

VEACESLAV BOGDANOV

# AGENDA UNUI VÂNZĂTOR DE SUCCES, SAU MOTIVAREA VÂNZĂRILOR



INSTRUCȚIE PRACTICĂ

**Veaceslav Bogdanov**  
**Agenda unui vânzător**  
**de succes, sau motivarea**  
**vânzărilor. Instrucție practică**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=25724231](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=25724231)*

*ISBN 9785448566578*

**Аннотация**

În cartea sa “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor” Veaceslav Bogdanov ne dezvăluie acțiunile de succes ale celor mai rezultativi și puternici vânzători. Trăsătura principală cărții acestea constă în aceea că orice vânzător își va putea găsi un suport și o ieșire din problemele de viață principale, cu care se ciocnesc vânzătorii din diferite companii. Cartea “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor” este necesară pentru fiecare vânzător.

# Содержание

Despre carte	5
Cum să folosesc această carte	6
1. Azi am o zi incredibilă, aam încheiat un contract de succes	8
2. Eu nu vreau să mă duc la serviciu	10
3. Clienți nu sunt, însă cândva aceștia au fost	13
4. Clienți nu sunt și nu cred să apară	16
5. Clienții mei nu au bani, iată de ce eu nu am vânzări	18
Конец ознакомительного фрагмента.	20

# **Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzărilor Instrucție practică**

**Veaceslav Bogdanov**

*Este dedicată tuturor vânzătorilor și administratorilor  
din Republica Moldova!*

© Veaceslav Bogdanov, 2017

ISBN 978-5-4485-6657-8

Created with Ridero smart publishing system

# Despre carte

În cartea sa “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzătorilor” Veaceslav Bogdanov ne dezvăluie acțiunile de succes ale celor mai rezultativi și puternici vânzători. Trăsătura principală cărții acestea constă în aceea că orice vânzător își va putea găsi un suport și o ieșire din problemele de viață principale, cu care se ciocnesc vânzătorii din diferite companii. Cartea “Agenda unui vânzător de succes, sau motivarea vânzătorilor” este necesară pentru fiecare vânzător, căci aceasta cu adevărat îți ușurează viața și activitatea în vânzări.

Citind cartea aceasta, Dumneavoastră veți observa că autorul propune soluții pentru situații dificile, ce apar nu numai în domeniul vânzătorilor, ci și în viața personală. Doar viața personală influențează rezultatele din domeniul vânzătorilor, iar munca în domeniul vânzătorilor influențează viața personală.

Prezenta carte a devenit o altă etapă a autorului în îmbunătățirea culturii vânzătorilor în Republica Moldova și în toată lumea rațională.

# Cum să folosesc această carte

Citind cartea aceasta pentru prima dată, citiți-o până la sfârșit. Dacă citind-o ați întâlnit un cuvânt necunoscut sau nu vă este clar sensul propoziției, folosiți-vă de dicționare. Este important să consultați dicționare la orice cuvânt necunoscut.

Fiecare din noi vrea să aibă dreptate. De aceea, citind unele articole din cartea aceasta, cineva poate să nu fie de acord, să nu recunoască greșelile comise, să simtă dorința de a critica pe cineva sau pur și simplu să evite lecturarea acestei cărți. Evadare – este o metodă cea mai răspândită între oameni pentru a soluționa o problemă. Semnele acestea ne demonstrează că Dumneavoastră neapărat trebuie să îndepliniți exercițiul practic din articolul, ce V-a sustras atenția.

Când va veni momentul, și Dumneavoastră veți fi într-o situație complicată ce ține de domeniul vânzărilor și de relațiile cu alți oameni. Deschideți conținutul acestei cărți. Găsiți în conținutul acesteia o situație asemănătoare. Găsiți pagina cu descrierea detaliată a acestei situații și citiți până la urmă exercițiul practic, propus pentru soluționarea acestei probleme. Urmați pașii cu exactitate și în ordine, în care sunt prezentate.

Toate exercițiile practice din aceasta carte sunt orientate spre un lucru individual. Uneori, acestea trebuie repetate de mai multe ori, pentru a aduce la perfecție una sau o altă abilitate.

În aceasta carte sunt descrise recomandări. Deciziile

principale Vă aparțin. Dumneavoastră decideți cât de riguros și necondiționat veți urma indicațiile acestea. Atât în situațiile ce țin de vânzări, cât și în viața personală, Dumneavoastră sunteți cea persoana, care dirijează lucrurile. Trebuie să știți să asumați aceasta responsabilitate.

Dacă știți de o modalitate mai bună pentru a se descurca în una sau alta situație, descrisă în prezenta carte, vom fi bucuroși să auzim sfaturile și recomandările Dumneavoastră.

