

PRODEJ

DŘINA

NEBO

HRA

Jiří Jemelka



*Knihu věnuji všem poctivým a čestným obchodníkům i těm,
kteří mají upřímnou touhu takovými se stát.*

Jiří Jemelka



Grada Publishing

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Ing. Jiří Jemelka

Prodej – dřina nebo hra

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 5204. publikaci

Odpovědná redaktorka Mgr. Marie Zelinová

Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková

Počet stran 240

První vydání, Praha 2013

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., ROK

Cover Photo © Photobanka Allphoto

ISBN 978-80-247-4805-4

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE

ISBN 978-80-247-8578-3 (ve formátu PDF)

ISBN 978-80-247-8579-0 (ve formátu EPUB)

Obsah

O autorovi	12
Předmluva	13
Úvod	15
1 1.1 Základ života – vybudované porozumění	17
1.2 Úkol člověka – činit druhé šťastnými	18
1.3 Nech být OK vše, co se děje	19
1.4 Vytrvalost je mírou víry	19
1.5 Ved' obchodní schůzku uvolněně a v klidu	21
2 2.1 Jak uvnitř, tak venku	22
2.2 Cíl obchodní schůzky? Nejdříve kvalita – vnitřní klid, vybudované porozumění, teprve potom kvantita – velikost objednávky	23
2.3 Otázky zaměřené na zjištění zákaznických potřeb	24
2.4 Pozornost zaměř ven – na klienta, pak se při obchodování budete oba cítit lépe	26
2.5 Dva faktory, které rozhodují o nákupu – bolest a radost	27
2.6 Vytrvalé zaměření se na kvalitu schůzek přináší výsledky	29
3 3.1 Síla rozhodnutí	31
3.2 Zdravá, nevtravá smělost obchodníka	32
3.3 Pokora poprvé	33
3.4 Pokora podruhé	34
3.5 Otázky – základní nástroj obchodníka	35
3.6 Do třetice všeho dobrého i zlého – pokora	36
4 4.1 Bez sebedůležitosti	38
4.2 Význam obchodu – vytvářet hodnoty pro druhé	39
4.3 Čistota rozhodnutí – rozhodnost, jeden z hlavních klíčů k úspěchu	40

4.4	Zákazníkovi patří plná pozornost aneb Čistý a upřímný zájem o člověka – další klíč k úspěchu	42
4.5	Spustíš? Nespustíš?	42
4.6	Buď obchodník profesionál – s lidskou tváří a vnímavým srdcem	43
5		
5.1	Další klíč k úspěchu – neustálý trénink, neustálé kontinuální zlepšování se coby obchodníka i člověka	46
5.2	Jak uvnitř, tak vně – mé zaváhání, zákaznickovo zaváhání	47
5.3	Základní přesvědčovací nástroje : vnitřní jistota obchodníka, řeč těla, tonalita hlasu – teprve pak následují co do přesvědčivosti slova a jejich význam	48
5.4	Nikdy neházej flintu do žita	50
5.5	Nejlepší způsob, jak navázat rozhovor – vyslovit, co jsem vyzoroval	51
5.6	Zásada pro obchod zní: Nejdříve vždy zjisti potřeby, teprve pak přesvědčivě prezentuj	53
5.7	Po uzavření obchodu se s klientem dál bav o životě – chceš přítele, ne „zákazníka na jedno použití“	54
6		
6.1	Chceš uzavřít obchod? Vybuduj s druhou stranou vzájemné porozumění	57
6.2	Soustřed se ze všech sil na zájmy klienta – vyplatí se to	58
6.3	Mluv od srdce, obchoduj srdcem	59
6.4	Nevyvíjej na zákazníka nátlak	60
6.5	Obchodem chci získat přítele, nejen zákazníka – to je ta nejkrásnější věc na byznys	62
7		
7.1	Vše, co potřebuješ k obchodu – schopnost vybudovat porozumění, schopnost naslouchat a rozhodnutí být druhému užitečný	64
8		
8.1	Když se nedaří, nevzdávej to – nezdary netrvají věčně, vytrvej	67
8.2	Dávej druhému zřetelné najevo, že mu rozumíš – pokud mu skutečně rozumíš	68
9		
9.1	Tajemství „Pana Obchodníka“ – klid, vyrovnanost, touha vyslechnout a pochopit, prozíravě odpovědět, zachovat si v každé situaci vnitřní rovnováhu	71
9.2	Vnitřní klid, vnitřní klid a vnitřní klid	72
9.3	Každý člověk má právo na svůj vlastní názor. Umím to pochopit?	72

