

„Nu te lăsa păcălit de titlu - *Limbajul vânzărilor* trece dincolo de simplul proces al vânzării. Autorii împărtășesc cu multă pricepere exemple actuale, aprofundate și foarte practice care pot fi adaptate ușor atât de începători, cât și de cei cu experiență. Recomand foarte mult această carte oricăror persoane interesate în a-și îmbunătăți abilitățile de comunicare indiferent dacă motivul este personal sau profesional.”

**–Tom Ziglar,**

Autorul cărții *Choose to Win*  
și fiul mândru al lui Zig Ziglar

„În *Limbajul vânzărilor*, Tom Hopkins face mult mai multe decât să împărtășească informații despre vânzări. El te poartă într-o călătorie care te va transforma și îți va transforma abilitatea de a comunica, a convinge și a vinde. Dacă vrei să devii un agent de vânzări expert, atunci cumpără noua carte a lui Tom, studiaz-o și aplică tot ce vei învăța, începând de azi!”

**–JV Crum, III MBA, JD, MS**

Coach al mentalității milionare  
și consilier de strategie

„Îl știu pe Andy de aproape 20 de ani. În tot acest timp, a realizat vânzări importante și a îmbunătățit leadershipul nu numai în cadrul echipei noastre, ci și pentru mulți agenți pe care îi servim de pe întregul teritoriu al Statelor Unite.”

**–Paul Hohlbein,**

Președintele Builders and  
Tradesmen’s Insurance Services, Inc.

„Să vinzi cu integritate poate duce la rezultate incredibile nu numai în viața ta profesională, ci și în viața ta personală. Dacă vrei să înveți să faci acest lucru de la doi maeștri, nu căuta mai departe de Tom Hopkins și de Andy Eilers și de

cunoștințele pe care le-au împărtășit în această carte. O recomand din toată inima.”

**–Nick Nanton,**  
Regizor/Producător pe Broadway și laureat  
al premiilor EMMY pentru cel mai bun film,  
Autor bestseller conform *Wall Street Journal*,  
Laureat al premiului umanitar Global Shield

„Am beneficiat mai bine de un deceniu de abilitățile de leadership al vânzărilor și de instruire în vânzări pe care le-a dezvoltat Andy. Tehnicile de vânzări bazate pe întrebări ale lui Andy au adus profit agenției noastre într-o perioadă dificilă a economiei și sunt elemente cheie ale succesului nostru neîntrerupt.”

**–Doug Lindley,**  
Președintele First Service Insurance

„Aceasta este o carte minunată destinată să fie un clasic al vânzărilor, plină de idei practice pe care le poți folosi imediat pentru a-ți spori vânzările în orice domeniu.”

**–Brian Tracy,**  
CEO al Brian Tracy International

„Dacă ești ca mine, ai observat, probabil, că mediul de afaceri s-a schimbat cu o viteză uimitoare. *Limbajul vânzătorilor* este cea mai reală și relevantă abordare a vânzătorilor care este la curent cu felul în care oamenii aleg să își realizeze afacerile în prezent. Cuprinde o cercetare impecabilă și este susținută de exemple de mare impact - toate bazate pe decenii în care clienții au primit rezultate.”

**–TR Garland,**  
Câștigătorul premiului *Wall Street Journal*  
și autorul bestseller al cărții  
*Building the Ultimate Network*

„Nu există nicio îndoială. Abilitățile eficiente de comunicare sunt cel mai important instrument din arsenalul fiecărui vânzător. Tom Hopkins și Andy Eilers îți arată cum să îți îmbunătățești abilitățile astfel încât să profiți la maximum de comunicarea cu fiecare client prin intermediul *Limbajului vânzătorilor*.”

–**Bert Martinez,**

Consultant de marketing și autorul bestseller al cărții  
*Dominating Your Mind*

„Vânzările se realizează sau nu se realizează în funcție de ceea ce spui și în funcție de cum o spui. Implementează sfaturile lui Tom Hopkins și ale lui Andy Eilers din *Limbajul vânzătorilor* ca să îți construiești relații mai puternice cu clienții și să închei mai multe afaceri.”

