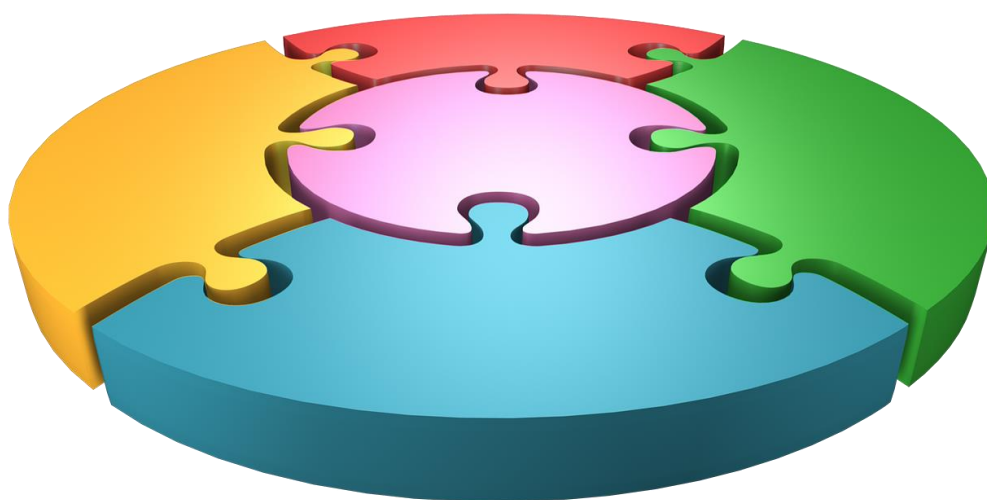


# 10 prostych nawyków skutecznych sprzedawców, *o których prawdopodobnie nigdzie nie przeczytasz*



Marcin Rzucidło

2015

10 prostych nawyków skutecznych sprzedawców, o których prawdopodobnie nigdzie nie przeczytasz  
[Marcin Rzucidło]

# Wstęp – Czym jest modelowanie?

Pomyśl o kimś, kto Twoim zdaniem odniósł sukces. Jakkolwiek ten sukces zdefiniujesz. Może to być ktoś z pierwszych stron gazet, ktoś z Twojej rodziny, lub też ktoś z Twojej pracy – na przykład świetny sprzedawca.

Być może zastanawiasz się, jak oni to zrobili? Jak doszli do tego, kim są, co robią i co mają? I gdybyś mógł ich zapytać, chciałbyś, aby wyjawili Ci tę sekretną formułę, która doprowadziła ich do tego miejsca, w którym są.

Ponieważ, jeśli Ty zrobiłbyś to samo i tak samo, najprawdopodobniej też przecież osiągnąłbyś ten sukces.

Modelowanie polega na podpatrywaniu tego, co robią inni osiągając wybitne rezultaty oraz robieniu tego samego. Takie podejście ma doprowadzić do takich samych lub chociaż porównywalnych rezultatów.

Przecież, jeżeli dostaniesz konkretny przepis lub instrukcję oraz będziesz konsekwentnie stosował się do zawartych w nich wskazówek, z ogromną dozą prawdopodobieństwa, osiągniesz zamierzony rezultat, prawda?

Jako sprzedawca, sam modelowałem swoich kolegów, którzy sprzedawali lepiej niż ja. Uczyłem się od znanych ekspertów sprzedaży. Na podstawie tego modelowania, doszedłem tam, gdzie sprzedaję na poziomie, który mnie satysfakcjonuje i czuje się z tym dobrze.

Okazuje się, że w recepcie na sukces sprzedażowy jest kilka kluczowych, powtarzalnych nawyków i zachowań, które są charakterystyczne dla tych sprzedawców, którzy sprzedają więcej niż inni.

Co ciekawe, Ci, którzy muszą walczyć o sprzedaż każdego miesiąca, czy wręcz każdego dnia, tych nawyków nie praktykują.

Oto 10 prostych nawyków skutecznych sprzedawców, które – jeśli je konsekwentnie zastosujesz – pomogą Ci sprzedawać więcej i efektywniej.