	9.4	Nech druhé mluvit, to je celé	73
	9.5	Být v klidu, vnímat, co se děje – a pak říct, co mám zrovna na mysli	75
	9.6	Jak uvnitř, tak vně – platí stále	76
10	10.1	Řekni si o reference	78
	10.2	Znovu a znovu – nejdříve zjistí, co chce zákazník, teprve pak předloží nabídku	79
	10.3	Pokud jsou otázky základním nástrojem obchodníka, potom otázka „proč?“ je mezi nimi zlatem	79
	10.4	Vždy klientovi zrekapituluj, co ses od něho dozvěděl – klidně i třikrát, čtyřikrát za celou obchodní schůzku	81
	10.5	Základní paradox – čím méně chceš prodávat a čím víc chceš pomáhat, tím víc obchodů dojednáš	83
11	11.1	Podceňovaná síla rozhodnutí	84
	11.2	I obchodník má právo vybírat si zákazníky	85
	11.3	Podle ovoce poznáte správnost či nesprávnost rozhodnutí	86
12	12.1	Když uzavřeš obchod, je to OK – když ho neuzavřeš, je to taky OK ...	87
	12.2	Nejdříve seznam klienta s hodnotou a přínosem výrobku/služby pro něho, teprve pak mluv o ceně této hodnoty a přínosu	88
	12.3	Střídej „rytmus“ nálady na schůzce – uvolněnost a smích s vážností a upřímností	89
	12.4	Chvilé, kdy zákazník přemýšlí, je posvátná – buď zticha	91
	12.5	Vždy, vždy, vždy umožni klientovi zachovat si tvář – ať už má pravdu nebo ne	92
	12.6	Nesnaž se dostat klienta tam, kam chceš ty – to ty se přizpůsob jeho potřebám	93
	12.7	Ticho a pohled do očí	94
	12.8	Shrnutí klíčových bodů prodeje	96
13	13.1	A co když klient už má dodavatele, konkurenční firmu? Běž si prostě jen popovídat	98
	13.2	Úsměv od srdce rozpouští ledy	99
	13.3	Nech druhému jeho pravdu	100
	13.4	Nepři se s druhými o nepodstatné věci. Dej klientovi prostor mít pravdu, říct, co chce říct	101

14	14.1 Opakování, matka moudrosti – když si jednou něco uvědomíš, neznamená to, že si toho budeš vědom „navěky“	105
	14.2 Budovat porozumění – základ obchodu	105
	14.3 Sobectví v obchodě – neúspěch jistý	107
	14.4 Dej druhému člověku své srdce – on ti pak dá to svoje. Získej si srdce člověka – on ti pak dá svou důvěru v tebe	108
	14.5 Rozjímání o účelu obchodu	109
	14.6 Na schůzku budu chodit s tím, že na prvním místě je vybudovat porozumění	110
15	15.1 Co to znamená být v kůži druhého člověka	112
	15.2 Několik slov o telefonování	113
	15.3 Když je klient vztekly, běž za ním ve své emoci vědomě „dolů“	115
	15.4 Měj z obchodu radost, neboj to smrtelně vážně	117
16	16.1 Co když mám v hlavě myšlenku: „Nezvládnou to!“	119
	16.2 Pouhé potlačování negativních pocitů tě vždy zradí	120
	16.3 Dělej vše nejlépe, jak umíš. Podle nejlepšího vědomí a svědomí – pak bude vše OK	120
17	17.1 Řekni klientovi, že nejsi prodejce, který musí za každou cenu prodat – myslíš-li to vážně, sblíží vás to	122
	17.2 Zajímej se o druhé tak dlouho, dokud se nezačnou oni upřímně zajímat o tebe	124
	17.3 Když nevíš, co říct nebo udělat, mlč, buď v klidu a nech věcem volný průběh	126
	17.4 Když se ti nedaří, nevzdávej se. Buď aktivní, používej zdravý selský rozum, dej do „toho“ srdíčko	128
	17.5 Možná stačí méně hodnotit a více se snažit porozumět	129
18	18.1 Na prvním místě člověk, ne obchod	131
	18.2 Dávej druhým najevo, že jim rozumíš – vytváří to „most porozumění“ mezi vámi	133
	18.3 Používej další nástroj obchodníka – usměrňování toku zájmu	134
	18.4 Jak můžeš reagovat, mimo jiné, na zákaznickou otázku: „A co mi vlastně můžete nabídnout?“	136
	18.5 Nech zákazníky, ať si vybírají a nakupují sami. Neprodávej, jen usměrňuj obchodní jednání	137
	18.6 Dej zákazníkovi šanci a prostor přemýšlet o tom, co chce	138

