

# Uwodzicielska sprzedaż



**Jak kobiety wykorzystują  
swoją kobiecość, aby sprzedawać  
skuteczniej i więcej**

Niniejszy **darmowy** ebook zawiera fragment  
pełnej wersji pod tytułem:  
„Uwodzicielska sprzedaż”  
Aby przeczytać informacje o pełnej wersji, [kliknij tutaj](#)

**Darmowa publikacja** dostarczona przez  
[www.praca-handel.pl](http://www.praca-handel.pl)

**Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).**

© Copyright for Polish edition by [ZloteMysli.pl](http://ZloteMysli.pl)

Data: 23.01.2008

Tytuł: Uwodzicielska sprzedaż (fragment utworu)

Autor: Rafał Graj

Wydanie I

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Anna Popis-Witkowska, Lidia Kaźmierczak

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: [www.ZloteMysli.pl](http://www.ZloteMysli.pl)

EMAIL: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto:kontakt@zlotemysli.pl)

**Wszelkie prawa zastrzeżone.**

**All rights reserved.**

# SPIS TREŚCI

<b>WPROWADZENIE.....</b>	<b>6</b>
<b>JAK POWSTAŁ PROJEKT „UWODZENIE W SPRZEDAŻY”.....</b>	<b>7</b>
Dlaczego warto wykorzystać uwodzenie w sprzedaży?.....	8
<b>WSTĘP .....</b>	<b>11</b>
<b>POSTAWA I UMIEJĘTNOŚCI</b>	
<b>KOBIETY BĘDĄCEJ SPRZEDAWCĄ.....</b>	<b>13</b>
Co tak naprawdę sprzedajesz?.....	14
Żeby coś kupić, najpierw musisz coś sprzedać.....	17
Pasja.....	19
Sprzedajemy tak naprawdę wszystko.....	20
Twój stan emocjonalny.....	22
Daj klientowi to, czego chce – i jeszcze więcej.....	22
Zasada „win to win”.....	24
Twoja pewność siebie... ..	25
Zatrzymaj klienta na dłużej.....	26
Tajemnice systemów sprzedaży.....	27
Po co w ogóle tworzyć systemy?.....	27
I Prostota.....	29
II Łatwa kontrola.....	29
III Jednolitość.....	29
IV Szczelność.....	29
V Efektywność.....	29
VI Elastyczność.....	30
<b>UWODZICIELSKA MOWA CIAŁA.....</b>	<b>31</b>
Co to jest mowa ciała?.....	31
Dlaczego korzystać z mowy ciała w uwodzeniu w sprzedaży?.....	31
Twój chód i biodra.....	34
Ustawienie nóg.....	35
Biżuteria i długopis.....	37
Zakończenie.....	40
Niezwykle skuteczne triki i strategie mowy ciała.....	40
<b>SPOSÓB UBIERANIA SIĘ.....</b>	<b>42</b>
Jak cię widzą, tak cię piszą.....	43
Klasyczny ubiór.....	45
Cechy ubioru kobiety z klasą.....	47
I na koniec – zapach.....	49
Sztuczki tuszujące niedoskonałości.....	50
Nierealna piękność wzorem kobiecości.....	52
<b>TON GŁOSU.....</b>	<b>54</b>
<b>DOPASOWANIE I KOTWICE.....</b>	<b>57</b>
Dopasowanie.....	57
Lingwistyka.....	58
Twoja mowa.....	58

Kotwice.....	59
<b><u>PSYCHOLOGIA MEŹCZYŻNY.....</u></b>	<b>61</b>
Różnice w myśleniu kobiety i mężczyzny.....	61
W jaki sposób mężczyźni postrzegają kobiety?.....	63
Biologia szukania partnera.....	67
<b><u>MAGIA JEZYKA.....</u></b>	<b>68</b>
Linia czasu a lingwistyka.....	69
Przyszłość.....	69
Przeszłość.....	70
Teraźniejszość.....	70
Kasowniki „nie” i „ale”.....	71
Słowo „nie”.....	71
Słowo „ale”.....	72
Struktura metamodelu.....	74
Usunięcie.....	75
Generalizacje.....	77
Zniekształcenia.....	78
Potencjalny wybór.....	80
<b><u>NIEZWYKŁY COACHING „UWODZENIE W SPRZEDAŻY”.....</u></b>	<b>83</b>
<b><u>ĆWICZENIA CZYNIA MISTRZA.....</u></b>	<b>89</b>
Ćwiczenie 1.....	91
Ćwiczenie.....	91
Cel ćwiczenia.....	91
Rady.....	91
Ćwiczenie 2.....	92
Ćwiczenie.....	92
Cel ćwiczenia.....	92
Uwagi.....	92
Ćwiczenie 3.....	93
Ćwiczenie.....	93
Cel ćwiczenia.....	93
Uwagi.....	93
Książka a szkolenie na żywo.....	94
Misja 1.....	95
Misja 2.....	96
<b><u>NAJLEPSZE ZAKOŃCZENIE.....</u></b>	<b>98</b>