Modeluj!

# 1

## Nawyki 1.

### Wiedz, czego chcesz w sprzedaży

Dlaczego pracujesz w sprzedaży? Co praca jako sprzedawca ma Ci dać? Co jest Twoim celem, który dzięki byciu sprzedawcą chcesz osiągnąć?

Czy są to pieniądze, które będziesz mógł przeznaczyć na realizację innych celów w swoim życiu? Czy jest to rozwój, dzięki któremu będziesz potrafić więcej, a przez to będziesz sprawniej szedł przez życie (zarówno zawodowe, jak i prywatne)? Czy jest to wreszcie sama satysfakcja z tego, że możesz coś osiągnąć, zwyciężyć i sprawdzić się?

Skuteczni sprzedawcy znają precyzyjne odpowiedzi na powyższe pytania. Wiedzą co i dlaczego chcą osiągnąć w sprzedaży.

Jakikolwiek kierunek, cel, czy sens pracy w sprzedaży sobie określisz – o ile będzie on konkretny i spójny z tym, co myślisz i czujesz – będzie Cię prowadził i napędzał do działania.

To odpowiedzi na pytanie „co?” i „dlaczego?” będą Cię wyrywać rano z łóżka i będą powodować, że z energią i entuzjazmem będziesz kontaktować się z klientem. Także, gdy cokolwiek pójdzie nie tak – co w sprzedaży jest naturalne – odpowiedzi na te pytania podsuną Ci inne rozwiązanie, które pomoże Ci dopiąć celu.

Zanim przeczytasz o kolejnych nawykach skutecznych sprzedawców, odpowiedz na następujące pytania:

- Co Ty chcesz osiągnąć w sprzedaży?

---

---

---

---

- Dlaczego jest to dla Ciebie ważne?

---

---

---

---

# 2

## Nawyk 2.

### Dbaj o wysoki poziom własnej energii

Podstawa to podstawa. Jeżeli chcesz zbudować wysoki budynek, musisz najpierw położyć solidne fundamenty. Zawód sprzedawcy jest wyczerpujący. Jeśli chcesz skutecznie sprzedawać, musisz zadbać o solidną dawkę energii, która będzie Cię napędzać każdego dnia.

Ona sprawi, że będzie Ci się chciało wstać rano, będziesz z entuzjazmem kontaktował się z klientem i jeszcze wystarczy Ci jej, aby świętować swoje sukcesy sprzedażowe.

Jest pięć źródeł (reaktorów) energii, z których skuteczni sprzedawcy w sposób ciągły i powtarzalny czerpią jej olbrzymie zasoby. Dzięki temu właśnie są przygotowani, aby sprzedawać więcej i efektywniej.

#### ✓ Źródło energii nr 1 to **SEN**

Wiesz, ile snu potrzebujesz, aby czuć się dobrze. Zwykle jest to między siedem a osiem godzin na dobę. Zadbaj, aby spać wystarczająco długo. Jeśli musisz rano wstać o określonej godzinie, zaplanuj, aby położyć się wcześniej. Jeśli jest Ci trudno zbilansować ilość snu w ciągu tygodnia, nadrób zaległości w weekend.

Wypoczęty umysł jest podstawowym warunkiem dobrej koncentracji. Wtedy działasz sprawniej, bardziej kreatywnie, na wyższym poziomie produktywności i sprawności. Czasem najlepszą rzeczą, którą możesz dla siebie zrobić jest zatem pójść spać.

#### ✓ Źródło energii nr 2 to **TLEN**

Tlen jest paliwem dla naszych komórek. Także – a może przede wszystkim – tych mózgowych. Wprawdzie oddychasz naturalnie, lecz zwykle są to krótkie i płytkie oddechy, które spełniają minimum zapotrzebowania naszego organizmu na tlen.

10 prostych nawyków skutecznych sprzedawców, o których prawdopodobnie nigdzie nie przeczytasz  
[Marcin Rzucidło]

Gdy tylko możesz, oddychaj głęboko, wykorzystując przeponę. W taki sposób, jak oddychasz w czasie snu (zwróć uwagę na to, gdy następnym razem będziesz chciał zasnąć).

