autorul bestsellerului internațional
Abilități de comunicare

ALLAN PEASE

Limbajul trupului este un adevărat puzzle, iar această carte este ghidul necesar pentru a pune toate piesele cap la cap.

ÎNTREBĂRILE SUNT, DE FAPT, RĂSPUNSURI

CUPRINS

Introducere 7
Luke și Mia 9
De ce am scris această carte 10
Promisiunea. 11
Turboreactorul tău personal 12

Capitolul 1. Primul pas 13
Cele cinci Reguli de Aur ale succesului 15
Regula nr. 1 Întâlnește-te cu mai mulți oameni 16
Regula nr. 2 Întâlnește-te cu mai mulți oameni 17
Regula nr. 3 Întâlnește-te cu mai mulți oameni 17
Regula nr. 4 Folosește legea probabilității 17
Ține evidența proporțiilor 19
Automatul meu personal de pocher de 9 dolari 20
Țintește marile ocazii 21
Regula nr. 5 Îmbunătățește-ți media 22
Medii în Rețelele de Vânzări Directe 23

Capitolul 2. Cum să obții un „da“ 27
Tehnica celor „Patru Chei“ 29
De ce obiectează oamenii 30
Cele „Patru Chei“ ale cufărului cu comoara
Rețelelor de Vânzări Directe 31
De ce cumpără oamenii? 33
De ce nu s-a alăturat Ron 34
Judecata greșită a lui Jan 36
Cum descoperi Factorul Motivațional Primar 37

Angie îi întâlnește pe Ray și Ruth 39
Cum a spart Bruno o nucă tare 43
Cum a fost instruit stomatologul 45
Clientul potențial fără priorități 49
Puterea tăcerii 50
Cum să desparți oile de capre 50
Utilizarea listei într-un grup 51
Arată planul 52
De ce funcționează acest sistem 54

Capitolul 3. Șase strategii pentru o prezentare convingătoare 57

Strategia nr. 1. Construirea de punți 59
O poveste de viață adevărată: Cum a încălzit Sue un pește rece 59
Limbajul trupului în timp ce asculți 62
Strategia nr. 2. Tehnica Aprobării cu Capul 64
Strategia nr. 3. Micile încurajări 66
Strategia nr. 4. Cum să-ți menții controlul asupra ochilor 67
Strategia nr. 5. Oglindirea 69
Maimuța vede, maimuța face 70
Crearea unor bune conexiuni 71
Diferențele dintre bărbați și femei în ceea ce privește oglindirea 72
Strategia nr. 6. A păși în ritm 74

Capitolul 4. Șase tehnici extraordinare pentru a lăsa o impresie pozitivă 77

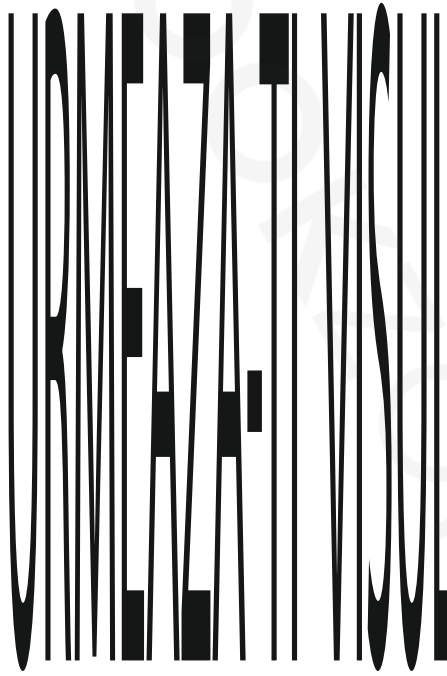
Tehnica nr. 1. Puterea palmei 79
Tehnica nr. 2. Strângerea mâinii 81
Cum să creezi o legătură printr-o strângere de mână 83
Strânsul mâinii care trebuie evitat 84
Tehnica nr. 3. Ce să faci cu mâna stângă 84

Tehnica nr. 4. Puterea zâmbetului 85
Tehnica nr. 5. Respectul teritorial. 86
Un subiect sensibil 87
Tehnica nr. 6. Îmbracă-te astfel încât să ai succes 87