## Wprowadzenie

Witam, nazywam się Rafał Graj, jestem specjalistą, jeśli chodzi o najnowsze techniki sprzedaży. Pewnego dnia zapragnąłem uczyć mądrego podejścia do życia. Kiedyś narodziło się we mnie pragnienie bycia nauczycielem – i teraz spełniam swoje marzenie, kocham ludzi i pragnę, by było im w życiu jak najlepiej. Słowo „nauczyciel” oznacza dla mnie powołanie i pasję – biorę odpowiedzialność za twoje cele i traktuję to bardzo poważnie. Moim priorytetem jest to, byś uczyła się najlepszych technik – takich, które działają i przyniosą ci sukces. Ja proszę cię tylko o jedną rzecz – o to, byś mi zaufała. Tylko wtedy będę mógł przekazać ci w pełni to, co jest ci potrzebne. Jestem właścicielem firmy szkoleniowej Secret Sales [www.secretsales.pl](http://www.secretsales.pl) i zajmuję się zawodowo byciem trenerem handlowców, biznesmenów oraz ludzi, którzy inwestują w swój rozwój. W wolnych chwilach zajmuję się nauczaniem osób niepełnosprawnych – przystosowuję je do świata, używając technik neurolingwistycznego programowania.

Gdybym miał opisać Rafała w dwóch zdaniach:

*Niezwykły człowiek z niezwykłą wiedzą i energią. Każdy, kto jeszcze myśli, że czegoś nie umie lub nie może – powinien jak najszybciej poznać Rafała na żywo.*

Mirosław Bakulski – właściciel firmy

## **Jak powstał projekt „uwodzenie w sprzedaży” i dlaczego prowadzeniem go zajmuje się mężczyzna?**

Wręcz błędem byłoby, gdyby to szkolenie stworzyła i prowadziła kobieta. Szkolenie „uwodzenie w sprzedaży” celowo stworzone zostało przez mężczyznę, ponieważ moim zdaniem tylko mężczyzna potrafi spojrzeć na świat kobiety z większym dystansem i potrafi zauważyć więcej niż kobieta w zachowaniu drugiej kobiety. Dodatkowym atutem tego, że ja, mężczyzna, ułożyłem cały projekt szkoleniowy, jest to, że doskonale wiem, co działa na facetów i jakie błędy popełniają kobiety w uwodzeniu. Plotki koleżanek na temat zachowania mężczyzn wyrzucić do kosza – tu dostaniesz wiedzę na temat uwodzenia mężczyzn z pierwszej ręki, od mężczyzny, a moduły dotyczące sprzedaży – od profesjonalisty szkolącego się u najlepszych w Polsce i na świecie. Przed stworzeniem projektu „uwodzenie w sprzedaży” przeprowadziłem mnóstwo wywiadów z kobietami, które w jakimś stopniu zajmują się sprzedażą i moim zdaniem choć w części potrafią się dobrze i seksownie ubrać i zachowywać. Z tej wiedzy powstały niezwykle skuteczne moduły, które z czasem były ulepszone i konsultowane z kobietami. Do tego modułu został dołączony kolejny moduł czystej sprzedaży w oparciu między innymi o wiedzę Briana Tracy, światowej klasy eksperta od sprzedaży. Już w połowie tworzenia szkolenia wiedziałem, że będzie ono jedynym w Polsce szkoleniem o tematyce sprzedaży przeznaczonym wyłącznie dla kobiet – i pierwszym takim projektem na świecie!!! Prywatne coachingi, które dawały niezwykle efekty i zmiany... Dostawałem masę telefonów z podziękowaniami. Nie tak dawno temu ruszyły szkolenia na żywo –

„Trzydniowe uwodzenie w sprzedaży” – prowadzone w całej Polsce i została napisana książka wydana przez wydawnictwo Złote Myśli, która zawiera – ze względu na swoją ograniczoną formę przekazu – 25–30% tego, co robię na szkoleniach, na których z każdą godziną dowiadujesz się więcej, bawisz lepiej i poznajesz fantastyczne osoby. Na początek zapraszam do lektury książki „Uwodzenie w sprzedaży (dla kobiet)” – pozwoli ci to poznać podstawy. Fantastycznym dopełnieniem wiedzy będzie wzięcie udziału w szkoleniu na żywo, na którym nie może cię zabraknąć – to tylko trzy dni, które warto zainwestować w tak potężne narzędzie.

Oddaję ci setki godzin mojej pracy, która polegała na spisaniu i uporządkowaniu wiedzy, jaką posiadam, oraz doświadczenia zdobywanego przez wiele lat. Pomysł na zastosowanie technik uwodzenia w sprzedaży jest bardzo kontrowersyjny, ale tak bardzo jak jest kontrowersyjny, tak bardzo jest skuteczny. Pamiętaj, że ta książka to tylko podstawy.

## **Dlaczego warto wykorzystać uwodzenie w sprzedaży?**

Sprzedaż sama w sobie jest pewną sztuką. Kiedyś zadałem sobie pytanie – dlaczego nie połączyć wiedzy z zakresu uwodzenia i sprzedaży, tak aby były całością? Przecież mężczyźni, których zafascynuje kobieta, są w stanie zrobić dla niej o wiele więcej niż dla zwykłej kobiety. Dlaczego więc nie wykorzystać tego, nie nauczyć się technik, jak być kobietą seksowną i mieć klasę; dlaczego nie manipulować mężczyzną i nie wykorzystywać tego przy sprzedaży swojego produktu? Czym większą wiedzę na temat technik sprzedaży będziesz miała, tym większego ich wachlarza możesz użyć w danej chwili. Poza tym –

wiedzę o uwodzeniu możesz wykorzystać nie tylko przy sprzedaży, ale także w życiu prywatnym.