	18.7 Tvůj neverbální projev dává klientovi výraznou zpětnou vazbu – nehodnot tedy klientova slova přehnaným neverbálním projevem (vytřeštěnými očima apod.), pokud mluví o něčem choulostivém	140
	18.8 Řekni si o obchod	141
	18.9 A co když přijde námitka?	142
	18.10 Co následuje po schůzce?	143
19	19.1 A kdo tluče, tomu bude otevřeno... Tluč, pros, hledej	145
	19.2 Jedna z největších chyb – být netrpělivý	147
	19.3 Otázky – klíč k cestě a výsledku	147
	19.4 Obchodník, který nemá v prodeji výsledky, nemá skutečné odhodlání uspět	148
	19.5 Několik postřehů navíc	149
20	20.1 Na nic si nehraj, buď upřímný a přirozený, buď sám sebou	151
	20.2 Trpělivě a upřímně se zajímej	151
	20.3 Co se mám tímto naučit?	153
21	21.1 Na obchodní schůzku se připrav, nepodceňuj význam přípravy	155
	21.2 Odstraň svou vlídnost sociální masky a tvrdost obchodních partnerů	156
	21.3 Co tím máte na mysli, hodně peněz?	156
	21.4 Při zvládání námitek neargumentuj, snaž se vžít do zákazníka a pochopit to, čeho se bojí. Pak předlož důkaz, ne argument	158
	21.5 Zkoušej to. Kdo nic nezkusí, nic nezíská	160
	21.6 Na počátku schůzky se pohodlně posaď a sed' tak po celý rozhovor	161
22	22.1 Sedm bodů prodeje	163
	22.2 Klid, pohoda, duševní rovnováha	163
	22.3 Upřímnost nad zlato	164
	22.4 Trpělivý zájem	165
	22.5 Pozorné naslouchání	167
	22.6 Porozumět lidem	167
	22.7 Stále se učit	168
	22.8 Účel	169

23	23.1 Duševní stav obchodníka – proč jej řešit?	171
	23.2 Tvoje schopnosti říkají: „Dokážeš to“	171
	23.3 Věnuj pozornost tomu, co cítíš uvnitř, nejen tomu, co vidíš vně	172
	23.4 Buduj důvěru, teprve pak prodávej	173
	23.5 Klíč k obchodu – najít přání a potřeby zákazníka. Najdi aspoň 5–7 důvodů „proč“	174
	23.6 Použijvej shrnutí, rekapitulaci rozhovoru tak často, jak jen to jde	174
	23.7 Sleduj nejlepší zájmy klienta	176
	23.8 Jak vypadá profesionální obchodník?	176
24	24.1 Síla rozhodnutí působí stále	178
	24.2 Trpělivost, trpělivost, trpělivost	179
	24.3 Lidi nezajímá, co pro ně máš, dokud nepoznají, že se zajímáš především o ně	179
	24.4 Plusové body v komunikaci	180
	24.5 Projevovat úctu druhému člověku – základní lidská slušnost	182
	24.6 Člověk velmi dobře reaguje na „plusovou komunikaci“	183
25	25.1 Tisíc a jedna každodenní maličkost	186
26	26.1 Naslouchej svému vnitřnímu hlasu, hlasu svědomí	197
	26.2 Intenzita, energie, moudrost	198
27	27.1 Základ života	200
28	28.1 Psychická příprava na schůzku	201
	28.2 Udělej během přípravy na schůzku vše, co je v tvých silách – na schůzce samotné dej věcem volný průběh	202
	28.3 Kompas pro životní cesty	203
29	29.1 Vytrvalá a vstřícná snaha o komunikaci	205
30	30.1 Pokud ti klient zruší smlouvu, nevzdávej se, nezanevři na něj – kontaktuj ho za nějaký čas v přátelském duchu znovu	207
	30.2 Historicky byl prodej založen především na prezentaci a přesvědčování. Poté přišla doba, kdy obchodníci především naslouchali. Dnes se obchod posouvá dál. Jeho základem bude přátelství – a samozřejmě kvalitní produkt	208

30.3	Klientova otázka, obava, nejistota – to nejsou námitky	209
30.4	Nátlakem a argumentací zvládají námitky amatéři. Profesionální obchodník zvládá námitky porozuměním, pochopením, otázkami, vstřícností, diskuzí a trpělivostí	210
30.5	Nereaguj na slovní výpady – buď stále klidný, drž se debaty k věci	211
30.6	Vyjít se dá s každým, pokud se pro to rozhodneš a jsi připraven zaplatit za to cenu – od trpělivosti přes sebezapření až po pokoření	214
30.7	Cesta na vrchol. A zpátky	215
31	31.1 Obchod s přítelem	218
	31.2 Upřímnost k sobě samému	220
	31.3 Udělej z úspěchu zvyk	221
	31.4 Příčina a důsledek, akce a reakce, kauzalita	223
	31.5 Jak se zlepšovat?	224
	31.6 Znamení dobrého obchodníka	225
	Závěr	233
	Doslov	234
	A na úplný závěr	235
	Seznam lekcí	236

O autorovi



Tuto knihu napsal na základě svých prodejních zkušeností obchodník, marketingový specialista, odborník na růst a rozvoj firem, podnikatel, školitel, lektor a kouč v oblastech management, prodej, marketing a finance: Ing. Bc. Jiří Jemelka. Zakladatel společnosti J.I.P. pro firmy s.r.o. zaměřené na zvyšování produktivity v obchodních i výrobních firmách (www.jip-pf.cz), provozovatel specializovaného webu restrukturalizace.cz a marketingového poradenství na www.btcí.cz. Díky zkušenostem, praktičnosti uvažování, schopnosti rychle a věcně proniknout do problému se všemi podstatnými souvislostmi a vazbami je považován za odborníka v dané oblasti.