Capitolul 5. Limbajul trupului —
cum să citești semnele 91

Cele trei reguli de a citi Limbajul Trupului. 94
Regula nr. 1. Citirea ansamblului 94
Regula nr. 2. Ia în considerare contextul 95
Regula nr. 3. Recunoaște diferențele culturale 96
De ce femeile sunt receptori mai buni 97
Cum să înveți să citești Limbajul Trupului 98
Un scurt ghid al Limbajului Trupului 99
Brațele încrucișate. 99
Probleme de cauză și efect. 101
Atingerea feței-cu-mâna 103
Semnale pozitive ale trupului 105
Semnale negative ale trupului. 108
Un ansamblu tipic. 111
În concluzie 112

CAPITOLUL 1
Primul pas



AȘA CUM SE ÎNTÂMPLĂ deseori în viață, doar câțiva oameni pot să privească desenul de la începutul capitolului și să-i deslușească clar înțelesul. Pentru un ochi neantrenat, el nu e decât o serie de linii care n-au niciun înțeles. Dar atunci când vei învăța cum să citești printre rânduri, îți vei da seama că nu trebuie decât să-ți modifici puțin perspectiva pentru a descoperi răspunsul. Exact acest lucru te voi învăța eu să-l faci prin această carte. (Înclină pagina cu fața în jos, îndepărteaz-o puțin de tine și închide un ochi.)

Cele cinci Reguli de Aur ale succesului

La frageda vârstă de 11 ani, mi s-a cerut să vând din casă în casă bureți de spălat vase și să ajut astfel la colectarea banilor necesari pentru construcția unei cabane pentru trupa mea de cercetași. Șeful cercetașilor, un om bătrân și înțelept, mi-a divulgat atunci un secret; l-am numit **legea consecvenței**. Am trăit după această lege și garantez că oricine se va ține de ea va avea succes în cele din urmă. Îți voi repeta această lege exact așa cum am auzit-o și eu: „Succesul este un joc — cu cât joci de mai multe ori, cu atât câștigi de mai multe ori. Și cu cât câștigi de mai multe ori, cu atât vei juca mai bine."

Să aplicăm această lege la Rețeaua de Vânzări:

„Consecința faptului că vei cere mai multor oameni să ți se alăture este aceea că mai mulți oameni ți se vor alătura — cu cât vei cere de mai multe ori oamenilor să ți se alăture, cu atât vei ști mai bine cum să le ceri acest lucru." Cu alte cuvinte, trebuie să ceri multor oameni să ți se alăture.

Regula nr. 1
Întâlnește-te cu mai mulți oameni

Aceasta este cea mai importantă regulă. Vorbește cu oricine va sta destul timp să te asculte. Nu deveni un căutător snob sau asemenea jucătorului de cărți care-și caută norocul în alte cărți decât cele din mână. Dacă te surprinzi spunând, când cauți prin lista ta de clienți probabili, „ei sunt prea bătrâni, …prea tineri, …prea bogați, …prea săraci, … prea rezervați, …prea inteligenți" etc., etc., atunci urmezi o pistă ce duce la eșec. În primele stadii ale construcției afacerii tale, trebuie să comunici cu oricine, pentru că ai nevoie de practică. Când vorbești cu toți despre afacerea ta, legea probabilității arată că vei avea succes, întrebarea va fi doar **cât de mult** succes. Nu există nicio problemă de care te-ai putea lovi în afacerea ta care să nu poată fi rezolvată prin creșterea activității. Dacă te simți deprimat de felul cum merge viața ta, simplu, dublează numărul de prezentări. Dacă afacerea ta nu se construiește pe cât de repede ai fi vrut, crește randamentul. Creșterea activității este un medicament universal pentru cele mai multe dintre îngrijorările pe care le vei avea. **Vorbește cu toată lumea.** Aceasta este prima regulă.

