



SINGURA ABILITATE DE AFACERI CARE
VĂ GARANTEAZĂ UN SALARIU EXCELENT,
INDIFERENT CU CE VĂ OCUPAȚI

SINGURA ABILITATE DE AFACERI CARE VĂ GARANTEAZĂ UN SALARIU EXCELENT, INDIFERENT CU CE VĂ OCUPAȚI

Există un mod de a vă asigura un salariu mai mare și mai stabil, indiferent de tipul de job pe care îl aveți în prezent. Trebuie să aveți o abilitate. Care anume este aceasta?

Răspunsul s-ar putea să vă surprindă: abilitatea de care aveți nevoie este aceea de a vinde. Aici nu intră doar abilitatea de a vinde produse sau servicii, ci și abilitatea de a vinde o idee.

Dacă sunteți în măsură să influențați alte persoane, atunci această abilitate vă va fi răsplătită de nenumărate ori. Indiferent de jobul dvs. de bază.

Dacă observăm definiția acestei abilități, este clar că persoanele cu cel mai mare succes în domeniul lor sunt, în același timp, niște vânzători excelenți, începând de la Napoleon, Picasso și până la Gheorghe Hagi. Același lucru este valabil și pentru oamenii de afaceri care se bucură de un foarte mare succes. Unul dintre cei mai bogați oameni din lume, Bill Gates, a descoperit că cea mai valoroasă abilitate a sa este de a transmite propriul entuziasm celor din jur.

Haideți să definim vânzarea din perspectiva lui Bill: capacitatea de transmitere a unei convingeri în legătură cu ceva ce ne face fericiți, ceva ce înseamnă enorm de mult pentru noi și ceva în care credem. În ciuda prejudecăților în legătură cu abilitățile de vânzare, adevărata capacitate de a influența alte persoane subînțelege mai multă empatie decât agresivitate, mai multă ascultare decât vorbire, mai multă atenție decât presiune.

Dacă aveți abilități de vânzare, veți ști să vă prezentați, veți ști să motivați persoana care vă ascultă, veți ști să cereți și să obțineți ceea ce vreți, veți ști cum să faceți față plângerilor și respingerii inițiale, veți ști să transmiteți și altor persoane entuziasmul pe care îl aveți în legătură cu o anumită idee sau propunere. Indiferent

de domeniul în care lucrați, această abilitate este extrem de valoroasă!

Cum poate această abilitate să îl ajute pe orice profesionist, indiferent dacă se ocupă de finanțe, dezvoltarea produselor, organizare, tehnologie, marketing...

Un expert în finanțe trebuie să își convingă colegii cu privire la cât de profitabile sunt anumite investiții sau la cât de necesar este un control al costurilor. În acest mod, va putea să pună în aplicare, fără obstacole, planul financiar pe care și l-a propus.

Un inginer sau un programator trebuie să își motiveze directorul să înceapă producția unui nou model de dispozitiv sau program, conform schemei propuse. În acest fel, efortul depus va fi răsplătit, iar beneficiile se vor reflecta atât asupra salariului, cât și asupra propriei satisfacții.

Un manager trebuie să fie susținut de colegi cu privire la aplicarea unui nou mod de organizare, fiindcă în acest fel, compania va deveni mai eficientă, iar el va fi felicitat pentru creșterea profitabilității echipelor pe care le conduce.

Un expert în marketing trebuie să își convingă colegii să pornească o anumită campanie, care poate nu este pe placul tuturor, însă este profitabilă. Astfel, va reuși să obțină bugetul necesar pentru începerea campaniei. Bineînțeles, un vânzător trebuie să știe să motiveze un potențial cumpărător, trebuie să îi recomande un produs sau un serviciu care să-i fie într-adevăr util, dar în privința căruia acesta ezită să ia o decizie finală.

Indiferent de poziție, abilitatea de a vinde vă asigură un câștig mai mare, o autoritate și o poziție mai bună la locul de muncă, dar și mai multă satisfacție și bucurie față de activitatea pe care o desfășurați.

Vă spunem toate acestea, fiindcă nu este suficient să aveți o idee sau o propunere excelentă, un sfat profitabil sau practic. Nu este suficient să aveți cel mai calitativ produs. De câte ori nu vi s-a întâmplat să fiți martorii situației în care cineva care știe să folosească cuvintele cu foarte multă măiestrie avansează mai repede decât cei care sunt într-adevăr sânguincioși, inteligenți și buni în ceea ce fac? De câte ori nu ați văzut un produs prost care se cumpără mai bine numai datorită faptului că are o publicitate mai agresivă?