Pomyśl – przecież głównym celem sprzedaży ma być efektywność. Wiedza zawarta w tym poradniku nastawiona jest właśnie na efektywność. Dodatkowym atutem jest to, że ucząc się technik uwodzenia, przy okazji zmienisz się i nauczysz wielu nowych rzeczy, które będziesz mogła wykorzystać wszędzie – piszę tu o psychologii mężczyzny. Dzięki mowie ciała zrozumiesz lepiej swoją kobiecość, nauczysz się mądrego podejścia prawdziwego sprzedawcy i będziesz znała zasady, którymi warto się kierować przy wyborze odpowiednich ubrań, tak aby być sexy. W skrócie: uwodzenie w sprzedaży to mnóstwo strategii, to nowe podejście do tematu, to radość i zabawa. Temu wszystkiemu przyświeca jeden cel – by sprzedaż była jak najbardziej efektywna. Skuteczność pomysłu uwodzenia w sprzedaży była testowana w praktyce. Wyniki tych badań przeszły najśmielsze oczekiwania – nie tylko niesamowicie wzrosła sprzedaż (o 100–200%), ale również mężczyźni, którzy kupowali, byli bardziej zadowoleni z produktu i obsługi. Wielu z nich kupiło kolejne produkty w krótkim czasie. To jest ważne, bo nie sztuka sprzedać klientowi – w tym wypadku mężczyźnie – produkt jednorazowo, sztuką jest zatrzymać go, aby kupował regularnie i w efekcie zostawiał więcej pieniędzy. I to jest właśnie wyjątkowość i sekret tej książki. Techniki, które zostały przedstawione w tym szkoleniu, sprawiają, że klient jest lojalnym i powracającym klientem, a ty sprzedając, dobrze się bawisz.

Chcesz jeszcze lepiej uwodzić, chcesz być sexy, mieć klasę, urok, wdzięk; chcesz wiedzieć, czego pragniesz. Marzysz, by mężczyźni patrzeli na ciebie wyjątkowo i za każdym razem, kiedy cię zobaczą, mieli błysk w oku i nie mogli skupić się na niczym innym, jak tylko na twojej wyjątkowej osobie. Ale przede wszystkim – chcesz wykorzy-

stać to w mądroj – działającej na zasadzie „win to win” – sprzedaży. Wiedza, którą znajdziesz w książce „Uwodzenie w sprzedaży”, to fenomen na skalę światową, jeśli chodzi o techniki sprzedaży – nikt wcześniej nie wykorzystał uwodzenia w sprzedaży – jestem pierwszy. W końcu będziesz mogła bez wahania sięgnąć po skuteczne techniki sprzedaży, poznasz mnóstwo strategii. Twoja sprzedaż już nigdy nie będzie wyglądać tak samo, a wkrótce będziesz się śmiać z tego, jak wiele traciłaś, nie znając technik uwodzenia w sprzedaży. Książka ta powstała specjalnie z myślą o kobietach takich jak ty i przeznaczona jest właśnie dla ciebie. Oprócz strategii efektywnej sprzedaży nauczysz się, jak być prawdziwą damą, jak wykorzystywać swoją kobiecość i z szarej myszki stać się prawdziwą boginią klasy i szyku – to jest efekt uboczny tej książki.

Daję ci gwarancję, że jeżeli wykorzystasz techniki zawarte w tej książce, twój klient nie tylko kupi u ciebie daną rzecz, usługę lub ideę, ale w najbliższym czasie wróci po jeszcze...

## Wstęp

Muszę zmienić twoje przekonania i przyzwyczajenia, dać ci wiele zupełnie nowych strategii i pokazać, jak je wykorzystać. Być może z niektórymi rzeczami nie będziesz się zgadzała, niektóre rzeczy wydają ci się dziwne, niektóre naturalne i wiadome. Zależy mi, byś testowała rzeczy, których się nauczysz, i od razu wykorzystywała je w praktyce. Zdradzę ci pewną tajemnicę – parę lat temu kupiłem ciekawą książkę dotyczącą zmiany osobistej. Od tamtego czasu przeczytałem setki takich pozycji i przebrnąłem przez dziesiątki kursów i szkoleń, ale w pamięć zapadła mi tamta książka, bo kupiłem ją jako pierwszą i miała dla mnie duże znaczenie. Książka ta była bardzo gruba i na początku zabrałem się do niej z dużą motywacją i chęcią zmiany.