Do tego, za każdym razem, gdy szykujesz się do kontaktu z klientem (bezpośrednio, przez telefon, czy nawet do napisania maila), wstań, rozprostuj się i weź trzy-cztery głębokie oddechy. Zaskocz siebie tym, jak pojemne są Twoje płuca. Zadbaj o to, aby tlen dotarł do najdalszych zakątków Twojego organizmu. Oddychając głęboko wyobraź sobie, że tak właśnie jest.

### ✓ Źródło energii nr 3 to **WODA**

Po tlenie, woda jest drugim podstawowym składnikiem, którego potrzebujemy do sprawnego działania. W dwóch trzecich składamy się z wody i gdy tylko jej poziom w organizmie spadnie, czujemy zmęczenie i brak motywacji. Jeżeli miewasz bóle głowy, często ich powodem jest niski poziom nawodnienia organizmu.

Dorosły człowiek powinien pić 1,5 do 2 litrów wody dziennie. Najlepsza jest woda mineralna, herbata lub naturalne soki. Uważaj na napoje gazowane i słodzone. Wbrew pozorom cukier zawarty w napojach nie daje długotrwałego efektu energetycznego.

Najlepiej zabieraj ze sobą codziennie do pracy 1,5-litrową butelkę wody, którą opróżnisz w ciągu dnia.

### ✓ Źródło energii nr 4 to **ODPOWIEDNIE ODŻYWIENIE**

Jak czujesz się po obfitym obiedzie? Twój organizm wytwarza stałą dawkę energii. Albo zostanie ona przeznaczona na myślenie, albo na trawienie. Tak samo, gdy zjesz więcej na noc, w czasie snu, zamiast odpoczywać, Twój organizm będzie mocno pracował nad strawieniem Twojej kolacji. Nic dziwnego, że rano obudzisz się zmęczony – bynajmniej nie dlatego, że spałeś krótko.

Jedz częściej i mniejsze porcje. Bilansuj dietę, aby zachować równowagę pomiędzy kategoriami żywnościowymi. Eksperymentuj i sprawdzaj, co, w jaki sposób wpływa na Twój poziom energii. W każdym razie dobre są owoce i warzywa. Oprócz wartości odżywczych są także bogate w wodę.

10 prostych nawyków skutecznych sprzedawców, o których prawdopodobnie nigdzie nie przeczytasz  
[Marcin Rzucidło]

✓ Źródło energii nr 5 to **RUCH**

Jako sprzedawca prawdopodobnie zbyt dużo czasu spędzasz siedząc w miejscu. Pracujesz w biurze lub poruszasz się samochodem. Nic dziwnego, że w pewnym momencie brakuje Ci energii.

Bierze się ona także z ruchu. Gdy się ruszasz, oddychasz głębiej, przez co więcej tlenu trafia do Twojej krwi, która szybciej rozprawdza go po organizmie. Przez co automatycznie generujesz dodatkowe turbo dla swojego działania.

Zamiast jeździć windą, korzystaj ze schodów. Jeśli jedziesz do klienta samochodem, zaparkuj go trochę dalej, aby móc się przejść. Gdy pracujesz w biurze, spaceruj (najlepiej na zewnątrz) rozmawiając przez telefon lub czytając jakiś papierowy dokument.

Zastanów się i zapisz swoje trzy nowe nawyki „energetyczne”. Możesz wykorzystać podane wyżej sugestie, lub wpisać coś swojego.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

## Nawyk 3.

# 3

## Szanuj czas

Brakuje Ci czasu? Chciałbyś go mieć więcej. Zła wiadomość jest taka, że nie będziesz go mieć więcej, ponieważ z natury czasu jest to niemożliwe.

Dobra wiadomość jest taka, że możesz poczuć, że masz go więcej. Pod warunkiem, że będziesz go efektywnie planować i wykorzystywać.

