профессионал сферы продаж знает, что счастье — это не удовольствие, а победа; что если вы аккуратно выполняете свои обязанности, то, в конце концов, вы сможете делать то, что захотите, и когда захотите. Наиболее важно, чтобы успешный профессионал сферы продаж знал о следующем кредо и понимал его смысл: *Ты можешь получить в жизни все, что хочешь, просто если поможешь другим получить то, чего хотят они!*

Собственно, я говорю о том, что карьера в сфере продаж строится не только в момент заключения сделки, но и до, и после этого. Как говорят у меня на родине, «Даже слепой свинье удастся иногда отыскать хороший желудь». Да, это правда, что даже некомпетентные торговые представители, обращаясь к одному потенциальному клиенту за другим, в итоге могут время от времени заключать сделки. Но работа наугад, уверяю вас, не позволит им построить достойную карьеру в сфере продаж.

### *Самоанализ*

Многие торговые представители, с которыми мне доводилось беседовать, недовольны производительностью своего труда. Они понимают, что многое из того, чем они занимаются, методы, которых они придерживаются, вызваны силой привычки, и вполне возможно, что эти приемы неэффективны или даже вредоносны. Вот почему так важно проводить самоанализ.

Самоанализ — замечательный прием, заключающийся в том, что вы фиксируете виды вашей деятельности и регулярно задаете себе некоторые вопросы, например: «Необходимо ли мне выполнять служебные обязанности так, как я делаю это сейчас, или же мне следует вести себя иначе? Могу ли я увеличить производительность работы в целом за счет повышения эффективности труда? Действительно ли мне нужно так много работать?»

*Регистрационный журнал вашей деятельности.* Наиболее показательные результаты мне удалось получить с помощью составления таблицы, представляющей анализ затрат моего времени. Признаюсь: когда я впервые услышал о том, что нужно будет следить за распределением времени, у меня было чувство,

как будто меня только что посадили отбывать срок. Большинству из нас кажется, что нам не доверяют, когда просят предоставить отчет за каждую минуту в течение дня. Так почему же не сделать рывок на старте и не заняться этим до того, как нам это поручат?

Любая компания, которая намерена в течение долгого времени стабильно добиваться успехов, попросит вас точно фиксировать сведения о вашей деятельности в сфере продаж. Настоятельно рекомендуем вам в течение всего двух недель вести таблицу, отражающую вашу деятельность. Это окажет огромное влияние на вашу жизнь. Вы (как когда-то и я) обнаружите, что за день на деятельность, непосредственно приносящую прибыль, тратится немногим более двух часов. Большая же часть времени тратится на «подготовку» к этой деятельности.

Лучшие ученики садятся и *начинают* заниматься. Посредственные или же слабые ученики много времени тратят на *подготовку* к учебе. Так и наиболее успешные торговые агенты занимаются планированием и подготовкой вне рамок того времени, которое отводится на продажи. Когда наступает это время, они берут телефонную трубку, или же портфель, или чемодан с образцами продукции, и начинают продавать товар. Кроме того, истинные профессионалы продаж не упускают ни единой возможности — предполагавшейся или неожиданной, — чтобы продавать, продавать и продавать!

Регистрационный журнал вашей деятельности станет не ограничивающим, а освобождающим вас фактором. Он поможет вам выделить те виды деятельности, которые нужно добавить, и те, от которых следует отказаться. Кроме того, журнал укажет на привычки, приводящие к низкой результативности труда, о которых вы до этого не подозревали.

## *Дисциплинирующее средство*

Каждому необходимо иметь метод, прием или систему, обеспечивающую учет его деятельности. Спокойствие духа истинных профессионалов (в любых сферах деятельности) обеспечивается тем, что они знают: в любое время они делают все, на что способны. Они ощущают уверенность, так как остаются верными своим личным ценностям. А этого можно достичь только с помощью системы, позволяющей тем, кто стремится к успеху, следить за выполнением поставленных целей и задач.

*Подходящая система.* Вам следует применять какую-либо систему учета. Компанией *Ziglar Training Systems* был разработан планировщик «Performance Planner», позволяющий торговым представителям следить за задачами и результатами их выполнения, а также планировать задачи и фиксировать конкретные детали, касающиеся краткосрочных и долгосрочных целей; это дает им возможность обрести жизненное равновесие.

Другие компании, такие как *Daytimers, Inc.* и *Franklin Covey*, выпускают календари, электронные приборы, а также предлагают разного рода методики, позволяющие наиболее эффективно воспользоваться имеющимся временем. Вы можете, взяв карандаш и лист бумаги, положить начало собственной системе контроля результативности вашей деятельности. Важнее всего не то, какой системой вы пользуетесь, а то, что у вас эта система есть. Когда профессионалы сферы продаж предпринимают действия, позволяющие им стать еще более организованными и дисциплинированными, они получают возможность максимально эффективно применять свое время и усилия, а это позволяет им чувствовать себя свободными во всех сферах жизни!

## **«Продажи 101»: подлинная мотивация**

Книга «Продажи 101» была написана для того, чтобы мотивировать вас стать профессиональным мастером убеждения. Надеюсь, что книга напомнила вам о том, что вы уже знали, обогатила новой информацией и воодушевила на использование сочетания старых и новых приемов; что у вас появятся новые, еще более творческие решения, которые будут способствовать профессиональному росту. Если эта книга оказалась для вас полезной, рекомендую прочесть также книги под названием «Искусство продаж» (*Ziglar On Selling*), где представлено более подробное изложение этих идей, и «Секреты заключения сделок», предлагающую сто вариантов завершения переговоров. Если вы начнете использовать навыки и умения, которыми обладаете, для реализации рассмотренных нами фундаментальных принципов, я уверен, вы сможете покорить вершину успеха!