Regula nr. 2
Întâlnește-te cu mai mulți oameni

Continuă să chemi oameni. Poți fi cel mai bun prezentator din oraș, dar dacă nu întâlnești suficient de mulți clienți potențiali, ai ieșit din afacere. Poți să fii un excelent organizator și să ai o personalitate puternică, dar fără un volum semnificativ de prezentări, nu vei fi mai mult decât mediocru. Vorbește cu toată lumea.

Regula nr. 3
Întâlnește-te cu mai mulți oameni

Mulți dintre agenții unei rețele trec prin afacere doar dându-și ifose și nu își ating niciodată potențialul. Ei cred că acest lucru se întâmplă din cauza clienților pe care nu i-au convins. Dar nu e adevărat — este din cauza clienților pe care nu i-au întâlnit.

Spune continuu povestea ta. Dacă te vei supune doar acestor trei reguli, te vei bucura de un succes înspăimântător!

Regula nr. 4
Folosește legea probabilității

Legea probabilității guvernează succesul oricărei activități din viață. Asta înseamnă că dacă vei face același lucru, în același fel, de mai multe ori, în aceleași circumstanțe, vei avea un set de rezultate care vor rămâne totdeauna constante.

De exemplu, probabilitatea ca un automat de jucat pocher care funcționează cu fise de un dolar să plătească este în jur de 10:1. Pentru 10 apăsări pe buton, vei primi un câștig total între 60 de cenți și 20 de dolari. Șansa de a avea un câștig între 20 de dolari și 100 de dolari este de 118:1.

Aici nu e implicată nicio abilitate omenească; automatul este programat să plătească pe bază de probabilități sau procentaje.

În afacerile cu asigurări, am descoperit o probabilitate de 1:56. Asta înseamnă că dacă merg în stradă și pun o întrebare negativă precum: „Nu vrei să cumperi o asigurare de viață?“ — o persoană din 56 va răspunde „Ba da“. Asta înseamnă că dacă pun această întrebare de 168 de ori pe zi, am vândut 3 polițe în acea zi și sunt între primii 5% dintre agenții de vânzări!

Dacă stai la colțul străzii și spui oricui trece pe lângă tine: „N-ai vrea să mi te alături într-o afacere în rețea?“, legea probabilității îți va da un rezultat. Poate unul dintr-o sută îți va răspunde „da“. Legea probabilității funcționează întotdeauna.

Când eram copil și vindeam bureți pentru spălat vase din ușă în ușă, cu 20 de cenți bucata, media mea era de

10:7:4:2.

Pentru fiecare 10 uși la care băteam între orele 4:00 p.m. și 6:00 p.m., 7 locatari răspundeau la ușă, 4 dintre ei îmi ascultau prezentarea și 2 cumpărau un burete, așa că făceam 40 de cenți, ceea ce însemna o mulțime de bani în 1962, mai ales pentru vârsta de 11 ani. Băteam cu ușurință la 30 de uși într-o oră, astfel încât în două ore făceam 12 vânzări, care însemnau 2,4 dolari. Pentru că înțelesesem cum funcționează legea probabilității, nu m-am îngrijorat niciodată din cauza celor 3 uși care nu s-au deschis, a celor 3 oameni care n-au vrut să-mi audă prezentarea sau a celor 2 care nu cumpărau. Tot ceea ce știam era că dacă

bat la 10 uși, fac 40 de cenți. Asta însemna că de fiecare dată când băteam la o ușă câștigam 4 cenți, indiferent de ce s-ar fi întâmplat.

Acest fapt a constituit o puternică motivație pentru mine — bătând la oricare 10 uși, câștigam 40 de cenți! Succesul ținea acum doar de repeziciunea cu care puteam să bat la acele uși.

Ține evidența proporțiilor

Ținerea unei evidențe a mediilor și a statisticilor înregistrate în activitatea mea de vânzări a constituit o motivație puternică. Curând, nu mi-a mai păsat dacă o ușă nu se deschidea sau dacă cineva nu cumpăra. Atât timp cât băteam la o mulțime de uși și făceam prezentări, aveam succes. Acum, mă puteam relaxa și mă puteam distra bătând la uși.

Ținând o evidență a mediilor și statisticilor înregistrate, te menții optimist și mereu în priză.