Czytałem ją i myślałem o technikach w niej zawartych, lecz rzadko je wykorzystywałem w praktyce. Po pewnym czasie książka ta wydała mi się za długa i nie widziałem efektów przyswajania wiedzy w niej zawartej. Po około trzynastu dniach przestałem czytać i odłożyłem ją na półkę, a po paru dniach podarowałem koledze. Z perspektywy czasu patrzę na to zupełnie inaczej. Największym błędem było to, że nie testowałem technik zawartych w książce – czytałem ją tylko, nie próbując zastosować opisywanych w niej ciekawych technik (które były podstawą zrozumienia zawartej w tamtej publikacji wiedzy) i nie bawiąc się nimi. Moim zdaniem wadą książki było to, że była za gruba, co zniechęcało mnie do dalszego czytania, tym bardziej, że dysponowałem ograniczonym czasem i nie mogłem sobie pozwolić na to, by spędzać pół dnia lub nawet parę godzin dziennie na czytaniu. Bez sensu był zakup tego poradnika, jeśli go tylko przeczytasz i odłożysz na półkę. Misją tego poradnika jest zachęcenie cię, abys

testowała wszystkie techniki w praktyce. Co prawda nie nauczysz się aż tylu rzeczy, ilu mogłabyś się nauczyć, biorąc udział w szkoleniu prowadzonym przeze mnie na żywo, ale chcę, abyś poznała podstawy uwodzenia w sprzedaży. Pamiętaj – każdy z nas jest inny, na jedną osobę mogą działać jedne techniki, na drugą inne. Ważne jest to, aby być elastyczną i dopasowywać techniki oraz strategię do siebie. Pamiętaj – techniki te mają być efektywne i na tym mi najbardziej zależy: na tym, by sprzedaż była efektywna (z ang. *effective*). Mam dla ciebie dobrą wiadomość – poradnik ten ma być w jakimś sensie koncentratem, swojego rodzaju śmietanką, technik uwodzenia i sprzedaży. Dzięki temu nie jest on zbyt długi i przeczytanie go nie zajmie ci strasznie dużo czasu. W zamian za to chcę, byś poświęciła zaoszczędzony czas na ćwiczenia w praktyce. Ćwicz, ćwicz i jeszcze raz ćwicz – im więcej ćwiczysz, tym bardziej rozumiesz i tym lepsza jesteś, a im jesteś lepsza, tym więcej sprzedajesz i tym lepiej się bawisz. Ludzie mają tendencję do oceniania – oceniamy innych: jak wyglądają, czy są ładni, czy brzydzy. Oceniamy zachowania ludzi, kochamy oceniać, filtrujemy rzeczywistość przez nasze doświadczenia i wartości. Każdy ma je inne – i to jest piękne. Nie oceniaj tego poradnika, nie taka jest jego rola, nie chcę, byś go oceniała. Chcę, żebyś z niego korzystała – wyciągnij to, co najlepsze, resztę zostaw. Sama wiesz, co jest dla ciebie dobre – to jest mądre podejście.

Książka ta powstawała setki godzin, jest dużą pracą włożoną w twój rozwój. Pisałem ją, bo kocham uczyć, kocham mądre podejście do życia i pragnę twojego szczęścia. Głównym celem, jaki sobie założyłem, jest efektywność – uwielbiam to słowo!

**Zamknij oczy i powiedz, czego pragniesz. Dostaniesz to...**

## Postawa i umiejętności kobiety będącej sprzedawcą

Żeby być efektywnym, skutecznym sprzedawcą, trzeba mieć dobrą postawę i mądre wartości, które przekładają się na czyny i powodują dobre podejście do tematu.

Zacznijmy od mądrej definicji sprzedaży. Sprzedaż to – moim zdaniem – proces zaspokojenia potrzeb drugiego człowieka. OK – tylko że tak naprawdę człowiek, aby zaspokoić swoje potrzeby na poziomie podstawowym, potrzebuje bardzo mało. Aby rozbudzić w nim chęć posiadania nowych rzeczy lub zaproponować mu usługę, musimy przekonać go, że potrzebuje tego. Jesteśmy bombardowani setkami usług i produktów różnych firm. Firmy te zalewają nas setkami reklam – w telewizji, prasie, radiu. Gdy wracamy do domu, pod drzwiami leży sterta ulotek, kupując gazetę, musimy liczyć się z tym, że część tej gazety będzie zajęta właśnie przez reklamy. Ludzie są zmęczeni natłokiem informacji i chcą od tego uciec. Ludzie potrzebują klarowności w wyborze, prostych i jasnych zasad.

Firmy prześcigają się w pomysłach, jak sprzedać produkt – są w stanie wydać na reklamy miliony, bo to inwestycja, która może się wielokrotnie zwrócić. W codziennym chaosie nie zdajesz sobie nawet sprawy z tego, że kupując chleb, colę lub drukarkę – płacisz też za system reklam, za to, że marka jest rozpoznawalna, za to, że za chwilę jadąc samochodem, zobaczysz znak firmowy tych rzeczy na billboardzie. Koszty te są wliczone w cenę produktu.