Vystudoval VŠB-TU Ostrava, obor Management a ekonomika, dále studoval na Impac University, USA, Florida, 2005, obor Operations Organization. Deset let se věnuje obchodnímu, podnikovému a marketingovému poradenství, rozvoji, revitalizaci a restrukturalizaci firem, vzdělávání podnikatelů, manažerů, marketingových pracovníků a obchodníků. Systematicky pracuje s obchodníky, manažery a podnikateli s hlavním cílem – zlepšit jejich dovednosti a výsledky.

Již ve 24 letech stál poprvé před lidmi jako trenér krátkých dvouhodinových přednášek. Věnoval se prodeji, manažerským konzultacím a stále hledal fungující způsoby, jak vyřešit prodejní i manažerské problémy, se kterými se dnes a denně setkávají jeho klienti. Této činnosti se věnuje dodnes. Postupem času kombinací vlastních zkušeností, zkušeností klientů a tipů získaných dalším vzděláváním vytvořil systém prodejních a manažerských nástrojů, kterými lze velice účinně zvyšovat tržby, zisk, produktivitu lidí a efektivitu provozu. Během deseti let přispěl k růstu desítek firem z různých odvětví i z různých částí ČR.

Předmluva

Vítám tě u čtení této knihy, ve které najdeš detailně popsané události z konkrétních obchodních schůzek. Jedná se o skutečné příběhy, které jsem měl možnost prožít během svého působení ve firmě, jež poskytuje svým klientům manažerské a obchodní tréninky. Pracoval jsem zde na pozici obchodníka. Během této práce jsem v sobě objevil skryté „hodnoty“. Začal jsem totiž používat (a to nejen v práci) trpělivost, vnímavost vůči životu, opravdovost v zájmu o druhé, pracovitost, přání neustále se zlepšovat... Tyto hodnoty mi byly v dosavadním životě cizí. Právě zde jsem se učil dělat první krůčky v obchodě. Učil jsem se obchodovat ne za účelem zisku, ale za účelem služby. Učil jsem se objevovat a rozvíjet v sobě dovednosti, jež jsou pro prodej podstatné. Při tom mi pomáhali především dva muži, kterým jsem dodnes vděčný, R. Z. a M. K. Oba jsou mými bývalými šéfy. Obou si velmi vážím a děkuji jim za vše, co mi předali. „Dávali ze sebe“ a učili mě žít pro druhé. Pomáhali mi být lepším člověkem.

Všechno, co mě naučil život sám, jsem v průběhu času zachytil v podobě „úspěšných akcí“. V nich jsem se snažil popsat, proč se mi podařilo zrovna v ten který den uzavřít obchod s klientem. Své postřehy jsem psal, abych si lépe zapamatoval, co vlastně dělám v obchodě správně. Snažil jsem se pojmenovat „důvody proč“, proč se mi dařilo, abych tyto „pojmenované principy“ mohl používat znovu při dalších obchodních schůzkách. Věřil jsem, že úspěch v obchodním jednání má své příčiny. Přál jsem si je objevit, ale neměl jsem v úmyslu je zveřejňovat. Později – již coby lektor a kouč – jsem pomáhal obchodníkům jedné firmy zlepšovat prodejní výsledky, a když jsem jim dal přečíst své zápisky o obchodních schůzkách, obrátili se na mne s dotazem: „Proč to nevydáš? Vždyť by to mohlo pomoci i jiným!“ Jejich spontánní reakce mě přivedla na myšlenku tyto zápisky zveřejnit.

Respektuji soukromí svých bývalých klientů, a proto nezveřejňuji ani názvy jejich firem, ani jejich jména. Stejně tak si uvědomuji, že za mnohé poznatky vděčím svému působení ve vzdělávací firmě a neúnavnému vedení ze strany svých dřívějších šéfů. Proto respektuji zájmy firmy, ve které jsem pracoval, a neuvádím v knize nic, co by se s těmito zájmy křížilo.

Přál bych si, aby ti tato kniha pomohla cítit při obchodování opravdovou vnitřní pohodu a radost z práce, kterou děláš. Vnitřní pohodu místo vnitřní křeče a stísněnosti, jak jsem toho byl u mnoha obchodníků (včetně sebe sama) svědkem. Budu vděčný za příležitost přispět k tomu, že se i tobě stane obchod hrou. Hrou místo dřiny. Budu vděčný, pokud i díky této knize objevíš krásu, která se v obchodě ukrývá. Obchodování je forma umění, stejně jako zpěv, malování, psaní nebo jakákoli jiná umělecká činnost. Obchod je umění, obchod je poctivé řemeslo. Obchod je krásná práce, v níž jde o setkávání s lidmi, o komunikaci, o vytváření hodnot pro druhé. Vraťme obchodování pozici, která mu sluší a patří. Pozici, která ctí základní zákony života – službu, vytváření hodnot pro druhé, poctivost, slušnost, respekt k druhým, pracovitost.