Czas jest jedynym nieodnawialnym zasobem, który masz do dyspozycji. Godzina, która minie, nie wróci. Możesz mieć więcej pieniędzy, ale nie będziesz mieć więcej czasu. Dlatego musisz go szanować.

Po pierwsze, zwracaj uwagę na to, na co przeznaczasz swój czas. Ile czasu zajmują Ci realne kontakty z klientem? Ile czasu przeznaczasz na przygotowanie ofert? Ile czasu zajmuje Ci dojazd do klienta? Ile czasu zajmuje Ci praca papierkowa? Ile czasu w końcu zajmują Ci rzeczy, które nie są związane z Twoją pracą, nie przybliżają Cię do realizacji Twoich celów, jednak spędzasz na nie swój czas?

Zrób Remanent Czasu, który pokaże Ci, na co poświęcasz swój czas. Wyniki tego remanentu mogą być dla Ciebie zaskakujące. Wykorzystaj do tego ćwiczenia wzór dokumentu w załączniku. Policz, ile czasu zajmują Ci poszczególne czynności a następnie zdecyduj, czy ten czas jest uzasadniony. Jeśli nie, zmień to. Ogranicz czas na niepotrzebne czynności lub w ogóle z nich zrezygnuj. Skup się na tych działaniach, które są najważniejsze – w stopniu najwyższym przybliżają Cię do realizacji Twoich celów.

Planuj swój czas skrupulatnie. Nie planujesz, improwizujesz. W przeciwieństwie jednak do muzyki (gdzie improwizować też trzeba potrafić), w sprzedaży brak planu działania jest receptą na porażkę.

Zapisuj, co masz do zrobienia, zaplanuj ile czasu na to poświęcisz, porozkładaj to w blokach w ciągu dnia. Tak, aby maksymalnie efektywnie wykorzystać swój czas. Sprawdzaj, czy Twoje założenia były prawidłowe. Modyfikuj swoje podejście, jeśli widzisz możliwość podniesienia efektywności wykorzystania czasu.

10 prostych nawyków skutecznych sprzedawców, o których prawdopodobnie nigdzie nie przeczytasz [Marcin Rzucidło]



Najtrudniejsze rzeczy wykonuj najpierw i gdy Twój poziom energii jest najwyższy. Nie odwlekaj działania (np. pierwszego telefonu do klienta, bo godzina 9 to za wcześnie). Maksymalizuj czas, który przeznaczasz bezpośrednio na sprzedaż.

Skuteczni sprzedawcy zadają sobie ciągle następujące pytanie: Jak mogę najlepiej wykorzystać ten czas, którym mam teraz do dyspozycji? Bez względu na to, czy jest to dzień, godzina, czy piętnaście minut.

Od dzisiaj Ty także takie pytanie będziesz sobie zadawać.

LISTA KONTROLNA. Zaznacz poniżej te stwierdzenia, które są prawdziwe w Twoim przypadku. Im więcej ich zaznaczysz, tym lepiej organizujesz swoją pracę i wykorzystujesz czas.

- Mam spisaną listę celów, które chcę osiągnąć
- Mam spisaną listę, na której znajdują się rzeczy, które mam do zrobienia
- Wiem, jakie rezultaty mają przynieść moje działania
- Wiem, które z rzeczy, które mam do zrobienia są ważniejsze, a które mniej
- Planuję swój dzień rozpisując rzeczy, które mam do zrobienia na papierze lub w komputerze
- Planując czas, jestem przygotowany na nieoczekiwane wydarzenia
- Zwracam uwagę na to, czy „kręcę się w kółko”, czy też sprawnie „posuwam rzeczy do przodu”
- Gdy coś robię, skupiam się na robieniu tej jednej rzeczy i nie rozpraszam się
- Nie staram się robić kilku rzeczy na raz
- Wiem, na co przeznaczam mój czas
- Jestem świadomy wszystkich rzeczy, które „kradną” mój czas
- Ciągle szukam możliwości lepszego wykorzystania swojego czasu

# 4

## Nawyk 4.

### Nie mów, tylko pokazuj

Swojemu klientowi możesz powiedzieć (i napisać) cokolwiek. Będzie to miało jednak znaczenie tylko wtedy, gdy faktycznie będziesz się w ten sposób zachowywać.