## Co tak naprawdę sprzedajesz?

Wyobraź sobie, że masz trzyosobową rodzinę – mała córeczka, która ma cztery latka, mąż i ty. Mieszkacie w bardzo ciasnym jednopokojowym mieszkaniu w bardzo niebezpiecznej dzielnicy, gdzie co noc słychać z podwórka krzyki, a sąsiedzi często robią imprezy. W twojej kamienicy często dochodzi do pobić i kradzieży, klatka schodowa jest brudna i odrapana, każdego dnia witają cię wulgarne napisy na drzwiach... Masz już dość. Na szczęście masz dobrze prosperującą firmę, która przynosi coraz większe dochody i w końcu – po uzgodnieniu tego z mężem, który też dobrze zarabia – postanowiłaś się przeprowadzić. To decyzja przełomowa w waszym życiu. Pewnego dnia wybieracie się we trójkę do dewelopera, który wita was serdecznie i zaprasza do swojego luksusowego biura.

Siadacie wygodnie na dużej skórzanej kanapie, deweloper wita się z wami i rozpoczyna rozmowę.

Deweloper: Zapewne szukają państwo nowego lokum?

Ty: Tak, chcielibyśmy zapoznać się z ofertami sprzedaży mieszkań.

Deweloper: Jakie mieszkanie państwa interesuje i jak duże ma ono być?

Ty: Interesuje nas trzypokojowe mieszkanie, tak abyśmy mieli duży pokój, w którym będziemy spędzali czas w ciągu dnia, mały pokój dla dziecka, najlepiej dobrze oświetlony, a trzeci pokój ma być przeznaczony na sypialnię.

Deweloper: Rozumiem, że jeśli ma pani dziecko, zależałoby pani również na tym, by blisko była szkoła i bezpieczny plac zabaw, gdzie mogłaby pani bez obaw zostawić swoją pociechę.

Ty: O, tak! Chciałabym mieć blisko szkołę, aby nie marnować czasu na dojazdy i aby nasze dziecko było bezpieczne.

Deweloper: Mam pytanie – dlaczego się pani przeprowadza?

Ty: Przeprowadzam się, ponieważ dzielnica, w której mieszkamy w tej chwili, jest bardzo niebezpieczna – co chwila słycać krzyki, hałasy u sąsiadów. Nie czuję się komfortowo i boję się wyjść na dwór ze swoją córką. Czuję się uwiązana, a chciałabym czuć się wolna i zająć się rodziną i pracą. Tak samo mój mąż.

Deweloper: Rozumiem panią doskonale, sam kiedyś mieszkałem w takiej dzielnicy, gdzie było bardzo niebezpiecznie i bałem się wyjść z dzieckiem na spacer, w nocy co chwila jakieś hałasy... Rozumiem panią doskonale – mieszkanie w takim miejscu nie sprzyja szczęściu i nie można skupić się na rodzinie i pracy.

Ty: Cieszę się, że pan nas rozumie.

Deweloper: Rozumiem państwa bardzo dobrze...

W tej chwili wchodzi miła starsza pani i pyta, czy podać coś do picia – ty dziękujesz, lecz twoja córka prosi o sok pomarańczowy i go dostaje.

Deweloper: Mam dla państwa piękne trzypokojowe mieszkanie z jednym dużym pokojem, w którym będzie można urządzić salon. Drugi pokój jest nieco mniejszy – idealny właśnie dla tej młodej damy, zmieści się tam biurko, łóżeczko oraz duża szafa, dodatkowym atutem tego pokoju jest to, że jest on dobrze oświetlony, szczególnie w dzień. Trzeci pokój nadaje się na sypialnię – jest położony od strony lasu, dlatego po otwarciu okna będzie można rozkoszować się ciszą i świeżym powietrzem. Blok, w którym jest mieszkanie, położo-

ny jest w bardzo bezpiecznej okolicy. Dodatkowym atutem jest to, że osiedle jest monitorowane kamerami, które są połączone z policją. Aha, zapomniałbym dodać, że na dole bloku jest wielki plac zabaw – ogrodzony, ma kilka piaskownic, huśtawki oraz „małpi gaj”. Parę ulic dalej jest szkoła podstawowa oraz gimnazjum. Na dole, zaraz za rogiem bloku, jest mały osiedlowy sklepik, gdzie można nabyć praktycznie wszystko. Proszę sobie wyobrazić, że ludzie, którzy mieszkają w tej chwili obok, to spokojni emeryci, którzy są przyjaźnie nastawieni do ludzi i z przyjemnością pomogą państwu się zaaklimatyzować. Co państwo na to?

Mąż: Tak, to strzał w dziesiątkę, tego potrzebujemy!!!

Ty: Tak, to mi się podoba. Kiedy można się tam wprowadzić?

Zbadajmy strategię, jaką zastosował deweloper, i to, jak działała ona na klientów, czyli na ciebie, twoją córkę oraz męża. Czy zgodziłabyś się ze stwierdzeniem, że deweloper sprzedał tak naprawdę to, czego potrzebowała rodzina – sprzedał im komfort, poczucie bezpieczeństwa, ciszę, spokój i wiele innych uczuć, które tak naprawdę liczyły się przy wyborze mieszkania.

Ci ludzie nie potrzebowali trzech pomieszczeń złączonych przedpokojem. Ci ludzie potrzebowali bezpieczeństwa, komfortu i świadomości, że ich córka będzie miała blisko do szkoły.