Úvod

Kdysi jsem dostal od kamarádky jeden z těch e-mailů, které se hromadně rozesílají všem známým. Znáš to. Když ho odešleš do pěti minut po přechtení, budeš mít do tří dnů štěstí. A když ho nerozešleš, budeš mít smůlu. Seznámím tě s ním. Vystihuje totiž dobře obsah celé následující knihy, její pohled na obchod a na dosahování dobrých prodejních výsledků. Máš tedy možnost posoudit již na začátku, zda budeš věnovat pozornost celému jejímu obsahu.

Nepřivlastňuji si autorství níže uvedené citace. Neznám jméno autora, proto ho zde neuvádím. Text cituji doslova, jen oslovení „Můj synu“ jsem změnil na „Můj obchodníku“.

„Můj obchodníku,

dobrá rada je vždy cenná. Nikdo se přece nenarodil moudrý. Každý potřebuje zkušenost a čas. Žil jsem a pozoroval svět déle než ty, a proto věz, že není zlato vše, co se trpí. Viděl jsem padnout zářící hvězdu a také jsem viděl, jak se zlomila mnohá opěrná hůl, na niž lidé spoléhali. Chci ti dnes dát některé rady, abys i ty věděl, k čemu jsem dospěl a co mě čas naučil.

Uprostřed hluku a chvatu buď klidný a trpělivý. Mysli na pokoj a mír, který může existovat jen v tichu. Ze všech svých sil se snaž vycházet s lidmi v míru. Svou pravdu říkej klidně a jasně, ale vyslechni i jiné. Nezapomeň, že i ti, kteří nejsou zrovna učenci a kteří mnohdy jednají těžkopádně, ti mají co říci. Vyvaruj se lidí násilných a hlučných. Ti by do tvého života nepřinesli nic dobrého, jediné neklid.

Podář-li se ti splnit svá předsevzetí a dosáhneš-li úspěchu a uznání, zůstaň nadále skromný. Skromnost a pokora jsou jediným trvalým majetkem. Věz, že není velké a dobré a není pravdivé to, co neobstojí před věčnou Pravdou deseti prikázání. Drž se proto pevně dobrého a neříkej nikomu zlé. Pamatuji,

milý obchodníku, že pravda se nikdy neřídí podle nás, ale my se musíme řídit podle pravdy.

Nikoho se neboj více než sebe samého. V našem nitru bydlí soudce. Je jím svědomí, které nezklame a na němž záleží víc než na souhlasu celého světa. Nic nečiň proti jeho radám. Pamatuj si provždy, že promlouvá velmi tiše, a budeš-li je neustále přehlížet, ztichne docela. Toho se varuj!

Uč se od druhých. A kde se mluví o moudrosti, svobodě a pokoře, tam vždy pilně naslouchej! Bude-li tě někdo chtít učit moudrosti, podívej se mu nejprve do tváře a do očí, protože věčné hodnoty může rozdávat pouze ten, kdo je sám dost moudrý.

Čiň dobře a nestarej se o odměnu. Svou práci konej s plnou odpovědností a do cizích záležitostí se nepleť.

Nikomu nepochlebuji a sám pochlebování nepřijímaj. Neříkej vše, co víš. Ale sleduj, co říkáš. Buď ochoten vyslechnout každého. Nedělej žádnému člověku těžké srdce.

Posiluj v sobě touhu vždy konat dobro. Denně se také v tichosti zabloubej do myšlenek o životě a smrti, abys mohl s nezatíženým svědomím odejít z tohoto světa.

To, co nazýváme smrtí, je jen proměna k novému bytí. Učiň vše, abys na druhý břeh odcházel s láskou a úctyplnou bázní ke svému Stvořiteli, kterého jsi poznal v jeho dílech na zemi a svým životem vyznal.“

Konec citace. A nyní již následují příběhy, které přinesl život.

Píše se rok 2003...

Kapitola

1

1.1 Základ života – vybudované porozumění

28. 1.

Zdravím tě, obchodníku!

Dneska jsem se vrátil domů a mám skvělý pocit z odvedené práce, tak se o něj chci s tebou podělit.

Začalo to už ráno. Byl jsem ve škole na zkoušce z předmětu Bankovníctví a kapitálové trhy. Proč tady o tom píši? Protože tajemství života a základ obchodování – vybudovat porozumění s lidmi – jsem zužitkoval i u zkoušky. Zkouška byla (alespoň pro mě) složitá, měl jsem značné mezery ve znalostech. Nakonec se paní zkoušející rozhodla, že mi dá trojku. Řekl jsem jí, že to беру, protože v současnosti se věnuji naplno práci a navíc mě čeká ještě dalších pět zkoušek. Takže myšlenka na opakování zkoušky pouze kvůli lepší známce nepřipadá v úvahu. Se známkou jsem byl smířený.

Profesorka se na mě podívala a zeptala se na moji práci. Ve stručnosti jsem jí řekl, že jsem obchodník. Chvilí jsme si povídali o tom, co to všechno obnáší. Pak jsem projevil zájem o ni a na oplátku jsem se zeptal na její práci. Mimo jiné jsem byl zvědavý i na to, zda používá teorii, kterou učí, v praxi. Řekla, že ne. Poté jsem jí položil několik dalších otázek, a ani nevím jak, najednou byl z našeho rozhovoru velmi příjemný dialog o životě. Upřímně jsem se o ni zajímal. Člověk pozná, zda je zájem

druhého předstíraný (motivovaný ziskuchtivostí), nebo zda jde skutečně od srdce.