–**Wendy Weiss,**

The Queen of Cold Calling

„Tom Hopkins și-a creat deja renumele de maestru al frazeologiei vânzătorilor. Această carte distruge mitul vorbirii standard în cadrul vânzătorilor și ne oferă clar și precis un limbaj care ne ajută să accelerăm succesul celor noi în această profesie a vânzătorilor și să susținem eficiența campionilor veterani ai vânzătorilor. Aceasta este o carte obligatorie pentru oricine lucrează în vânzări.”

–**Michael Norton,**

Administrator financiar la Eventus Solutions Group,  
președintele Zig Ziglar Corporate Training Solutions Team,  
fost vice-președinte executiv la Sandler Training

„Prietenul și colegul meu Tom Hopkins a învățat oamenii să vorbească limbajul vânzătorilor de când am devenit orator. Îl admir foarte mult și îi recomand înțelepciunea oricui caută

să aibă succes în afacerea sa. Cuvintele îți reflectă gândirea, iar cuvintele pe care le alegi îți modelează, de asemenea, gândirea. Permite-i acestei cărți să te ghideze spre *Limbajul vânzărilor*."

**–Jim Cathcart,**

CSP, CPAE, autorul a 19 cărți  
printre care și *Relationship Selling*,  
Introdus pe Panoul de onoare al vânzărilor  
și marketingului în 2012

„Hopkins și Eilers au sintetizat și actualizat aspectele critice ale succesului în vânzări. Indiferent dacă ești la început de drum sau dacă ești un veteran profesionist, pune această carte în mașină și citește-o alături de cafeaua ta - În. Fiecare. Zi."

**–Wendy Lipton-Dibner,**

MA, autor bestseller internațional,  
președinte și CEO al Professional Impact, Inc.

# Cuprins

<b>Introducere</b> .....	15
--------------------------	----

## **Capitolul 1**

<b>DE CE NUMIM VÂNZAREA UN LIMBAJ?</b> .....	19
Fluența limbajului .....	20
Care este intenția ta în comunicare? .....	21
Variațiile limbajului .....	23
Toată lumea vinde ceva.....	25
Cea mai importantă vânzare.....	27
Să vinzi la locul de muncă.....	31

## **Capitolul 2**

<b>A VINDE ÎNSEAMNĂ A SERVI</b> .....	35
Pe ce te concentrezi?.....	36
A povesti nu înseamnă a vinde .....	41
Fii atent la întrebările care omoară vânzarea .....	44
Utilizarea limbajului vânzătorilor, în situațiile personale .....	49
Pe cine să servești .....	53
Întrebări reflexe .....	55
Tehnica inopinată.....	58
Întrebarea de avansare alternativă .....	61
Întrebarea de implicare.....	63

Mici întrebări, care construiesc avânt .....	65
Încheierea inversată.....	67
Încheierea internă .....	68
Încheierea care se leagă de o afirmație .....	68
Mentalitatea serviabilității .....	71

### **Capitolul 3**

DEZVOLTAREA ÎNCREDERII ÎN RELAȚII .....	73
Începutul procesului de vânzare.....	73
Teren comun.....	76
Stabilirea raportului .....	78
Valori.....	83
Înțelegerea modului în care se iau deciziile .....	86
Acești oameni au, cu adevărat, nevoie 7	
de ajutorul tău? .....	8
Recunoașterea competiției.....	94
Gestionarea competiției.....	96

### **Capitolul 4**

CUM SĂ MAXIMIZEZI COMUNICAREA.....	101
Scopul comunicării .....	102
Evitarea cuvintelor negative .....	103
Presupunerea poate fi un lucru bun .....	109
Totul ține de modul de redare .....	110
Recunoașterea eficientizării.....	114
Aspecte ale comunicării.....	114
Pauza planificată.....	117
Barierele comunicării.....	120
Adresarea întrebărilor în mod activ.....	122
Evită întrebările care permit răspunsuri	
cu un singur cuvânt.....	126

## Capitolul 5

COMUNICARE EFICIENTĂ PRIN CUVINTELE SCRISE ..	131
Zece sfaturi pentru crearea unei comunicări scrise, excelente .....	135
Cât de bun ești... cu adevărat? .....	137
Idiosincraziile comunicării scrise.....	139