Jeśli kiedyś będziesz cokolwiek sprzedawała, to pamiętaj, że sprzedajesz **uczucia** – i na tym się skup. Każdy produkt budzi w kliencie jakieś uczucie – jeśli zadasz odpowiednie pytania, dostaniesz odpowiedź na temat tego, jakie uczucia i wartości są dla klienta ważne. Później wystarczy rozbudzić te uczucia i wplatać kluczowe słowa. Jeśli słyszysz, że klient często powtarza słowo „bezpieczeństwo” – zapamiętaj je i użyj go w odpowiednim momencie, gdy będziesz mówiła o produkcie. Słowo to może być jedno, ale może także być ich

wiele – bądź czujna i wrażliwa na to, słuchaj klienta z uwagą i patrz na jego minę, bo ona dużo może ci zdradzić. Rozbudzaj wyobraźnię i twórz uczucia, których potrzebuje klient, handluj **uczuciami**, a nie przedmiotami. Gdy jestem w sklepie i chcę kupić na przykład jakieś ubranie – pani, która mnie obsługuje, często zachwala produkt, mówiąc, jaki jest dobry, jakie ma zalety... I chyba jedyną rzeczą, jaka zachęca mnie do kupna, jest to, że pani ta mówi: „Bardzo dobrze pan w tym sweterku wygląda”. Wtedy od razu wyobrażam sobie siebie jako osobę dobrze ubraną – i znakomicie się czuję. Gdyby sprzedawczyni wiedziała, że produkt tak naprawdę wywołuje uczucia i to je trzeba rozbudzić, a nie podkreślać to, że produkt jest świetny – na pewno od razu zastosowałaby tę metodę, a ja kupiłbym być może więcej i byłbym bardziej zadowolonym i lojalnym klientem.

## ***Żeby coś kupić, najpierw musisz coś sprzedać***

Robert Kiyosaki

Ucząc się od najlepszych i cały czas poszerzając swoje horyzonty, aby być na bieżąco z najnowocześniejszymi technikami sprzedaży i mądrym podejściem do tego tematu, zawsze zadaję sobie pytanie, dlaczego ludzie tak mało wiedzą na ten temat i dlaczego nasz system edukacji robi tak wielki błąd, nie nauczając tego w szkole. Ze sprzedażą stykamy się wszędzie – gdzie się nie ruszymy, tam potrzebujemy strategii sprzedaży, a mało kto tak naprawdę wie, z czym „je się” słowo *sprzedaż*. A jak z niej korzystać – to w ogóle czarna magia. Powstała cała masa książek i szkoleń na temat sprzedaży. Niektóre są naprawdę dobre, ale większość traktuje zagadnienia sprzedaży bardzo wyrywkowo i nieprofesjonalnie. Dlatego właśnie czuję ogromną i niepohamowaną potrzebę i misję rozpowszechniania tej wiedzy

i mądrego podejścia. Tak, to moja misja. Kiedyś – przypadkiem, przeglądając pobieżnie książki w sklepie – natrafiłem na bardzo ciekawe stwierdzenie: „Żeby coś kupić, najpierw musisz coś sprzedać”. Chciałbym, żebyś zrozumiała to podejście i zastanowiła się nad nim – to może być ten cytat, który otworzy ci oczy i pozwoli dojrzeć nowe horyzonty. Jeśli jesteś w domu, to spójrz dookoła siebie – każdy z tych przedmiotów musiałaś kiedyś kupić, co oznacza również, że każdy z tych przedmiotów został ci kiedyś sprzedany przez sprzedawcę lub sama podjęłaś decyzję o kupnie. Pomyśl – kupując komputer, napędziłaś w pewnym sensie sporą część gospodarki – twój sprzedawca zarobił na tym swoją prowizję, a jeśli był właścicielem sklepu, to po prostu wrzuciłaś trochę pieniędzy w jego interes.

Od ceny komputera sprzedawca musiał zapłacić podatek, więc nakarmiłaś też system podatkowy. Z prowizji właściciel musi zrobić opłaty związane z użytkowaniem lokalu (oświetlenie, obsługa, czynsz itd.), wydać część na remonty, wywóz śmieci itp., itd. Teraz zastawmy prowizję i zastanówmy się nad samym kosztem komputera. Dałaś więc zarobić handlowcowi, który sprzedał komputer sklepowi, no i firmie, która montowała podzespoły, nie możemy zapomnieć również, że swoją część zarobiła firma, która produkowała podzespoły... Można by tak wymieniać w nieskończoność. Chcę, abyś zrozumiała istotę ceny oraz cały system, który karmisz, jeśli sprzedasz lub kupisz sama daną rzecz. Wykonujesz kawał dobrej roboty, sprzedając! I uruchamiasz trybiki wielkiej maszyny, jaką jest gospodarka. OK. Teraz zastanówmy się, skąd wzięłaś pieniądze na zakup komputera. Załóżmy, że pracujesz, pracując – sprzedajesz swój czas, umiejętności, idee i pewnie o wiele więcej rzeczy i za to dostajesz, powiedzmy co miesiąc, wynagrodzenie w postaci pieniędzy, które później możesz przeznaczyć na zakupy. Gdy posiadasz własną firmę – sprzedajesz produkty, które dostarczają ci pieniądze. **Najpierw więc musisz coś sprzedać, a później dopiero możesz kupować.** Im lepiej, więcej i drożej będziesz coś sprzedawała – tym więcej będziesz mogła