Acest lucru este valabil mai ales în zilele noastre. În urmă cu 25 de ani existau doar 4 modele diferite de pantofi de sport. Astăzi, avem ocazia să alegem între peste 300 de modele. În urmă cu 25 de ani existau doar câteva feluri de lapte. Astăzi, se produc peste 30. De asemenea, astăzi, un manager are ocazia să cunoscă până la cinci ori mai multe persoane decât era cazul în urmă cu două decenii. O persoană obișnuită, din mediul urban, este asaltată cu peste 3000 de mesaje publicitare, iar anual vede mai multe anunțuri publicitare decât obișnuia să vadă o persoană obișnuită de acum 50 de ani, în decursul întregii sale vieți.

Nu în ultimul rând, nevoia de a lucra în echipă este mai esențială ca oricând. În urmă cu douăzeci de ani, managerii de succes își dedicau doar 5% din timpul lor pentru a relaționa cu alți oameni. Astăzi, managerii își dedică aproape de zece ori mai mult timp în acest scop.

Care este rezultatul acestor tendințe? Capacitatea de a atrage atenția și de a transmite cu succes o idee despre care credeți că va avea un impact enorm asupra rezultatelor profesionale pe care le puteți obține. În primul rând, capacitatea de transmitere a propriei convingeri este capacitatea de a convinge o altă persoană cu privire la beneficiile pe care le va avea, dacă acceptă propunerea dvs.

De aceea, începeți prin a vă gândi la beneficiile pe care le vor obține ceilalți atunci când acceptă produsul sau serviciul dvs., respectiv propunerea sau ideea dvs. Gândiți-vă ce probleme vor soluționa. Cum anume va contribui la succesul lor. Dacă le va permite să lucreze mai ușor, mai simplu, mai repede, mai influent, mai ieftin, cu mai multă satisfacție.

Cum știm care sunt beneficiile? Să luăm exemplul unui creion din lemn. Caracteristica unui creion din lemn este că putem obține un text scris care se poate șterge. Beneficiul este acela că dacă greșim ceea ce am scris, putem să corectăm foarte ușor. O altă caracteristică este aceea că un creion din lemn, cu timpul, pe măsură ce scriem cu el, se micșorează. Beneficiul este că întotdeauna putem vedea cât ne-a mai rămas de scris cu creionul. Încă o caracteristică este faptul că un astfel de creion este ieftin. Beneficiul constă în faptul că nu este sfârșitul lumii dacă îl pierdem.

Răspuneți la următoarea întrebare: „Ce am eu de câștigat?” și veți face primul pas în a-i convinge pe ceilalți

Caracteristica propunerii de acceptare a unei proceduri pe care un manager o oferă colegilor săi este aceea că o anumită procedură trebuie să funcționeze într-un mod predefinit, cu un anumit număr de pași. Beneficiul colegilor poate consta în faptul că după aplicarea procedurii respective, ei vor economisi lunar 40 de ore de muncă administrativă plictisitoare, iar acest timp nou-descoperit îl vor putea investi în alte sarcini care să-i inspire mai mult. De asemenea, se vor simți probabil mai productivi, mai bucuroși, mai mulțumiți și mai puțin obosiți. Un lucru și mai bun este o mare probabilitate că vor obține mai ușor rezultate bune și astfel își vor măări oportunitatea de obținere a unor bonusuri sau a unui salariu mai mare.

Cu alte cuvinte, beneficiul reprezintă o anumită motivație pentru a accepta ideea, pentru a cumpăra un produs sau un serviciu. Când ne dăm seama ce poate obține o altă persoană sau ce probleme poate soluționa cu ajutorul propunerii noastre, primul mod de a convinge persoana este de a-i atrage atenția. Vom reuși să facem acest lucru dacă îi vom spune ce anume va avea de câștigat.