Ludzie (klienci) oceniają Cię po Twoich zachowaniach. Słuchają tego, co mówisz, tylko wtedy, gdy jest to spójne z tym, co robisz.

Cokolwiek obiecasz, zrealizuj.

Cokolwiek zadeklarujesz, musi to być prawdą.

Cokolwiek jest Twoją wartością, musisz tym żyć.

W ten sposób budujesz swój wizerunek, swoją markę, którą klienci muszą kupić zanim kupią cokolwiek od Ciebie. Aby klient kupił cokolwiek od Ciebie, najpierw musi kupić Ciebie.

Twoje zachowania określają to, kim jesteś w oczach klienta. Jeżeli chcesz być postrzegany jako wiarygodny, musisz w sposób wiarygodny się zachowywać. Jeżeli chcesz być postrzegany jako ekspert, musisz potrafić jasno komunikować swoją szeroką wiedzę na dany temat. Jeśli chcesz być postrzegany jako osoba przekonująca, Twój głos i Twoja postawa muszą to właśnie ilustrować.

W jaki sposób chciałbyś być postrzegany przez swoich klientów? Napisz pięć słów lub określeń, którymi chciałbyś, aby Twoi klienci Cię opisali, gdybym się ich zapytał o Ciebie.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Zastanów się teraz na określonych zachowaniach, nawykami, rzeczami, które możesz zrobić, aby Twój klient zauważył właśnie te Twoje cechy, które powyżej wypisałeś.

Jestem...	Zachowania, które widzi klient, i które świadczą o tym, że jestem...
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	



# 6

## Nawyk 6.

### Zadawaj pytania i słuchaj uważnie

Gdy pracuję bezpośrednio ze sprzedawcami, przygotowując się do wizyty u klienta, opowiadają mi, co będą chcieli powiedzieć klientowi. Często zaskakuje ich moje stwierdzenie: „Nie mów mi, co powiesz klientowi. Powiedz mi, o co się go zapytasz.”

Zadawanie pytań i uważne słuchanie to podstawowe narzędzie skutecznego sprzedawcy.

Gdy zadajesz pytanie i uważnie słuchasz, po pierwsze, zdobywasz informacje, które następnie będziesz w stanie przetworzyć w kierunku swojej propozycji sprzedażowej. A mówiąc nie dowiesz się niczego nowego. Jest to możliwe tylko, gdy słuchasz.

Po drugie, zadając pytania i słuchając uważnie, budujesz relacje. Ponieważ wtedy Twój klient wie, że jesteś nastawiony na niego. Szybciej wtedy Ci zaufa i on z kolei będzie bardziej chętny do wysłuchania Twojej propozycji w odpowiedzi na swoje potrzeby. Relacje buduje się słuchając, nie mówiąc.

Jakie pytania Ty zadasz swojemu klientowi, gdy następnym razem będziesz z nim rozmawiać?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Zawsze prowadź klienta do deklaracji

W filmie „Glengarry Glen Ross” Alec Baldwin wypowiada jedną z mantr sprzedażowych: „ABC - Always Be Closing” (Zawsze zamykaj sprzedaż). To duże uproszczenie. Skuteczni sprzedawcy wiedzą, że nie zawsze klient kupi. Lecz wiedzą także, że zawsze ich zadaniem jest uzyskanie od klienta konkretnej deklaracji posuwającej sprzedaż do przodu.

Jeżeli szukasz efektywności swoich działań sprzedażowych, musisz zadbać, aby każdy Twój kontakt z klientem był krokiem do przodu w kierunku sprzedaży. Nawet jeżeli ten krok będzie mikroskopijny.