Aceasta este cheia sprijinirii motivației și doar așa te vei descurca cu refuzurile. Când te concentrezi asupra probabilităților, restul nu te mai supără. Ești motivat să suni la o altă ușă cât mai curând posibil. Fără o înțelegere a legii probabilității, nu vei fi motivat de ceea ce ți se va întâmpla în clipa următoare. Dacă cineva îți spune „nu“, s-ar putea să-ți pierzi speranța. Când accepți și înțelegi legea probabilității, nimic din acestea nu mai contează. Ținând o evidență a ușilor/prezentărilor/noilor membri, îți vei dezvolta cu repeziciune un set propriu de medii.

Automatul meu personal de pocher de 9 dolari

Când eram adolescent, aveam o slujbă de seară constând în vânzarea de oale, cratițe, lenjerie de pat și pături prin livrare la domiciliu.

Proporția mea era de

5:3:2:1.

Pentru fiecare 5 clienți probabili cărora le dădeam telefon, cu 3 stabileam o întâlnire. Aveam șansa să fac o prezentare de produse doar la 2 dintre ei, pentru că al treilea fie nu mai răspundea, fie anula întâlnirea, fie nu asculta sau avea o altă obiecție care era dincolo de controlul meu.

Dintre cei 2 care ascultau, 1 cumpăra, iar eu mă alegeam cu 45 de dolari. Astfel, la fiecare 5 oameni pe care-i sunam, rămâneam cu 45 de dolari comision, ceea ce echivala cu 9 dolari pentru fiecare telefon dat.

Asta însemna că fiecare „da“ la telefon echivala cu 15 dolari câștigați, indiferent dacă ei cumpărau sau nu, ori dacă se arătau la întâlnire sau nu. Și indiferent de ceea ce îmi spuneau la telefon. Uau! Asta era fantastic!

Am desenat un semn mare înăuntrul căruia am scris cifra de 9 dolari și l-am plasat în apropierea telefonului. La fiecare persoană care răspundea când îi telefonam, câștigam 9 dolari. Pentru oricine spunea „da“ când îi ceream o întâlnire, mă alegeam cu 15 dolari. Asta însemna că aveam un control complet asupra destinului meu! Mulți alți agenți de vânzări s-ar fi simțit deprimați dacă un client potențial ar fi spus „nu“. Curând, am ajuns agentul de vânzări numărul unu al companiei, la nivel național.

Media mea de 5:3:2:1, tradusă în:

Convorbiri telefonice:	9 dolari
Întâlniri:	15 dolari
Prezentări:	22,50 dolari
Vânzări:	45 dolari

N-am căutat niciodată oameni care ar putea cumpăra de la mine. Principalul meu scop era de a da telefoane clienților potențiali.

Aceasta este cheia. Nu te duce să cauți noi distribuitori de produse — caută clienți potențiali care să-ți asculte prezentările. Legea probabilității va veni după tine.

Ținteşte marile ocazii

La vârsta de 20 de ani, am intrat în afacerea asigurărilor de viață ca agent de vânzări. La 21 de ani, eram cea mai tânără persoană care a vândut asigurări de peste 1 milion de dolari în primul an și m-am calificat pentru Clubul Mesei Rotunde de Un Milion de Dolari.

Media mea era

10:5:4:3:1.

Pentru fiecare 10 clienți potențiali care răspundeau la telefon, 5 erau de acord cu o întâlnire, unul nu-și ținea cuvântul, așa că ajungeam să văd doar 4. Dintre aceștia 4, reușeam să termin prezentarea doar pentru 3, 1 dintre ei cumpăra, iar eu făceam 300 de dolari. Mă concentram totdeauna să găsesc 5 oameni care să spună „da“, acceptând o întâlnire. Nu m-am concentrat niciodată asupra clienților potențiali care nu se mai prezentau la întâlnire pentru

interviu sau asupra celor 2 care nu cumpărau. Aceste evenimente erau doar o parte necesară a procesului de a găsi un cumpărător. De fapt, dacă un client potențial nu se mai prezenta la interviu, nu mă supăram, pentru că era în plan ca unul să lipsească de la întâlnire, așa că atunci când se întâmpla acest lucru, eu tot câștigam 60 de dolari.