În cazul în care nu ați găsit în aceasta carte răspunsul pentru problema sa, atunci formulați detaliat situația și o trimiteți la compania “*Maestru în vânzări SRL*”. Vom face tot posibilul pentru a Vă ajuta.

Cel mai reușit pas ce îl fac vânzătorii cu plăcere – acționează!  
Acționați!

# 1. Azi am o zi incredibilă, aam încheiat un contract de succes

O astfel de zi rămâne întotdeauna în memorie și ne aduce multe momente plăcute. Într-o zi ca aceasta, simți dorința de a dansa, distra și să te bucuri de viață. Așa și se întâmplă. Mulți din vânzători vor fi de acord, că n-ar fi rău ca zile ca acestea să se repete cât mai des. Ce trebuie să faci pentru aceasta? Cum să menții senzația aceasta de drive și spiritul jocului? Anume despre aceasta este articolul dat.

**Scopul:** creșterea zilelor incredibile și numărul tranzacțiilor de succes.

## ***Exercițiul practic:***

Continuați să vindeți neîncetat.

În primul rând, încheind o tranzacție de succes nu trebuie să vă opriți. Unii vânzători în acest moment se opresc și consideră că planul pentru toată luna a fost îndeplinit și se poate să te odihnești.

Acțiunea cea mai nereușită va fi anume aceasta. Să vă relaxați.

Când aveți o dispoziție la maxim – este momentul cel mai potrivit pentru a încheia încă câteva tranzacții bune. Anume în acest moment, când ați simțit că ați realizat ceva neobișnuit. Da,

da. Anume în momentul acesta trebuie să intrați în contact cu clienții noi. Acum e momentul când aveți multe șanse să Vă mai găsiți câțiva clienți buni.

Închipuiți-Vă. Fiind într-o stare bună de spirit ați continuat să căutați clienții noi și ați găsit încă câțiva clienți buni, precum era primul. Știți ce se va întâmpla? Aceasta zi nu o veți uita niciodată. Veți fi întotdeauna mândri de rezultatele acestea. Chiar dacă veți decide să Vă schimbați locul de muncă, angajatorul Dumneavoastră cu plăcere va angaja lucrătorul cu astfel de rezultate. Căci angajatorii sunt interesați să-și găsească anume lucrătorii rezultativi. Lucrătorii care au rezultate înalte, nu rămân mult pe piața muncii.

## 2. Eu nu vreau să mă duc la serviciu

Aceasta dorință este una dintre cele mai frecvente la lucrători. Și nu se referă doar la lucrătorii din domeniul vânzării. Mulți o argumentează prin condițiile de lucru nefavorabile, îi învinuiesc în toate pe colegii săi și găsesc o mie de motive să nu se ducă la serviciu. În realitate, acestea sunt doar niște scuze rezultatul cărora este – evadare. Cauza principală se ascunde în lucrătorul însuși.

De exemplu, lucrătorul nostru de câteva ori a întârziat la serviciu. Își conștientizează că n-a procedat corect, căci astfel el încalcă regulamentul companiei. Prima ce o face, își caută o scuză. Își caută o scuză doar din motivul că nu vrea să fie acea persoană, care încalcă reguli. De exemplu, lucrătorul nostru, în cursul săptămânii, a întârziat de trei ori la serviciu. Firește că acesta conștientizează că nimeni nu mai crede în basmele și scuzele lui. Acum el nu se simte să fie membru al echipei, de aceea, el poate să înceapă să-i critice pe colegii săi. Și fiind atât de social, el nu înțelege că întârzierile lui influențează negativ echipa. El vrea să se depărteze de echipă ca cu întârzierile sale să nu aducă mai multe pierderi și să nu creeze și un haos mai mare. Și iată, lucrătorul nostru nu mai vrea să se ducă la serviciu. Dacă ați trăit cândva astfel de senzații, vă felicităm – Dumneavoastră sunteți o persoană socială.

Cauza cea mai răspândită pentru eschivarea de la serviciu este

faptul că lucrătorul a încălcat unele reguli sau condiții în privința sa, companiei, clienților companiei sau în privința altor persoane, legate nemijlocit de companie. Citind propoziția precedentă, unii pot spune că n-au încălcat nimic sau că nu poartă vina pentru acestea încălcări.

Fiecare din noi conștientizează, că cel mai greu e să-ți recunoști greșelile. Desigur, această informație se referă la lucrători, care din proprie inițiativă au decis să activeze în cadrul acestei companii. Și dorința de a nu se duce la serviciu a apărut după o perioadă de lucru în cadrul acestei companii.

**Scopul:** restabilirea dorinței de a se duce la serviciu cu plăcere.

### ***Exercițiul practic:***

Analizați sincer și obiectiv acțiunile sau inacțiunile recente ale sale care în mod direct sau indirect au legătură cu activitatea Dumneavoastră în companie. Găsiți acele reguli, care ați încălcat în privința sa sau echipei în cadrul căreia activați.

