

DALE  
CARNEGIE  
& ASSOCIATES

# Cum să vinzi

Modul în care vor să  
cumpere clienții tăi

“

Un ghid cuprinzător pentru aplicarea  
în vânzări a principiilor fundamentale  
dezvoltate de Carnegie.

KIRKUS REVIEWS



# Dale Carnegie: noua generație

*(Și de ce ar trebui să citești cartea de față)*

*New York, 1912*

În anul în care Titanicul s-a lovit de aisberg, Dale Carnegie a început să predea lecții de vorbit în public în clădirea YMCA, din cartierul Harlem al metropolei New York. L-a convins pe administratorul acelei organizații să îi permită să instruiască un grup de persoane în schimbul a 80% din încasările nete.\* Astfel, Dale Carnegie începușe ceea ce avea să devină cursul său de relații interumane, devenit ulterior clasic. Succesul de anvergură al cursului l-a determinat să publice, în 1936, cartea *Secretele succesului*. Autorul ei avea convingerea că, dacă reușește „să îi ajute pe oameni să își descopere propriile puteri nebănuite“, atunci nu va trăi în zadar.

---

\* „Dale Carnegie Discovered «How to Win Friends and Influence People» in Harlem, 1911“, website-ul *Harlem World*, 26 noiembrie 2017, [harlemworldmagazine.com/dale-carnegie-discovered-win-friends-influence-people-harlem-1911](http://harlemworldmagazine.com/dale-carnegie-discovered-win-friends-influence-people-harlem-1911). (N. a.)

Bineînțeles, asta s-a întâmplat cu destul timp în urmă, iar de atunci multe lucruri s-au schimbat în lumea noastră. Însă există și azi tot atât de multe lucruri care au rămas la fel. Dale Carnegie a pus bazele unei adevărate industrii de dezvoltare personală și a schimbat radical modalitatea de a scrie cărți de business.

De fapt, *Secretele succesului. Cum să vă faceți prieteni și să deveniți influent* continuă să fie un bestseller, ocupând locul 11 în topul celor mai bine vândute cărți pe site-ul Amazon. Care să fie motivul? De ce lucrarea de referință a lui Dale Carnegie rămâne de actualitate într-o lume în care, doar pe platforma Amazon, sunt disponibile 52 de milioane de cărți?

Unele lucruri nu se demodează niciodată. A-ți recunoaște greșelile, a te strădui să faci o impresie bună și a oferi un feedback folositor sunt idei nemuritoare care trebuie să fie transmise din generație în generație. Natura umană nu s-a schimbat, după cum nu s-au schimbat nici principiile directe pentru clădirea încrederii, pentru comunicarea eficientă, pentru influențarea și conducerea oamenilor. Principiile lui Carnegie sunt atemporale, iar formulele sale care îndrumă spre o viață încărcată de semnificații și plină de succes transcend epocile.

Astăzi, moștenirea lui Dale Carnegie este mai viguroasă decât oricând. Cu o listă care cuprinde peste 8 milioane de absolvenți, cei 2 000 de traineri profesioniști ai asociației Dale Carnegie se angajează cu pasiune să deblocheze potențialul intrinsec al indivizilor, al echipelor și al organizațiilor în mai mult de 85 de țări și în peste 30 de limbi.

### *New York, sfârșitul lui 2018*

Atunci când am făcut primii pași în carieră, am știut cu siguranță că vreau să fac ceva care să fie axat pe relații. Am început cu o funcție de consultant în gestionarea conturilor și a satisfacției clienților la compania audio Audible. Odată ce contractul avea să fie semnat, urma să lucrez direct cu clienții. Trebuia să mă asigur că aveau toate cele necesare și că problemele lor erau rezolvate sau măcar abordate. Într-un final, mi s-a cerut să preiau și rolul de vânzător de vânzări, pe lângă cel de gestionar al conturilor pe care îl dețineam deja.

Acest lucru m-a speriat puțin, din câteva motive. În primul rând, pentru mine, vorbitul în public era ceva absolut înfricoșător. Frecventasem cursurile respective în facultate, dar când ajungeam în fața multor oameni înghețam pur și simplu, iar în vânzări se ivesc numeroase momente când trebuie să interacționezi cu grupuri numeroase. Trebuie să faci prezentări în PowerPoint și să îi convingi pe potențialii clienți în legătură cu un produs pe care și-l doresc sau de care au nevoie.

În al doilea rând, întotdeauna mi s-a părut că agenții de vânzări nu sunt persoane complet autentice sau transparente. Nu voiam să mă implic într-o activitate care presupunea să pun clienții pe locul secund și să exercit presiune asupra lor ca să cumpere ceva nu tocmai potrivit pentru ei, știind că totul se va încheia cu un client furios – cineva care nu va rămâne în preajmă pe termen lung.