Istnieją cztery możliwe wyniki Twojego kontaktu z klientem:

1. **SPRZEDAŻ** – najbardziej pożądaný wynik, gdy klient mówi „Kupuję!”
2. **PROGRES** – drugi pozytywny wynik Twojego kontaktu, gdy decyzji zakupowej wprowadzie brak, jednak uzyskujesz od klienta deklarację, co do kolejnego, konkretnego kroku w kierunku zakupu. Może to być na przykład deklaracja przeprowadzenia testów produktu albo umówienie się na jazdę próbną.
3. **PRZECIĄGANIE** – to już wynik negatywny, gdy kontakt z klientem kończy się brakiem konkretnego kolejnego kroku. Klasycznym przykładem takiego wyniku jest sytuacja, gdy klient mówi: „Musze się zastanowić”, a Ty tą deklarację pasywnie przyjmujesz.
4. **BRAK SPRZEDAŻY** – to także wynik negatywny, ale przynajmniej bardziej konkretny niż Przeciąganie. Wiesz, że musisz swoją energię skierować gdzie indziej.

Twoim nawykiem musi być dążenie, by każdy Twój kontakt z klientem zakończył się albo „Sprzedażą” albo „Progresem”. Wtedy będziesz w stanie uznać ten kontakt za udany.

Jeżeli Twój kontakt z klientem jest „Przeciąganiem” lub „Brakiem sprzedaży”, zastanów się, co następnym razem zrobisz inaczej, aby zmienić rezultat tego kontaktu.



## Nawyk 8.

# Mierz i optymalizuj wyniki swojej pracy

Jeżeli chcesz coś poprawić, najpierw musisz to zmierzyć. Stawiając sobie cele, muszą być one mierzalne. Chociażby po to, aby wiedzieć, kiedy będziesz mógł powiedzieć, że je osiągnąłeś.

Każdy skuteczny sprzedawca wie, na jakich wskaźnikach (wynikach) efektywności swojej pracy ma się skupiać. W zależności od rodzaju sprzedaży, mogą to być:

- ✓ Liczba klientów, których obsługuję
- ✓ Liczba nowych klientów, których pozyskuję
- ✓ Liczba faktur, które wystawiam
- ✓ Średnia wartość faktury, którą wystawiam
- ✓ ...

W końcu

- ✓ Wolumen lub wartość sprzedaży, którą generuję

Skuteczni sprzedawcy skupiają się na konkretnych wskaźnikach, które obrazują na jakim poziomie jest realizacja ich działań sprzedażowych. Dla każdego z tych wskaźników mają określone cele, które mają osiągnąć. Na bieżąco (miesięcznie, tygodniowo lub nawet dziennie) monitorują również swoją realizację. Gdy wynik dla danego wskaźnika odbiega od celu, od razu podejmują działania korygujące.

Pomyśl o tym, jak o samolocie, który podchodzi do lądowania. Jest kilka kluczowych parametrów i ich wartości, które muszą być spełnione. Jeśli będą, samolot wyląduje bezpiecznie. Jeśli nie, lepiej szybko je skorygować, aby nie znaleźć się w kłopotcie.



Jakie wskaźniki (wyniki) w Twoim przypadku będą świadczyć o zdrowiu Twojej sprzedaży?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Jakie cele dla tych wskaźników wyznaczysz?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Jakie działania korygujące możesz podjąć, gdy któryś z nich będzie odbiegał od celu?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# 9

## Nawyk 9.

### Stawiaj na własny rozwój zawodowy

„Kto się nie rozwija, faktycznie się zwija.” Ponieważ nawet jeśli stoisz w miejscu, to faktycznie się cofasz, ponieważ cały świat idzie do przodu. Do przodu idą Twoi klienci, Twoi konkurenci, Twoja firma. Nie możesz być jedyną osobą, która zostaje w tyle.

Sprzedawcy, którzy osiągają sukcesy, jako jeden z priorytetów stawiają sobie, by ciągle rozwijać swoje umiejętności. Zarówno te twarde związane z branżą w której funkcjonują, jak i te miękkie związane ze sposobem, w którym sprzedają. To pozwala im zachować konkurencyjną przewagę oraz budować dodatkową wartość w oczach klienta.