## Capitolul 6

PUTEREA COMUNICĂRII NONVERBALE.....	141
Să arăți ca un expert .....	145
Ambientul tău.....	145
Cine este abordabil? .....	146
Expresiile faciale .....	147
Strângerea de mână .....	148
Prezentările de grup .....	151

## Capitolul 7

FOLOSIREA LIMBAJULUI VÂNZĂRILOR .....	157
PENTRU A DEPĂȘI OBIECȚIILE	
Cum abordează preocupările un agent de vânzări neantrenat .....	158
Cum abordează preocupările .....	161
un profesionist în vânzări	
Strategii pentru gestionarea obiecțiilor .....	164

## Capitolul 8

LIMBAJUL ÎNCHEIERILOR.....	175
Ce să faci și ce să nu faci .....	176
Toată lumea adoră o poveste bună .....	177
Finalul este de fapt un început.....	196
Încheie cu empatie .....	196

Când să închei.....	197
Simte-te confortabil cu „Nu” .....	198

## Capitolul 9

SĂ ÎȚI VINZI ȚIE ÎNSUȚI.....	201
Ce este stima de sine?.....	202
Ce îți spui? .....	204
Ești pregătit pentru vestea cea bună? .....	208
Zece pași pentru a crea conversații interioare pozitive .....	209
Imită un model de succes.....	214
Cum să începi.....	216
Ce te face fericit? .....	217
Definirea succesului.....	218
Cui i-ai dat voie să îți „vândă”? .....	220
Cum să ajungi din punctul A în punctul B .....	222

## Capitolul 10

ESENȚA COMUNICĂRII.....	227
Pregătirea este cheia succesului în toate situațiile de vânzare .....	229
Ce nu înseamnă a vinde.....	230
Poți să devii student cu normă întreagă la vânzări.....	231
Reprezintă-ți cea mai bună variantă .....	232

## Despre autori

Andy Eilers, MA, CMC .....	237
Tom Hopkins .....	238





# Introducere

Limbajul vânzării este o combinație de artă și știință. Este despre a înțelege oamenii care sunt diferiți de noi și să recunoaștem modalități mai bune de a comunica eficient cu ei. Nu e vorba doar despre a vorbi aceeași limbă, ci despre a comunica la același nivel de înțelegere.

Știința psihologiei este, de asemenea, implicată, precum și știința limbajului trupului este o parte importantă, atunci când le vindem celorlalți ideile, valorile, produsele și serviciile noastre. Sociologia joacă și ea un rol important în înțelegerea celorlalți, precum și în studierea diversității culturale.

Aspectul artistic al vânzării este mai personal, mai individual. Așa cum doi artiști nu vor înfățișa un copac în același mod, într-o pictură, la fel, doi oameni diferiți nu își vor aplica abilitățile în același mod.

Fiecare limbaj are nuanțele sale. La fel este și cu vânzarea. Cheia succesului în vânzări este să înveți cât de mult se poate despre aspectul științific al vânzării, apoi să îți creezi o carieră, o afacere sau o viață care este capodopera ta artistică.

Aproape toate domeniile au jargonul lor propriu - un limbaj care este specific acelui domeniu. Acestea sunt deseori cuvinte greu de înțeles pentru cei din exterior. Vânzările au, la rândul lor, propriul jargon, dar în această carte nu vom discuta jargonul, ci metoda de comunicare ce îi diferențiază pe cei care obțin un succes uriaș din vânzări, față de cei care nu obțin același lucru. Este o lecție despre cum să fii mai asemănător cu cei care reușesc să-și vândă ideile, valorile, produsele, chiar și personalitățile.