Recunoașteți, că erau cazuri, când și Dumneavoastră ați cauzat ca aceste reguli să fie încălcate. Într-adevăr, nu este ușor să recunoști, că cândva tu nu aveai dreptate. Acest lucru trebuie făcut neapărat.

Acum ne-a rămas să rezolvăm aceasta problemă.

Găsiți acele persoane, împotriva cărora ați făcut ceva incorect. Recunoașteți în fața lor acțiunile sau inacțiunile sale. Descrieți-le detaliat. Indicați, dacă e posibil detaliat: data, locul,

fapta făcută, descrieți evenimentul și definiți aceasta întocmai.

Nu scrieți “am luat fără permisiune”. Scrieți cum este “am furat”.

Acum, restituiți-i ceea ce i-ați luat sau echivalentul acestuia.

*Exemplu, cum trebuie realizat:*

Faptă: Ați observat că în fiecare zi întârziați la serviciu.

Recunoaștere: Recunoașteți că este un comportament incorect. De asemenea, recunoașteți că cândva ați decis singur să întârziați la serviciu.

Coordonare: Descrieți această faptă pe hârtie. Indicați exact zile în care ați întârziat și intervalul de timp, pentru care ați întârziat. Apropiati-vă de șeful Dumneavoastră și transmiteți-i cele scrise.

Rămâneți după lucru atâta timp, pe cât timp ați întârziat. Rămâneți chiar și mai mult timp și îl informați despre aceasta șeful Dumneavoastră.

### 3. Clienți nu sunt, însă cândva aceștia au fost

O astfel de situație poate fi urmărită la unii vânzători sau la un număr mare de departamente de vânzări. Nu vom analiza situații ce apar în cadrul echipelor. Pe noi ne interesează un lucrător anume (vânzător).

Cel mai des o astfel de situație poate fi urmărită în câteva cazuri. În primul rând, clienții dispar atunci, când vânzătorul nu trăiește cele mai fericite momente din viața sa. În al doilea rând, situațiile neplăcute apar cel mai des când lângă vânzător apar oamenii mai puțini buni. Aceștia pot fi clienți, administrația nouă, prieteni și apropiați. Oamenilor aceștia îi place să aducă știri neplăcute, să-i devalorizeze pe alți oameni, să critice și să influențeze negativ mediul său. În al treilea rând, probabil că vânzătorul însuși a luat o decizie să nu-și bată capul și să nu caute clienții noi.

Firește că mai sunt câteva situații din cauza cărora dispar clienții. În articolul acesta, vom analiza doar acestea trei motive întâlnite cel mai des.

**Scopul:** creșterea numărului de clienți la un vânzător concret sau la un manager de vânzări.

### ***Exercițiul practic:***

Aduceți-vă aminte perioada în care ați avut foarte mulți clienți.

Acum, reamintiți perioada înainte de aceasta și găsiți ceea ce ați făcut înainte ca să apară clienți.

Determinați acțiunile Dumneavoastră de succes în acea perioadă, ce au influențat creșterea vânzărilor.

Acum repetați pașii aceștia cu exactitate.

E de dorit să sporiti numărul acțiunilor de succes. De exemplu, dacă ați telefonat mult înainte să apară mulți clienți, atunci luați telefonul și îi telefonați și mai mulți clienții săi potențiali.

Dacă variantă descrisă mai sus, propusă pentru rezolvarea situației create, nu V-a ajutat, atunci realizați pasul următor.

· Găsiți momentul în care numărul de clienți a început să scadă și veți găsi cu siguranță, exact înainte de acest moment, un eveniment interesant. Acest eveniment se datorează faptului că în viața Dumneavoastră exista o persoană care a început să afecteze negativ, pe ascuns sau direct, starea Dumneavoastră mintală sau emoțională. Găsiți această persoană și întrerupeți definitiv comunicarea cu aceasta. Dacă ați întrerupt comunicarea cu aceasta, iar numărul clienților nu a crescut și viața nu s-a îmbunătățit, atunci astfel de oameni sunt mai mulți în viața Dumneavoastră și veți fi nevoit să rupeți orice legătură cu toți cei care vă influențează negativ.

· Dacă situația nu s-a îmbunătățit și de data aceasta, atunci realizați exercițiul practic descris în articolul 2 al acestei cărți.

În timp ce realizați acest exercițiu, acordați atenție acțiunilor sau inacțiunilor Dumneavoastră față de clienții Dumneavoastră. Când veți finisa de scris, sunați sau întâlniți-vă cu clienții cu care relația Dumneavoastră a fost întreruptă. Spuneți-le că anterior ați încălcat anumite reguli de comunicare. Întrebați fiecare client ce vor să obțină de la Dumneavoastră în schimbul încălcării făcute. Finisați schimbul cât mai repede posibil.