După o perioadă de gândire, am hotărât să văd ce cursuri m-ar putea ajuta. Auzisem despre Dale Carnegie,

iar după ce am citit câteva recenzii, am decis să caut cursurile sale de vânzări. Am sfârșit prin a alege unul de trei zile la New York și mi-am zis că acesta era următorul pas de făcut pentru a-mi da seama dacă vânzările sunt calea optimă pentru mine.

Îmi aduc aminte că, în timp ce mă îndreptam spre cursul din prima zi, eram foarte emoționată. Mă gândeam că voi fi înconjurată de agenți de vânzări care activau în domeniu de ani întregi. Nu voiam să fiu cursanta din cauza căreia oamenii își dau ochii peste cap fiindcă pune întrebări prostești. Totodată, o sumedenie de incertitudini mi se derulau în minte: *Reprezintă vânzările direcția în care se va îndrepta viața mea? Voi termina acest curs și apoi îmi voi reevalua întreaga carieră? Oare mă va transforma Dale Carnegie într-un agent de vânzări care vorbește frumos și care e în stare să convingă pe oricine să cumpere orice, indiferent de preț?*

După ce am ajuns în sală și am început să stau de vorbă cu alți cursanți, mi-am dat seama că mi-i imaginasem pe colegi ca fiind asemenea marilor investitori din *Shark Tank*<sup>\*</sup>, însă, din fericire, lucrurile nu stăteau chiar așa. M-am așezat alături de un grup de oameni extraordinari; veneau din industrii diferite, având toate tipurile de experiență în domeniul vânzărilor.

Pe parcursul celor trei zile, încrederea în capacitățile mele de vânzare a explodat. Din persoana care credea că

---

\* Emisiune TV de business, de tip reality-show, în care antreprenori de succes investesc în afacerile unor întreprinzători aspiranți. (*N. trad.*)

nu va putea intra niciodată în domeniul vânzărilor, pentru că pur și simplu nu este făcută pentru asta, am devenit persoana încântată să se întoarcă la compania ei și să accepte noua însărcinare.

În cartea de aur a lui Dale Carnegie, unul dintre pașii care îți arată cum să îi câștigi pe oameni grație modului tău de gândire este principiul 20: „Susține-ți ideile apelând la efecte dramatice“. Acesta a schimbat modalitatea în care vindeam. La câteva săptămâni după curs, lucram cu un potențial client; după ce am auzit totul despre necesitățile sale, am înțeles că produsul meu i se potrivește perfect. Datorită celor învățate la curs, am fost capabilă să susțin un discurs care evidenția modul în care produsul meu ar rezolva toate problemele menționate de client. Asta nu numai că l-a entuziasmat, dar a și mărit valoarea afacerii, făcându-l să devină cel mai important client al nostru din momentul respectiv.

Am plecat de la trainingul Dale Carnegie nu doar fiind sigură că vreau să activez în domeniul vânzărilor, ci și cu dorința aprigă de a ajunge lider de piață. După întoarcerea la compania mea, am adăugat în CV-ul personal vânzătoarea de vânzări și, în următoarele șase luni, am devenit cel mai bun agent din echipă și am fost promovată în funcția de director de vânzări.

Dale Carnegie m-a ajutat să îmi perfecționez calitățile de relaționare, dar m-a ajutat și să îmi transpun în cuvinte pasiunea pentru produsele pe care le vând, pentru a-i face și pe alții să fie tot atât de pasionați. Trofeul cărții de aur se află pe biroul meu din ziua în care am câștigat acea luptă.

Este un memento care îmi arată că pot fi autentică și transparentă, fiind, în același timp, un bun agent de vânzări, iar pentru asta îi voi fi veșnic recunoscătoare maestrului.

– *Samantha Finan, specialistă în vânzări, Audible*

## **De ce ar trebui să citești cartea de față?**

Probabil că încă te gândești: „De ce avem nevoie de o altă carte despre vânzări? Există deja câteva sute pe piață. Ce mai este nou sub soare?”

În primul rând, îți poți crește puterea de câștig prin învățarea conceptelor și a metodelor care reprezintă originalul – cele mai bune elaborate vreodată. Tot ce mai există pe piață a apărut după Dale Carnegie, iar o mare parte a informațiilor din acele lucrări derivă din ideile sale. Programele de instruire Carnegie sunt disponibile și evoluează de peste un secol. Astăzi, ele sunt oferite în 35 de limbi și în 85 de state din întreaga lume.

Conține grafice, modele și formulare utile? Desigur!

Însă această carte are ceva ce nu vei găsi în nicio alta: povești adevărate de la profesioniști de top și de la cel mai bine cotați traineri în vânzări, oameni care nu ar putea forma agenți dacă nu ar fi luptat în tranșeele meseriei.