Ești în afaceri cu cifre.

Știam că dacă 10 oameni răspund la telefon, iar 5 sunt de acord să mă vadă, voi sfârși cu un comision de 300 de dolari în buzunar. Asta echivala cu 30 de dolari câștigați de fiecare dată când un client potențial răspundea la telefon.

Media mea de 10:5:4:3:1, tradusă în:

Convorbiri telefonice:	30 dolari
Întâlniri:	60 dolari
Prezentări:	75 dolari
Prezentări terminate:	100 dolari
Vânzări:	300 dolari

La vârsta de 21 de ani, aveam propria casă, conduceam un model recent de Mercedes-Benz și aveam un stil de viață foarte confortabil. Acum era vorba doar de o simplă chestiune de rutină și singura problemă era cât de des puteam găsi grupuri de 5 clienți potențiali care să spună „da“ la telefon atunci când îi invitam la întâlnire.

Regula nr. 5
Îmbunătățește-ți media

În afacerea cu asigurări, știam că de fiecare dată când ridic receptorul și vorbesc cu cineva — cu oricine —, câștig

30 de dolari. Totuși, proporția mea de 5 întâlniri fixate la 10 telefoane date nu era îndeajuns de bună în opinia mea, pentru că asta însemna că pierd prea mulți clienți potențiali. Aveam nevoie de un sistem care să producă cel puțin 8 întâlniri la 10 convorbiri. Acest lucru însemna că nu mai trebuia să caut clienți potențiali cu tot atâta asiduitate precum o făcusem până atunci pentru că nu reușeam să-i conving pe mai mulți la telefon.

Raportul dintre întâlniri și prezentări în cazul meu era de 5:4, ceea ce însemna că 20% dintre clienții mei potențiali renunțau, astfel că aș fi putut suplini această lipsă dacă aș fi telefonat unor clienți potențiali *mai bine aleși*. Raportul dintre prezentări și prezentări încheiate, de 3:1, putea, de asemenea, să fie îmbunătățit. Știam totuși că și dacă **nu voi schimba nimic**, tot voi câștiga 30 de dolari de fiecare dată când voi ridica receptorul.

Legea probabilității va funcționa totdeauna pentru tine.

Ținerea evidenței proporțiilor te menține rațional, îți spune unde ai nevoie de îmbunătățiri și-ți arată cât succes poți avea. Te lasă să te concentrezi asupra activităților care îți aduc rezultate, nu asupra a ceea ce urmează să ți se întâmple.

Medii în Rețelele de Vânzări Directe

Am pregătit agenți de vânzări în Rețea încă din anii ’70 și am colectat rezultatele obținute de indivizi și de organizații care au ajuns la cotele înalte ale succesului.

Media într-o Rețea de Vânzări Directe este

10:6:3:1.

Din fiecare 10 clienți probabili care ți-au ascultat prezentarea, 6 au fost interesați de ea și au spus că vor intra în afacere. Jumătate dintre aceștia au intrat într-adevăr, iar dintre cei 3, unul a avut succes, unul s-a pierdut pe drum, iar altul a continuat doar să cumpere produse. Deci, la fiecare 10 prezentări ale planului, vei obține 1 distribuitor productiv pe termen lung.

Iată acum marea întrebare:

Cât de mult timp îți va lua să vorbești cu 10 oameni despre afacere?