De exemplu, anterior vânzătorul nu era în starea bună de spirit, de aceea când comunica cu clienți și-a permis să se certe cu ei. Aceștia erau niște clienți foarte importanți, care îi aduceau vânzătorului nostru vânzări mari. Firește, vânzările au scăzut.

Deci, iată ce trebuie să facă vânzătorul nostru.

Să înceapă de la sine. Să-și amintească când aceasta s-a întâmplat pentru prima oară. Să-și admită, că din cauza lui a pierdut clientul. Descrieți pe hârtie în detalii acest caz. Întâlniți-vă sau contactați acest client și mărturisiți că Dumneavoastră (vânzătorul) ați făcut o greșeală și va-ți permis să fiți nepoliticos. Să dobândeți o oarecare ușurință în comunicare cu clientul dat.

Întrebați clientul ce trebuie să faceți ca vânzătorul să poată continua relația fructuoasă cu clientul său. Îndepliniți aceste cerințe în cel mai scurt timp. Îndepliniți aceste cerințe dacă acestea sunt rezonabile și admisibile. Continuați colaborarea cu acest client. Această consecutivitate a acțiunilor trebuie să fie îndeplinită în cazul fiecărui client, cu care Dumneavoastră ați rupt legătura de cumpărător – vânzător.

## 4. Clienți nu sunt și nu cred să apară

Da, această opinie nu se întâlnește foarte des, dar uneori mai apare. Este foarte ușor să rezolvați această problemă.

**Scopul:** depistarea cui îi aparține această idee și cât e de rezonabilă.

### *Exercițiul practic:*

Luați o foaie de hârtie și un stilou.

Scrieți pe (ștergeți cuvântul “acesta”) foaie numele tuturor persoanelor care au avut anterior o opinie similară.

După aceea, scrieți exact toate frazele și cuvintele pe care oamenii aceștia vi le-au spus despre lipsa clienților.

Amintiți-vă cine v-a spus această opinie pentru prima dată.

Amintiți-vă momentul când ați fost de acord cu această opinie. Analizați atent acest moment. Fiți atenți la toate detaliile acestui caz. Descrieți în detaliu acest caz din experiența Dumneavoastră.

La sfârșitul descrierii, scrieți într-o singură frază părerea Dumneavoastră. Admiteți, că nu ați avut o astfel de idee înainte.

Rupeți această bucată de hârtie în bucăți mici și uitați ideea că nu sunt clienți.

Acum acceptați opinia Dumneavoastră despre existența clienților. Plimbați-vă afară timp de cel puțin 30 de minute, analizând obiectele îndepărtate..

Dacă ați făcut tot ce este scris mai sus, veți observa că concluzia anterioară a fost făcută sub influența altor oameni. Și cel mai important, veți înțelege că acest lucru nu este adevărat.

Clienții există întotdeauna, ei trebuie doar să fie căutați în mod regulat.

Realizați exercițiul practic din articolul 12.

## 5. Clienții mei nu au bani, iată de ce eu nu am vânzări

O scuză foarte interesantă. Este distinctiv prin faptul că indică abilitatea vânzătorilor de a se uita în buzunarele clienților lor. Vânzătorii care au o astfel de opinie despre clienții lor, cel mai des au dificultăți cu bani. Foarte des se gândesc astfel: – “Dacă nu am bani, cum ceilalți oameni îi au?”.

Deci, primul de la care trebuie să începeți rezolvarea acestei situații este proprietarul acestei idei. Da, nu este ușor să recunoaștem. La urma urmei, atunci vânzătorul va trebui să recunoască faptul că greșește, acest lucru nu este întotdeauna ușor de făcut. Dar, aceasta va fi decizia corectă.

Există o lege a vieții: – “Două jumătăți la fel se atrag una spre alta”. Noi atragem pe cei asemenea nouă, de aceea schimbarea mediului nostru se începe de la noi înșine.

**Scopul:** să ne schimbăm astfel, încât să atragem clienții care au resurse financiare.

### ***Exercițiul practic:***

Descrieți acțiunile pe care le puteți face pentru a găsi mai mulți clienți noi. Începeți să acordați în fiecare zi cel puțin o oră pentru a găsi noi clienți. Posibil că la început, cineva va trebui

să se forțeze să o facă.

Schimbați-vă, exteriorul. Faceți-vă o tunsoare într-un salon de frumusețe scump. Îmbrăcați-vă astfel, cum se îmbracă clienții Dumneavoastră, care cumpăra mult și nu aduc probleme. Aranjați-vă locul de muncă și locul unde țineți prezentări. Fiți gata să primiți clienți în orice moment.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.