Crezi că exagerăm? Indiferent de locul în care te înscrii la un program de instruire marca Dale Carnegie – Algeria, Anglia, Trinidad și Tobago, Franța, Cipru, Japonia, România, Germania, Mauritius, Brazilia, Tunisia, aproape oriunde te-ai duce în lume, începând cu statele mici și

până la cele mai mari –, specialiștii în vânzări și trainerii Dale Carnegie sunt la datorie. Instructorii formați la școala Carnegie lucrează cu mii de companii din oricare industrie imaginabilă. Există o mare probabilitate ca tu să fi cumpărat ceva de la un agent de vânzări care ne folosește metoda, fără ca măcar să îți fi dat seama.

Ce înseamnă acest lucru? Înseamnă că noi știm – iar tu vei învăța din această carte – că a bea o cafea la o ședință de vânzări în Qatar nu are nimic de-a face cu cafeaua. Vei descoperi ce înseamnă când un potențial client spune „da“ în Japonia. (Indiciu: nu înseamnă că ai încheiat tranzacția.)

În al doilea rând, vei afla cu exactitate ce spun clienții mai vechi ori potențialii clienți că își doresc de la tine ca specialist în vânzări – și nu este ceea ce pretind unele cărți recente sau anumiți guru provocatori din domeniul vânzărilor. Asta pentru că noile cercetări contestă o parte dintre ideile și abordările popularizate în ultimii ani, cele care diminuează importanța relațiilor, a încrederii și a eficienței personale.

În al treilea rând, poți deveni un adevărat performer dacă înveți că tranzacțiile urmează un tipar predictibil pe care îl poți utiliza pentru a vinde mai mult. Cumpărătorii din toate industriile și-au modificat obiceiurile prin cercetarea informațiilor care acum sunt ușor și rapid accesibile, căpătând mai multă putere pentru a lua decizia corectă. Sunt mai avizați și mult mai încrezători chiar înainte de a te angaja într-o discuție cu ei. Modelul de vânzări Carnegie îți va dezvălui calitățile de care ai nevoie



în fiecare etapă a procesului de vânzare, astfel încât să câștigi încrederea și respectul clienților tăi.

De asemenea, vei învăța principiile care te vor ajuta nu doar în domeniul vânzărilor, ci și în viața personală și profesională, indiferent unde te afli în lunga călătorie a vieții. Principiile marca Dale Carnegie sunt enumerate la început și menționate pe tot parcursul cărții. Iată, de exemplu, principiul 17: „Încearcă în mod sincer să privești lucrurile din punctul de vedere al celeilalte persoane“ sau principiul 8: „Modelează-ți discursul în funcție de interesele interlocutorului“. Toate aceste idei fundamentale te vor face să te oprești, să te gândești, să te autoevaluezi și să faci lucrurile într-o manieră diferită, pentru a-ți atinge atât obiectivele în vânzări, cât și pe cele personale.

În definitiv, de aceea ai cumpărat această carte, nu-i așa?

# Cinci lucruri pe care această carte te va ajuta să le obții

*(Nu au legătură cu vânzările)*

1. Îți va spori influența.
2. Te va transforma într-un povestitor mai bun.
3. Îți va consolida încrederea în tine.
4. Vei gestiona cu mai multă ușurință plângerile, criticile și reacțiile negative.
5. Îți vei construi relații mai puternice.



Expertii de la Dale Carnegie & Associates subliniază un adevăr simplu, dar ignorat de mulți: procesul de vânzare începe înainte de a te întâlni cu potențialul client și fiecare tranzacție este unică în felul său. Strategia propusă de ei îți dezvăluie comportamentul pe care trebuie să-l adopți pentru a câștiga respectul cumpărătorului. Scopul tău adevărat este să îi devii consilier, să știi să-i explici de ce are nevoie de un anumit produs ori serviciu și cu ce îi va îmbunătăți viața.

Mai important decât semnarea unui contract este ca, în urma ei, clientul să vrea să păstreze relația cu tine, să vă împrieteniți și să beneficiați amândoi în viitor de schimbul de bunuri și de idei. Este vorba despre o filozofie complexă și onestă, diferită de cea a majorității vânzătorilor.

Azi, mai mult ca oricând, la baza oricărei vânzări se află relațiile interumane. În epoca internetului și a rețelelor de socializare, în care avem la dispoziție o mulțime de opțiuni, încrederea reciprocă este cu atât mai importantă. Din această carte vei învăța cum să-ți construiești credibilitatea și cum să pui bazele unei colaborări solide, pe termen lung.



**cărți cheie**

**curteaveche.ro**

ISBN 978-606-44-1407-6



9 786064 414076