kupować. Zasada ta jest prosta i działa. To uczciwe – tak działa gospodarka i wymaga to od nas pewnych umiejętności oraz wiedzy. Najpierw ucz się, jak sprzedawać, i miej coś, co możesz zaoferować ludziom, a później kupuj – nigdy odwrotnie. Sekret ludzi bogatych tkwi właśnie w tym mądrym i skutecznym przekonaniu. Gdy pierwszy raz przeczytałem to zdanie, nie zwróciłem na nie w ogóle uwagi – dopiero po późniejszym przeanalizowaniu go doszedłem do wniosku, że to bardzo mądre przekonanie, które powinien żywić każdy sprzedawca, który ma misję, chce być dobry i chce znać ważne zasady, które pozwolą mu sprzedawać mądrze i dużo. Ten poradnik powstał właśnie po to, abyś nauczyła się znakomicie sprzedawać, a później pieniądze, które zarobisz przy sprzedawaniu różnych rzeczy, przeznaczala na zakupy i spełnianie swoich marzeń.

## Pasja

Zajmuj się w życiu tym, co lubisz, i sprzedawaj to, co lubisz. Kochaj to, czym się zajmujesz. Gdy będziesz sprzedawać produkty, których nie lubisz, będziesz miała o wiele mniejszą motywację. Największe firmy, które dziś obracają milionami dolarów (McDonald's, Ford, Microsoft itd.) zaczynały od gorącej pasji jednego człowieka. Musisz kochać swoje produkty i żywić przekonanie, że pomagają one innym ludziom. Pomyśl – chyba łatwiej jest wstać z samego rana osobie, która uwielbia swoją pracę, i jest przekonana co do jakości swoich produktów niż osobie, dla której liczą się tylko zyski, a tak naprawdę praca nie sprawia jej przyjemności. Każdy człowiek ma misję, moją misją jest to, aby dać ci jak najlepszy warsztat szkoleniowy, i to, byś osiągała jak najwięcej i była zadowolona ze swojego życia. Twoją misją jest to, by „zrobić dobrze” swojemu klientowi, wstawać codziennie z energią i sprzedawać jak najwięcej, by twój szef mówił ci: „Gratuluję!”, a mąż był z ciebie dumny.

## Sprzedajemy tak naprawdę wszystko...

Wyobraź sobie kobietę, która ma 32 lata, rodzinę, męża i dwóch synów. Jest naprawdę szczęśliwa, ma dla kogo żyć, a jej mąż ją ceni i kocha, podziwiając każdego dnia. Pewnego dnia firma, w której ta kobieta pracowała kilkanaście lat, nagle, z niewyjaśnionych przyczyn, zwalnia ją... Wszystko się sypie, marzenia, które miała – kupno nowego samochodu, zagraniczne wakacje z rodziną, remont kuchni – idą w zapomnienie. Oszczędności z czasem szybko znikają z konta, ale kobieta cały czas nie poddaje się, ma energię i siłę, cała rodzina ją wspiera, kobieta wysyła swoje CV do różnych firm i instytucji, zamieszcza ogłoszenia w Internecie. Pewnego słonecznego dnia, gdy kobieta wstaje i zaczyna wątpić, czy w najbliższym czasie dostanie pracę taką, jaka by ją zadowolila – dzwoni telefon. W słuchawce odzywa się mężczyzna ze znanej dużej korporacji i pewnym oraz stanowczym głosem zaprasza kobietę na rozmowę kwalifikacyjną – na wtorek na godzinę 14.00. Kobieta jest szczęśliwa – w końcu ktoś zadzwonił do niej z ofertą pracy! Został tydzień na przygotowanie się i sprzedanie swoich umiejętności... Tak – napisałem „**sprzedanie** swoich umiejętności”!

Albo wyobraź sobie taką sytuację – firma powierza ci zadanie: jutro przyjeżdżają ważni goście z zagranicy i masz ich przyjąć i przekonać, że inwestycja w dany pomysł jest słuszna i że zwróci się im ona w przeciągu kilku miesięcy, a następne miesiące po zwrocie będą czystym zyskiem. Zgadnij, co będziesz musiała zrobić...

Uwodząc mężczyznę, który ci się podoba, sprzedajesz na początku swój wygląd. Im lepiej go sprzedasz, tym większa jest szansa, że facet zwróci na ciebie uwagę... Później sprzedajesz swoje wnętrze itd., itd.