Iată un fapt legat de publicitate care vă poate interesa. Conform cercetărilor, s-a constatat că titlul are o pondere de 80% din întregul anunț, fiindcă dacă titlul nu este bun, acesta nu va atrage atenția cititorilor și, prin urmare, nici restul anunțului nu va fi citit. Care credeți că sunt ideile pe care le comunică cele mai profitabile anunțuri? Iată câteva exemple:

- Cum să obțineți publicitate gratuită
- Cum să vă faceți prieteni printre oameni influenți
- Cum să vă îmbunătățiți memoria
- Cum să vă îmbunătățiți nivelul de trai fără schimbarea locului de muncă
- Cum să vă simțiți bine într-o cameră plăcută, cu multă liniște – chiar și în zilele toride de vară
- Plătiți prea mult pentru asigurarea auto? Aflați cum să economisiți sute de euro
- Modul facil de a vă schimba locul de muncă
- 7 simptome de sănătate pe care nu trebuie să le ignorați
- Sfaturi pentru un păr nu tocmai perfect

Iată un mic exercițiu pentru dvs. În cadrul domeniului în care lucrați, pe baza ideilor pe care vreți să le transmiteți altor persoane, gândiți-vă la beneficiile pe care le vor obține aceste persoane dacă vor fi de acord cu propunerile dvs.

Apoi, comunicați-le. De exemplu, un director financiar îi poate spune directorului general: „Am o idee pe care eu o consider foarte interesantă. Conform evaluării pe care am efectuat-o, cred că micșorarea costurilor fixe cu aproximativ 7% ne poate ajuta. Acest lucru ne va aduce lunar un profit mai mare cu circa două milioane și două sute de mii de lei”.

Sau, directorul de producție le poate spune angajaților săi: „Am dezvoltat un nou mod de producție care va accelera producția cu 10%. Dacă reușim să implementăm acest nou mod și să obținem rezultate bune în următoarele 60 de zile, toți angajații vor primi un bonus echivalent cu un salariu lunar.”

Influența nu înseamnă să știi să vorbești, ci să știi să asculți!

O altă tehnică de prezentare convingătoare este adresarea întrebărilor potrivite. Atunci când aveți întrebări bine formulate și inteligente, veți lăsa o impresie mult mai puternică decât orice altă frază pe care o puteți enunța.

De ce? Fiindcă punând întrebări, dvs. descoperiți ce vrea, ce crede sau ce așteaptă cealaltă parte. Punând întrebări, arătați că sunteți interesați să auziți opinia celeilalte persoane care se află în fața dvs. Cu alte cuvinte, dați dovadă că sunteți predispuși să ascultați ceea ce are de spus. Întrebările vă ajută să înțelegeți persoana și să creați o legătură mai puternică bazată pe loialitate, decât să explicați ce și cum trebuie procedat, fără dorința de a afla care este opinia interlocutorului.

Mai jos vă enumerăm câteva modele de întrebări pe care le puteți utiliza:

- Ce credeți despre...?
- Care este opinia dvs. în legătură cu...?
- Ce altceva ați mai încercat să faceți?
- Unde se află momentan cea mai mare provocare?
- Unde credeți că există un mediu propice pentru dezvoltare?
- Credeți că ar fi mai bine să se procedeze diferit în legătură cu...?
- Ce experiență aveți în legătură cu...?
- Ce considerați important în legătură cu...?
- Ce ați prefera să se întâmple dacă începem să...?
- Sunteți deschiși la o propunere mai diferită?

Dacă aveți o întrebare bună pentru persoana cu care colaborați, cu siguranță veți primi un răspuns. Și mai bine, veți primi un răspuns bine conceput. Prin aceasta, deschideți ușa unei comunicări directe, extrem de utile dacă vreți să aveți o relație bazată pe loialitate și dacă vreți să transmiteți propria dvs. convingere pentru ca aceasta să fie și realizată.

Cel mai simplu mod de a obține ceea ce doriți

A treia tehnică este simplă, dar foarte puțini sunt cei care o aplică. Regizorul de film, Woody Allen, a spus: „50% din succes se află în prezentare.” Cu alte cuvinte, majoritatea persoanelor nici măcar nu încearcă să își prezinte ideea, produsul sau serviciul.

În urma unor cercetări, s-a descoperit că peste 80% din contracte sunt încheiate abia după a cincea încercare, și cu toate acestea, 50% din vânzători renunță după prima încercare, iar aici vorbim despre vânzători profesioniști. Imaginați-vă doar câte idei bune rămân nepuse în aplicare, câte succese rămân nerealizate, câte salarii excelente rămân neplătite, numai din cauza faptului că nu a existat curajul de a întreba sau de a cere ceva.