Po několikaminutovém rozhovoru o životě řekla, že mi dá ještě doplňující otázku – ať jí povím, co je to „zlatá akcie“. Byl jsem překvapený, že se znovu vrátila ke zkoušení. Řekl jsem jí, co jsem na dané téma věděl. A když už jsme si před tím tak příjemně popovídali o životě, zapojil jsem ji do rozhovoru. V podstatě jsme si spolu pěkně pohovořili na téma zlatá akcie. Diskuzi uzavřela slovy, že mi nakonec tedy dá s přimhouřenýma očima dvojku.

Bylo to milé překvapení. Nic takového jsem nečekal. Měl jsem radost. Ale ani ne tak z té známky. Kouzlo celé situace bylo v tom, že jsem s ní vybudoval porozumění, „jen“ jsem se zajímal o ni jako o člověka. Pro dobrý pocit nás obou. Prostě jsem chtěl, aby se ona cítila dobře. A abych se i já cítil dobře. A z ničeho nic se mi tento projev „ochoty zajímat se“ vrátil v podobě snahy druhé strany vyjít mi také vstříc.

1.2 Úkol člověka – činit druhé šťastnými

D. Chopra ve své knize *Vytváření hojnosti* píše o tom, že: „... *po pravdě řečeno, úkolem každého z nás je učinit šťastným každého člověka, se kterým přijdeme do styku.*“ Teď jsem jeho slova zažil v reálném životě a mám z toho moc příjemný pocit. Proč nechodit po světě a nedělat druhé šťastnými, aniž bych od nich něco chtěl? Už jen ten pocit, že vidím druhého, jak se cítí příjemněji, mi dává zpátky něco cenného – pociťuji radost.

Podívejte, co udělala moje snaha vybudovat porozumění s paní zkoušející! A to z ní měla většina studentů strach, protože ji předcházela pověst nepříjemné profesorky! Vytvořené porozumění ji proměnilo ve velmi příjemného člověka. Ukázala i druhou stránku své osobnosti, vstřícnost. A to je cenné poučení do života. Všude, ať ve škole ve vztahu učitel–žák, či v obchodě ve vztahu klient–obchodník, jde především o setkávání dvou lidí. O komunikaci člověka s člověkem. A člověk se cítí dobře, když si

s druhým rozumí. Lidé nebyli stvořeni proti sobě, byli stvořeni pro sebe. Klíčem k srdci člověka je ochota porozumět mu.

Ještě jedna perlička na závěr. Když jsem odcházel ze zkoušky, řekla mi ta paní, že když budu někdy investovat na kapitálovém trhu, tak se u ní můžu stavít pro pár užitečných informací. Řekni sám, nepřináší větší radost zajímat se v první řadě vždy o druhého člověka? Snažit se s ním vyjít, vybudovat porozumění?

1.3 Nech být OK vše, co se děje

A teď k práci. Minulý týden jsem se naučil zase něco nového o porozumění. Taky jsem více pochopil, co to znamená být v klidu, nechat být vše, co se děje, OK. Trpělivě to, co se děje, vnímat. Uvědomuji si, že když budu vědomě chtít (a já chci), může být život jedna velká radost. Radost, díky „bytí v klidu“, za každé situace. Úžasná myšlenka – dělat cokoliv v životě, úplně všecičko v naprostém klidu.

Před pár dny jsem si přečetl pro mě velmi hodnotnou myšlenku: „*Mít klid, být v klidu a odpočívat v klidu lze jen v přítomném okamžiku.*“ To znamená nelétat v mysli do minulosti či do budoucnosti.

Mám přání, abych jednou byl ve všech situacích klidný – ve smyslu pokojný, mírný. V jakékoliv situaci, při jakékoliv činnosti. Mám přání objevit trvalý vnitřní klid a mír. Kéž by se mi to povedlo. Je to smělá myšlenka, zejména proto, že v sobě cítím mnoho neklidu. Uvědomuji si, že nemůžu mít kontrolu nad každou situací. A ani nechci. Ale můžu mít vždy kontrolu nad sebou, být vyrovnaný a přemýšlet.

1.4 Vytrvalost je mírou víry

V posledním týdnu jsem prošel několika situacemi, ve kterých jsem si ověřil, že to hlavní, co k práci potřebuji, je vnitřní víra v dosažení žádoucích výsledků.

Největší zkouškou pro udržení víry je neúspěch. Víru posiluji tím, že si ráno i večer dělám takové cvičení. Na 10–15 minut zavřu oči a prostě jsem „jen“ v klidu. Jednoduché? Ano. Dětské? Možná. Mimochodem, nejsme všichni tak trochu „přerostlé“ děti? Netoužíme všichni po tom, abychom se cítili dobře, abychom mohli dělat to, co zrovna chceme?