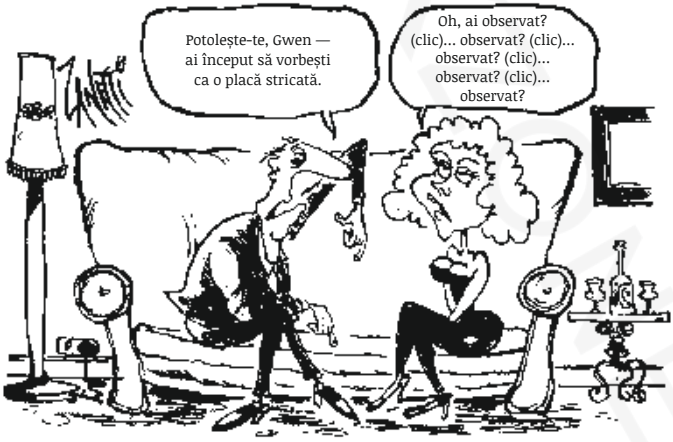
Răspunsul tău la această întrebare va determina propria ta rată de dezvoltare. În afacerea asigurărilor de viață, **oricine** a vândut asigurări de 1 milion de dolari — doar că unora le-a luat mai mult timp decât altora. Unora le-a luat 3–5 ani, în timp ce alții au atins acest prag într-un an — aceștia sunt cei care au avut parte de recompense și premii. Am devenit atât de organizat în a mă vedea cu oameni, încât puteam să vând de 1 milion la fiecare 12 săptămâni! Așa că era vorba de o **problemă de planificare** — nu de o problemă de vânzare! Rețeaua de Vânzări Directe este exact la fel. Motivul pentru care atât de mulți agenți de vânzări din Rețea eșuează în a atinge niveluri înalte de succes nu ține de clienții potențiali pe care nu i-au convins — ține de clienții potențiali cu care **nu s-au văzut**! Dacă vrei să-ți dublezi rezultatele imediat, iată răspunsul:

Întâlnește-te anul acesta cu clienții potențiali de anul viitor.

Anul viitor, vei convoca noi clienți potențiali pentru a le povesti despre afacere; corect, nu-i așa? Ei bine, cheamă-i mai **devreme**! Întâlnește-te cu ei anul **acesta** — du-te să te vezi cu ei **acum**! Problema ta nu este aceea a vânzărilor. Important este să fii foarte organizat și motivat să vorbești cu cât de mulți oameni poți. Întâlnește-te cu **fiecare** cât mai curând posibil. **Marea ocazie** pentru a avea succes în Rețea nu constă în a convinge oameni — constă în a fi disciplinat și organizat, astfel încât să întâlnești cât de mulți oameni poți — și cât de curând posibil. A-ți îmbunătăți media este doar un proces de învățare.

BOOKZONE

CAPITOLUL 2
Cum să obții un „da“



Tehnica celor „Patru Chei“

Când vorbești despre afaceri, clienții tăi potențiali te cred oare?

Pe scurt, răspunsul este — **nu**. Ei se așteaptă din partea ta să-i convingi să se implice. Ei se așteaptă ca tu să încerci să le vinzi ceva, deci e probabil să ia o atitudine defensivă — indiferent cât de bine-i cunoști. Iată problema cu care ai de-a face:

Clienții potențiali vor ridica obiecții la tot ceea ce spui.

Nu din cauza validității a ceea ce zici, ci pentru că **tu** ești cel care spune. Dacă afirmi ceva, este ideea ta, nu a lor, așa că potențialii clienți se simt îndreptățiți să ridice obiecții. Pe de altă parte:

Tot ceea ce clienții tăi potențiali îți spun este adevărat.

Aceasta se întâmplă pentru că dacă ei spun ceva, este ideea **lor**, nu a ta. Asta face ideea acceptabilă, iar ei nu simt impulsul de a ridica obiecții.

Tehnica pe care ți-o voi dezvălui te va face capabil să-i determini pe clienții tăi potențiali să-ți spună ceea ce vor în realitate, în timp ce **tu** vei asculta.

Dacă îi spui unui client potențial: „Vei fi în stare să duci o viață în care să ai tot ceea ce îți dorești", el ar putea răspunde: „Dar eu nu sunt nefericit cu felul în care trăiesc acum." El a ridicat o obiecție doar pentru că afirmația a fost făcută de **tine**.

Dar dacă clientul tău probabil *susține exact același lucru* pe care l-ai spus tu, va fi adevărat. De exemplu, dacă clientul tău potențial zice: „Aș vrea să-mi îmbunătățesc traiul și să am mai multe dintre lucrurile bune din viață", nu va fi ridicată nicio obiecție, pentru că el e cel ce spune asta. A fost ideea lui, nu a ta.