Czytają książki i publikacje, które dają im dodatkową wiedzę. Oglądają filmy, które pokazują im nowe narzędzia. Słuchają programów audio (zwłaszcza, gdy sporo czasu spędzają w samochodzie), które podpowiadają im nowe rozwiązania. Uczestniczą w szkoleniach, które uczą ich nowych umiejętności.

I nie tylko poznają nowe rzeczy, lecz także je stosują.

Wszystko, co nowe jest na początku trudne. Jednak jeżeli chcesz coś przyswoić, musisz dać sobie szansę. Dobra wiadomość jest taka, że czegokolwiek chcesz się nauczyć, potrafisz to zrobić. Musisz tylko spróbować i konsekwentnie to stosować.

Tylko wtedy będziesz w stanie się rozwijać, wzbogacać swój repertuar technik sprzedażowych. Tylko wtedy dasz im szansę, by pomogły Ci sprzedawać więcej i efektywniej.

Pomyśl o jakiejś technice sprzedażowej, podejściu, rozwiązaniu, którą poznałeś ostatnio, jednak z jakiś powodów nie zastosowałeś. Być może obawiałeś się, że nie dasz rady, że popełnisz błąd, że coś zepsujesz. Cóż, nigdy się tego nie dowiesz, jeśli nie spróbujesz.

Prawdopodobnie masz kontakt z klientami, którzy z dużą dozą prawdopodobieństwa nie kupią od Ciebie. Może potraktuj kontakty z nimi jako poligon doświadczalny, gdzie będziesz testować nowe rozwiązania. W sumie nie tracisz nic, a możesz przećwiczyć narzędzie, które opanowane będzie Ci służyć w kontaktach z tymi klientami, z którymi będziesz współpracować sprzedażowo.

Jeżeli nie masz czasu, aby zainwestować we własny rozwój, jest to najważniejszy powód, dla którego ten czas powinieneś znaleźć. Ponieważ wtedy rozwiniesz się w ten sposób, że go wygospodarujesz, jeszcze lepiej realizując swoje zadania sprzedażowe.

Co w ciągu ostatnich trzech miesięcy zrobiłeś, aby rozwinąć swoje kompetencje sprzedażowe?

- ✓ Jakie książki lub artykuły przeczytałeś?
- ✓ Jakie filmy obejrzałeś?
- ✓ Jakich programów audio posłuchałeś?
- ✓ Na jakim szkoleniu byłeś?
- ✓ Z kim na temat swojego rozwoju porozmawiałeś?

Nawet jeśli odpowiedź na te pytania nie są twierdzące, pamiętaj, że kolejne trzy miesiące są przed Tobą.

Zatem, co w ciągu kolejnych trzech miesięcy zrobisz, aby się rozwijać?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Zakończenie – Jak pracować z tymi nawykami?

Proste nie oznacza łatwe do zrobienia. Ponieważ, jak powiedział Jim Rohn, to, co jest łatwe do zrobienia jest również łatwe do nie zrobienia.

Wiedzieć, co robić, to jedno. Robić, co się wie, to drugie.

Przecież chcesz sprzedawać więcej, prawda?

Te 10 nawyków ma Ci w tym pomóc.

A oto sposób na pracę z tymi nawykami.

Nie rzucaj się na nie wszystkie od razu. Poniżej znajdziesz listę ich wszystkich. Przy każdym z nich wpisz liczbę, która odpowiada kolejności, w której chciałbyś je opanować. Użyj skali od 1 do 10, gdzie 1 to priorytet pierwszy, 10 to nawyk do przyswojenia na końcu.

- Wiedz, czego chcesz w sprzedaży
- Dbaj o wysoki poziom własnej energii
- Szanuj czas
- Nie mów, tylko pokazuj
- Dawaj zanim weźmiesz
- Zadawaj pytania i słuchaj uważnie
- Zawsze prowadź klienta do deklaracji
- Mierz i optymalizuj wyniki swojej pracy
- Stawiaj na własny rozwój zawodowy
- Nie poddawaj się!

Gdy masz już listę nawyków skutecznych sprzedawców ułożoną w kolejności odpowiadającej Tobie, zastanów się i zapisz(!), co konkretnie w ramach danego nawyku będziesz chciał robić.