Jedna věc je jistá. Dané cvičení funguje. Svědomí mi tíše, ale silně říká, co mám dělat, a moje víra, že se mi podaří být dobrým obchodníkem, roste. To je celkem zajímavé zjištění, vezmu-li v úvahu, že s profesí obchodníka jsem začal před třemi měsíci a od té doby jsem vlastně uzavřel jen jeden obchod – a jinak vůbec nic. Jsem přesvědčený o tom, že kdybych ráno a večer, nebo alespoň jednou denně, nedělal toto cvičení „ztišení“, byl bych vnitřně na pochybách, zda dál dělat profesi obchodníka, zda to raději nezabalit a nejtít si hledat jinou práci. Je velmi pravděpodobné, že strach z neúspěchu a pochybnosti, „zda to zvládnou“, by mě omezovaly, vzbuzovaly by ve mně nervozitu. To by se pak projevovalo také na kvalitě mého osobního života, která souvisí i s mými pocity.

Díky tomuto dennímu ztišení prostě nepochybuji o tom, že za nějaký čas budu „prodávat, kam přijdu“. Budu vnitřně silný, budu poskytovat jistotu a stabilitu sobě i lidem kolem. Věřím v to. Vytrvale to budu sledovat. Vytrvale chci sledovat přání svého srdce, chci za nimi jít. Ne křečovitě, ne ve spěchu. Naopak. V klidu. Držím se myšlenky: „*Neběžím za svými cíli. V klidu za nimi jdu.*“ Vytrvale znamená, že když spadnu, zase vstanu a jdu dál. A tak dále, stále znovu a znovu. Stále sleduji to, co mi dává hluboký smysl. Nezaměřuji se na věci, které se mi naposledy nepovedly. Zaměřuji se na to, co mám příště udělat lépe. Díky tomuto „duševnímu postoji“ mám v poslední době opravdu radost ze života. Před očima se mi otvírá úplně jiný vesmír než ten, ve kterém jsem žil doposud.

1.5 Ved' obchodní schůzku uvolněně a v klidu

Ještě jedna myšlenka k výše uvedeným slovům o víře, vytrvalosti, nechávání všeho, co se děje, OK, k budování porozumění s lidmi a k dennímu ztišení.

Jak se to vše odráží na schůzkách s klienty? V průběhu pracovních jednání cítím velkou změnu. Přijdu ke klientovi, naprosto uvolněně a přirozeně mu v úvodu řeknu, co dělá naše firma a proč jsem přišel. Dřív se mi stávalo, že po úvodu nastalo trapné ticho. Klient moc mluvit nechtěl a já nevěděl, co říct, na co se zeptat. Jakákoli snaha o komunikaci pak vyznívala nepřírozeně a vtíravě. Dřív jsem musel dávat hodně otázek, abych druhého vtáhl do komunikace – aby se rozpovídal. Ale dnes?

Tak například dnes jsem měl tři schůzky, tři krátké výstižné úvody, které jsem řekl v naprostém klidu... a klienti se vždy sami rozpovídali. Dnešní poslední schůzka toho byla největším důkazem. Třebaže jsem neuzavřel obchod, považuji tu schůzku za „úspěšnou akci“. Schůzky ti popíšu v příštím dopise. Jestli budeš mít zájem číst, dozvíš se, jak vypadaly.

Tak zatím ahoj!

Jirka

Dnešní lekce

1. Za každé situace se uč budovat porozumění s lidmi. Jak? Svou vstřícností, zájmem o druhé, pokorou, trpělivostí, klidem, snahou spíše chápat než být pochopen.
2. Nechávej každou situaci být OK. Více než s okolnostmi vyrovnávej se vnitřně se svými pocity, ať už to je vztek, zlost, strach, pýcha či cokoliv jiného. Nevylévej si své negativní pocity na druhých. Kdo ovládá sám sebe, je nad dobyvatele měst. Kdo se nedokáže ovládnout, je jak město se strženými hradbami.

Kapitola

2

2.1 Jak uvnitř, tak venku

29. 1.

Ahoj všichni a zdravím zvláště tebe, obchodníku!

Jak vypadaly schůzky uskutečněné 28. ledna?

První schůzka pro mě znamenala velký „průlom“. Poprvé jsem si uvědomil, jakým způsobem průběh schůzky ovlivňuje moje vnitřní rozpoložení. Vědomě jsem se zaměřil na to, abych použil v praxi informace, které jsem v posledních dnech pochopil – viz první dopis. Přišel jsem na schůzku; v klidu, se soustředěním na to, aby klient přesně pochopil moje slova, jsem řekl úvod. On se hned po úvodu rozpovídal. To se mi dřív moc nestávalo. Najednou jsem zjistil o klientovi spoustu užitečných informací, aniž bych mu dal jedinou otázku.