Przykłady sprzedaży można mnożyć. Nagle odkrywamy niesamowitą rzecz – że oprócz produktów i usług sprzedajemy w rzeczywistości wszystko... Cały czas, w każdym miejscu obracamy się i żyjemy wśród sprzedaży. Teraz już naprawdę zdałaś sobie sprawę z tego, jak ważna jest sprzedaż i jak wiele możesz zmienić w każdej dziedzinie życia – zaczynając od pracy, poprzez związek, lepszą komunikację z ludźmi, jakość twojego życia widocznie się poprawia... Prawdopodobnie:

1. zaczniesz niesamowicie efektywnie sprzedawać;
2. ludzie będą cię uważnie słuchać;
3. lepiej zrozumiesz swoich klientów;
4. będziesz dawała innym to, czego będą chcieli, i dostawała to, co sama będziesz chciała dostać;
5. swoją konkurencję powalisz na kolana;
6. mężczyźni będą na ciebie zwracali większą uwagę;
7. będziesz lepiej rozumiała psychikę mężczyzn;
8. zaczniesz się lepiej ubierać;
9. staniesz się odważniejsza i pewna siebie;
10. zmienisz swoje życie na lepsze w tych sferach, w których będziesz chciała;
11. będziesz świadomie korzystała ze swojej mowy ciała.

Musisz nauczyć się tylko efektywnie sprzedawać, a ja zobowiązuję się pomóc ci w tym!

W czasach, w których żyjemy, bardzo ryzykowne jest nie znać zasad, które rządzą sprzedażą. Im więcej technik sprzedaży znasz, tym lepiej dla ciebie. W każdej sytuacji możesz użyć tej techniki, która będzie ci przydatna. Najbogatsi ludzie nie tylko wymyślają nowe, niezwykle produkty, ale także potrafią je sprzedać. Nigdy nie żałuj pieniędzy oraz czasu na szkolenia i konferencje związane ze sprzedażą – to inwestycja, która ci się zwróci. Nie stać cię na to, żeby nie

mieć tej wiedzy. Zapraszam cię również na moją stronę internetową, na której znajdziesz ciekawe materiały i wyjątkowe szkolenia na temat sprzedaży – specjalnie dla kobiet. Pamiętaj – dzięki temu e-bokowi twoja przygoda z wiedzą na temat sprzedaży dopiero się zaczyna...

## **Twój stan emocjonalny**

Ludzie mają tendencję do przejmowania stanów emocjonalnych innych osób. Gdy widzimy osobę, która się śmieje, od razu sami się lepiej czujemy. Gdy zauważamy, że ktoś płacze, ten stan też przechodzi na nas i jesteśmy trochę smutniejsi. Pamiętaj – nigdy nie idź do klienta, gdy twój stan emocjonalny nie jest odpowiedni (jesteś zła, smutna, rozdrażniona). Ludzie nie lubią smutnych ludzi właśnie dlatego, że boją się, iż przejmą ten stan emocjonalny. Jeśli chcesz, by twój klient był w odpowiednim dla ciebie stanie emocjonalnym, sama wprowadź się w taki właśnie stan. Staraj się wywoływać w swoim kliencie pozytywne stany – wtedy o wiele łatwiej będzie ci cokolwiek mu sprzedać.

## Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Więcej praktycznych porad dotyczących uwodzenia w sprzedaży znajdziesz w pełnej wersji ebooka. Zapoznaj się z opisem na stronie:

<http://uwodzicielska-sprzedaz.zlotemysli.pl/>

**Naucz się wykorzystywać swoją kobiecość,  
aby sprzedawać skuteczniej i więcej!**



Poleć znajomemu e-booka  
i zarób 50% jego wartości



Kupuj e-booki za punkty,  
nie za złotówki

## POLECAMY TAKŻE PORADNIKI:

### Umysł sprzedawcy - Artur Wojciechowski



#### **Sekrety skutecznego sprzedawcy**

Jeśli **sprzedaż bezpośrednia** to Twoje pole działania i pragniesz dokonywać satysfakcjonujących sprzedaży i transakcji zakończonych sukcesem, zwielowrotniając swoje zyski, możesz się tego dowiedzieć od osoby, która dzięki zastosowaniu pewnych prostych zasad **zwielowrotniła swoje zyski**, które generowała sprzedaż bezpośrednia.

Więcej o tym poradniku przeczytasz na stronie:  
<http://sprzedaz-bezposrednia.zlotemysli.pl>

*"W sposób jasny i klarowny opisuje najprostsze metody samomotywacji, przezwyciężenia "sprzedażowego lęku", bo w tej profesji najpierw trzeba pokonać lęk, który jest w nas, a potem motywować samego siebie. I do tego właśnie autor nas prowadzi i zachęca."*

**Arkadiusz Tylza**, 30 lat, dziennikarz, zajmuje się sprzedażą bezpośrednią

### Odrodzenie Feniksa – Nikodem Marszałek



#### **Poznaj sekrety zwykłych ludzi, którzy osiągają niezwykle rezultaty**

Bycie zwycięzcą jest nastawieniem, sposobem życia. **"Odrodzenie Feniksa"** to naukowe podejście i jednocześnie ćwiczenie jakie powinieneś poznać. Jeżeli rozpoznasz i zaczniesz rozwijać to co już masz - zadziwisz innych.

Więcej o tym poradniku przeczytasz na stronie:  
<http://feniks.zlotemysli.pl>

*"To jest to czego mi było potrzeba. Polecam tego ebooka wszystkim, którzy nie wiedzą jak i co zrobić ze swoim życiem."*

**Michał Waszczyk**, student

**Zobacz pełen katalog naszych praktycznych poradników na stronie [www.zlotemysli.pl](http://www.zlotemysli.pl)**