Pracuj z jednym nawykiem tygodniowo. W ciągu tygodnia skup się na wyrobieniu tylko jednego z nich. To da Ci odpowiedni poziom koncentracji na tym, co chcesz zmienić w swoim zachowaniu. Na początku będziesz musiał zwracać uwagę na to, co

robisz. Jednak z każdym powtórzeniem zobaczysz, że jest łatwiej, że zaczynasz robić rzeczy automatycznie – że przyswajasz nawyk.

Po tygodniu powtarzania zachowań i czynności, które w ramach tego nawyku określiłeś, powinien on być już na tyle silny, abyś mógł przejść do kolejnego.

Podziel się koniecznie ze mną swoimi obserwacjami, uwagami i sukcesami.

Jeżeli masz też jakieś pytania, odpowiem na nie z przyjemnością.

Czekam na wiadomość od Ciebie (m.rzucidlo@mr-db.pl) i życzę Ci wszystkiego, co dobre 😊

*Marcin Rzucidło*

# Załącznik – Remanent czasu

Aby dowiedzieć się, na co przeznaczasz swój czas, wykorzystaj załączony wzór, aby w piętnastominutowych interwałach zapisywać, co w tym czasie robiłeś. Te piętnastominutowe odcinki czasu dadzą Ci świeże wspomnienie tego, na co faktycznie przeznaczyłeś czas. A to z kolei pozwoli Ci ocenić, czy był on przeznaczony na te czynności, na które powinien być przeznaczony.

Rób remanent czasu regularnie, tak, aby monitorować jego wykorzystanie oraz zauważyć – tak zakładam – postęp w efektywności jego wykorzystania.

Remanent mojego czasu		data:
czynności/działania wykonywane w tym czasie		
07:00		
15		
30		
45		
08:00		
15		
30		
45		
09:00		
15		
30		
45		
10:00		
15		
30		
45		
11:00		
15		
30		
45		
12:00		
15		
30		
45		
13:00		
15		
30		
45		
14:00		
15		
30		
45		
15:00		
15		
30		
45		
16:00		
15		
30		
45		
17:00		
15		
30		
45		
18:00		
15		
30		
45		
19:00		
15		
30		
45		
20:00		

# O mnie

Nazywam się Marcin Rzucidło.

*Wierzę, że ludzie, firmy i organizacje potrafią się zmienić.  
Wierzę, że potrafią żyć, pracować i funkcjonować lepiej.  
Wierzę, że mogę im w tym pomóc.  
Dlatego szkole, doradzam i rozwijam.*



Jestem transformerem. Pomagam ludziom zmieniać sposób myślenia i sposób działania. Tak, aby mogli osiągać więcej. Cokolwiek to 'więcej' dla nich oznacza.

Robię to jako autor, mówca, trener, coach i doradca.

Od ponad 20 lat interesuję się tym, co powoduje, że ludzie są w stanie osiągać więcej. Co powoduje, że – według własnych standardów i/lub standardów innych ludzi – osiągają sukces? Zarówno osobisty, jak i zawodowy. Co powoduje, że mogą powiedzieć: „Tak, udało mi się. Jestem tym, kim chciałbym być. Robię to, co chciałbym robić. Mam to, co chciałbym mieć.”?

Właśnie podejście, zachowania i umiejętności prowadzące do osiągnięcia takiego stanu są moją pasją i treścią mojej pracy. Odkrywam je, sprawdzam, a następnie dzielę się nimi z ludźmi, z którymi mam przyjemność spotykać się i pracować.

Narzędzia i rozwiązania, które Tobie proponuję dzielę dla porządku na dwa obszary: rozwoju (osobistego i zawodowego) oraz sprzedaży. Przekonasz się jednak, że wiele z nich jest zaskakująco wspólnych, wzajemnie się uzupełniających i skutecznie wspierających.

Zapraszam Cię na [www.MarcinRzucidlo.pl](http://www.MarcinRzucidlo.pl)