Ve chvíli, kdy domluvil, jsem už věděl, čeho se mám při zjišťování potřeb držet. Položil jsem vždy jen jednu krátkou otázku a on mluvil a mluvil. Díky jeho úvodním slovům jsem věděl, co ho zajímá, mohl jsem se tedy ptát víc do hloubky. Potvrzoval jsem mu jeho slova. „Potvrzovat“ znamená dávat druhému najevo, že rozumím tomu, co mi říká – pohybem hlavy, mimikou, gesty, slovy. Snažil jsem se klientovi skutečně rozumět. Usiloval jsem o to, abych s ním vybudoval vzájemné porozumění. Po většinu času jsem byl potichu, naslouchal jsem, dával jsem najevo, že vnímám a rozumím tomu, co říká. Podařilo se mi zjistit jeho potřeby,

pochopit, kde ho „tlačí bota“. Musím však přiznat, že jsem nedokázal tyto informace využít a postavit je klientovi tak, aby ucítil potřebu popísanové problémy řešit. Nedokázal jsem ho přivést k tomu, aby viděl svůj problém jako věc řešitelnou skrze účast na semináři (skrze nákup naší služby). Schůzka proběhla v příjemné, přátelské atmosféře a jsme domluveni na dalším kroku.

2.2 Cíl obchodní schůzky? Nejdříve kvalita – vnitřní klid, vybudované porozumění, teprve potom kvantita – velikost objednávky

Odcházet jsem ze schůzky a byl jsem rád, že se mi podařilo dosáhnout dvou cílů, co se kvality týče: 1. Vybudovat s klientem porozumění. Nechci dělat obchod s někým, s kým nejsem přítel. 2. Být v klidu. Být v pohodě. Nenervovat se, zda udělám obchod. Uvolněně dýchat a nechat být OK každou situaci, která nastane.

Na druhé straně, kvantitativní cíl – uzavřít obchod – jsem nesplnil. S takovou se dlouho jako obchodník „neudrším naživu“. Nedokázal jsem v rozhovoru přiblížit klientovi to, co jeho firmu „brzdí“ a jak mu naše služby mohou pomoci.

Někdy mám pocit, že se na schůzce plácám jak ryba na suchu. Když jsem kdysi začínal jako obchodník, nedařilo se mi navodit s klientem příjemnou atmosféru, vtáhnout ho do otevřené komunikace. Nedařilo se mi dobře zjišťovat jeho potřeby. K nabídce jsem se ani pořádně nedostal. Dnes se v těchto věcech pomalu zlepšuji. Ale pořád nevím, jak dál. Nevím, jak získané informace (z obchodní fáze, kterou bychom mohli nazvat „zjišťování potřeb“) použít, abych klienta přivedl až ke stavu, kdy ucítí potřebu říct: „Kde máte tu smlouvu? Dejte mi ji, podepíšu to. Na ten váš seminář chci jít.“ A k tomu dodá: „Byl bych blázen, kdybych nevyužil vašich služeb.“

Vím, co mám dělat – z tréninků o prodeji, z knih, z dobře míněných rad svých kolegů či šéfa. Vím, co mám dělat, tolikrát jsem to slyšel od všech, se kterými jsem se na téma obchod bavil. Jedna věc je slyšet rady, a druhá je dostat tyto rady do krve, umět je přeměnit v čin. Jedna věc je něco znát/vědět. A druhá věc je umět/dělat to, co znám/vím. To jsou dvě odlišné věci: znalosti a dovednosti. Vědět, co dělat, a dělat, co znám – v tom je velký rozdíl. Jak se ale dostat do stavu, kdy dokážu použít vědomosti v praxi? Jak se dostat do stavu, kdy dokážu dělat to, co znám/vím?

Odpověď je: opakováním. Prostě se to naučit děláním. Trpělivostí a opakováním. Trpělivostí a postupným zlepšováním se. Američan by řekl: „*Learning by doing*.“ Když už jsme u těch Američanů, Lee Iacocca říká: „*Naučit se dá všechno. Ale vyžaduje to čas a úsilí. Když něco děláte znovu a znovu, nakonec tomu přijdete na kloub. Když něco neustále opakuje, stane se to vaší součástí.*“ Aneb slovy Donalda Trumpa: „*Znalost se stává instinktem.*“ Edison se držel výroku: „*Klíčem k úspěchu je pokus. Ne jeden pokus. Ale tisíckrát opakovaný pokus. Pokus, který prošel tisíckrát křížovým výsledkem.*“ Ve skutečnosti je tento výrok od Faradaye. Edison, vynálezce žárovky, se ho ve svých pokusech držel stejně jako před ním Faraday, objevitel elektromagnetické indukce. Tento klíč k úspěchu, pokus, se dá docela dobře použít nejen při objevech, ale také při obchodování. Bude to chtít čas a ještě hodně opakovaných pokusů (v podobě obchodních schůzek), než se aspoň trochu naučím obchodovat. Zatím mi pomalinku dochází, co mám při obchodních jednáních dělat.

2.3 Otázky zaměřené na zjištění zákaznických potřeb

Dnes jsem dostal víc do krve jednu znalost, jež se týká zjišťování potřeb. Po dnešní první schůzce jsem seděl v autě, nadšený z toho, že se mi podařila schůzka s dobrým vzájemným porozuměním, že jsem dokázal být v klidu a nechat každou situaci být OK. Na druhé straně se mi hlavou