Când vei folosi Tehnica celor „Patru Chei", clienții tăi potențiali vor fi cei care îți vor spune ce își doresc în realitate, în timp ce tu vei fi cel ce-i va asculta.

De ce obiectează oamenii

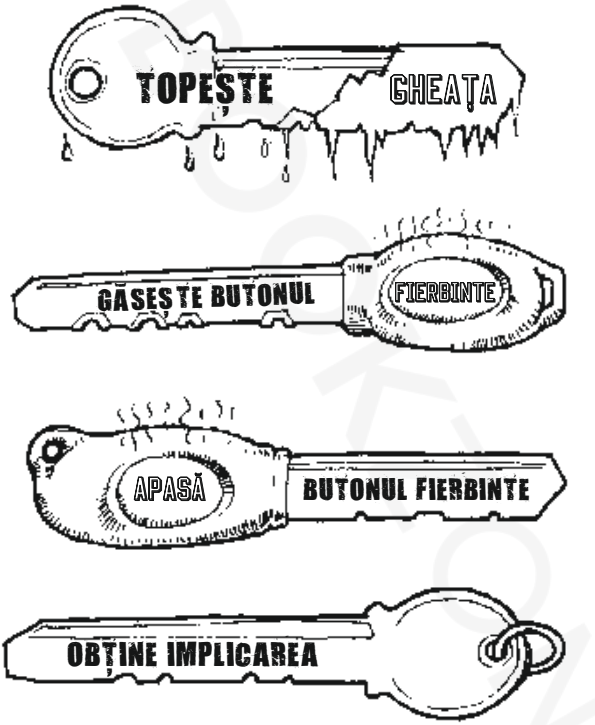
Am întrebat odată un agent de vânzări din Rețea cum i-a mers cu un client potențial la o prezentare pe care o ținuse recent. El a răspuns: „Nu foarte bine — n-a fost prea interesat." L-am întrebat ce vrea să spună, iar el a repetat: „Nu știu, doar că el n-a fost interesat."

Nu există clienți potențiali neinteresați, ci doar prezentări neinteresante.

Ceea ce a vrut să spună a fost că el, agentul din Rețea, nu fusese prea interesant.

Atunci când tu ești interesant, clienții tăi potențiali vor fi interesați.

Cele „Patru Chei“ ale cufărului cu comoara Rețelelor de Vânzări Directe



Aceste „Patru Chei“ reprezintă combinația necesară pentru a ajunge în cel mai scurt timp posibil de la o atitudine rece la un „da“.

1.

Scopul acestui prim pas este de a crea o relație cu clienții potențiali, povestindu-le despre tine și descoperind lucruri despre ei. Obiectivul acestei „chei“ este pur și simplu de a te vinde pe tine însuți. Dacă o persoană te place, există o șansă mare ca ei să-i placă ceea ce vine de la tine. Nu prea are rost să le mai prezinți planul dacă ei nu te plac sau nu au încredere în tine.

Cât de mult rămâi la acest stadiu? Atât timp cât îți ia să te vinzi pe tine însuți și să stabilești o relație de încredere.

Când deja ai stabilit o relație de încredere, vei avea parte de o ascultare corectă, iar asta e tot ce vrei. Cu unii clienți potențiali, acest lucru îți poate lua doar 3–4 minute, în timp ce cu alții, 30–40 de minute.

2.

Trebuie să fie absolut clar ceea ce se va întâmpla în acest stadiu. Clienții tăi potențiali s-ar putea să fie tulburați emoțional; ei ar putea deveni interesați, deprimați, îngrijorați sau chiar furioși. Nu furioși pe tine, ci pe ei înșiși. **Nu e loc pentru mulțumirea de sine în această parte a prezentării**! Când oamenii sunt mulțumiți cu scopurile sau ambițiile lor, vor fi mulțumiți și cu felul în care muncesc. Nu ai nevoie de oameni mulțumiți de sine în Rețea. Cei care au puternice imbolduri emoționale de a