De aceea, un mod foarte simplu de a obține ceea ce vreți este să spuneți care sunt așteptările dvs. Întrebați, cereți! Dacă prima dată vi se spune „Nu”, a doua oară concepeți o altă metodă de abordare și întrebați din nou. Întrebați din nou și din nou. Trebuie să știți că, pentru a avea succes, este suficient ca ultima dată să auziți „Da”.

Un manager care a reușit să mărească profitul companiei sale cu două milioane de euro, mai mult decât oricare alt manager, poate să meargă la director și să îi spună: „Conform rezultatelor realizate în companie, cred că există o bază bună pentru o mărire de salariu. Nu trebuie să acceptați această mărire pe loc, însă aș vrea să discutăm pe această temă. Ce spuneți?”.

Nu credeți că este ușor? Însă, un număr foarte mic de persoane ar îndrăzni să facă așa ceva. Cere și ți se va da! Pentru început aceasta este totul. Trebuie să rețineți că nu este suficient să fiți foarte buni în ceea ce faceți. Majoritatea persoanelor cu care lucrați și cu care puteți lucra apreciază abilitățile de comunicare convingătoare, necesare pentru lucrul în echipă.

De unde să începeți? Este simplu. Există diverse cărți care vă pot ajuta să stăpâniți abilitățile de vânzarea, comunicare și negociere. Când veți începe să citiți aceste cărți, totul vi se va părea mult mai interesant. Pentru început, vă propunem două titluri excelente: „The Sales Bible” de Jeffrey Gitomer și „How to master the art of selling” de Tom Hopkins.

Cum să dobândiți abilități de afaceri și cum să obțineți o diplomă care să vă asigure joburi bine plătite

Vreți să obțineți într-un singur loc toate abilitățile de afaceri, începând cu controlul adecvat al proceselor de lucru și al finanțelor, continuând cu prezentări de succes, vânzări, negociere și conducerea echipelor, până la dezvoltarea abilităților și a competențelor personale de leadership și antreprenoriat... și multe altele?

BusinessAcademy este o academie autorizată de către Departamentul de Examinări Internaționale al Universității Cambridge pentru a instrui cursanții conform unei programe avansate de abilități în afaceri, care durează un an de zile. Obiectivul nostru este simplu: vrem să vă ajutăm să vă construiți o carieră profitabilă.

În cadrul BusinessAcademy există 12 departamente, și anume: Cambridge Business Program, Marketing and Marketing Management, Sales and Sales Management, Management, Human Resource Management, Entrepreneurship, Business Administration, Financial Management, Project Management, Public Relations, International Business și Investment Management and Stock Exchange.

Cursurile se derulează în două variante. În varianta tradițională, cursanții învață și sunt prezenți fizic în sălile de curs, iar în varianta Distance Learning se studiază prin intermediul Internetului, de la distanță. Fiindcă BusinessAcademy funcționează conform autorizației oficiale a Departamentului de Examinări Internaționale al Universității Cambridge, ambele moduri de școlarizare îndeplinesc standardele ridicate, impuse de primele cinci universități de top la nivel mondial. Pentru a afla totul despre școlarizarea la BusinessAcademy precum și despre modurile în care vă puteți construi o carieră în afaceri cât mai profitabilă, dați clic pe următorul link: www.business-academy.com.

BusinessAcademy™ *by LINKgroup*
Școala oamenilor de afaceri

PENTRU O CARIERĂ PROFITABILĂ ÎN AFACERI:
Prin autorizația Departamentului de Examinări Internaționale Cambridge, școlarizare de un an de zile conform unei programe avansate pentru aptitudini în afaceri



Departamentului de Examinări Internaționale Cambridge

Acest document face parte din seria de rapoarte speciale BusinessAcademy. Pentru mai multe resurse și informații care vă pot fi de folos în cariera dvs., vizitați www.business-academy.ro.

BusinessAcademy | Str. Academiei Nr. 39-41, Et.2, Sector 1 - București,
[+40 \(314\) 326-162](tel:+40314326162)
Bd. Eroilor de la Tisa, Nr. 20A, Timișoara,
[+40 \(0356\) 408-877](tel:+400356408877)
Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, Nr. 73/1, National Business Center,
Chișinău, Republica Moldova
[+373 \(22\) 782-220](tel:+37322782220)