În fiecare interacțiune umană, vindem ceva. În unele situații vindem, deși nu interacționăm direct cu ceilalți, dar realizăm sarcini care vor avea un anumit impact asupra lor. Un astfel de exemplu ar putea fi textul scris al unei promovări de marketing. Publiciștii „le vorbesc” oamenilor, cu toate că nu o fac în persoană. Cât de bine ne realizăm treaba în împachetarea produselor și serviciilor care vor fi livrate clienților ce le-au achiziționat creează un impact asupra experienței pe care o au în procesul de vânzare din cadrul companiei noastre. S-ar putea să nu-i întâlnim niciodată pe acei clienți, dar putem să fim siguri că vor primi un mesaj despre compania noastră, în baza performanței noastre. Își vor face o impresie despre noi, în funcție de cât de bine ne facem treaba. Când munca noastră este realizată bine, ne-am vândut imaginea și companiile pe care le reprezentăm ca fiind profesioniste și competente. Când nu ne facem treaba bine, le lăsăm impresii negative celorlalți - chiar și celor cu care nu interacționăm niciodată față în față.

Chiar dacă învățarea limbii native este importantă ca să comunicăm cu cei care ne sunt foarte apropiați, învățarea limbajului vânzării este un aspect critic al succe-

sului nostru general în viață. În vremurile moderne, nu foarte mulți dintre noi ne trăim viața în aceeași zonă în care ne-am născut și am crescut. Din această cauză, vom întâlni oameni care sunt diferiți de noi în multe feluri. Să știm cum să comunicăm bine și cum să ascultăm ca să înțelegem, este un lucru foarte important pentru fericirea noastră permanentă și pentru succesul nostru general.

Nu ne dorim întotdeauna să facem ce face toată lumea sau orice își dorește altă persoană, în special, dacă nu este în interesul nostru. Ne folosim de abilitățile de vânzare pentru a ne exprima punctele de vedere, astfel încât să oferim alternative viabile, unele pe care ceilalți vor dori să le urmeze sau să le accepte, să oferim un motiv pentru care nu facem ce face toată lumea, dar fără să-i ofensăm pe ceilalți.

Cum învățăm limbajul vânzătorilor? În același fel în care marii exploratori au învățat cum să comunice cu popoarele indigene pe care le-au întâlnit. Începem cu limbajul trupului, gesturi, cuvinte simple, cu repetiție și cu încurajare. Hai să începem această călătorie!

# Capitolul 1

## De ce numim vânzarea un limbaj?

*„Mai degrabă, încercăm să implicăm oamenii decât să le dictăm cum ar trebui să gândească.”*

– Neville Brody

Când te gândești la cuvântul „limbaj”, ce îți vine în minte? Considerăm că „limbajul” pentru mulți oameni este, pur și simplu, un instrument folosit la comunicarea cu ceilalți. Merriam-Webster definește limbajul ca fiind „sistemul de cuvinte sau semne pe care oamenii îl folosesc ca să-și exprime gândurile și sentimentele între ei”.

Definiția noastră pentru limbajul vânzărilor include definiția din Merriam-Webster, cu adăugirea că scopul utilizării limbajului nostru trece dincolo de comunicare spre persuasiune. Limbajul vânzărilor este utilizat, în primul rând, pentru a-i educa pe ceilalți despre valoarea ideilor, conceptelor, produselor sau serviciilor noastre, iar apoi, pentru a genera decizii din partea celorlalți. Cu puțin noroc, deciziile la care aceștia ajung sunt la fel ca ale noastre: vor avea vieți mai fericite, companii mai eficiente și mai profitabile și un succes general mai mare

deoarece au ales ideile, conceptele, produsele sau serviciile noastre. Pentru a comunica bine aceste puncte de vedere, trebuie să fim flexibili și suficient de bine pregătiți, să-i educăm pe ceilalți folosind o varietate de cuvinte până când le nimerim pe cele care creează o legătură reală pentru ei.

## Fluența limbajului

Cum știi că vorbești fluent un limbaj? E atunci când *tu* te simți confortabil cu el? Sau este atunci când altcineva te înțelege atât de bine, încât faceți schimb de idei sau ajungeți la o înțelegere? Când vine vorba despre limbajul vânzării, noi considerăm că este ultima variantă. Însă, de cele mai multe ori, ultima variantă depinde de prima.

Când nu te simți confortabil cu vorbele pe care le folosești, acest lucru devine evident pentru ascultătorii tăi. Când ei îți recunosc disconfortul, zidurile lor de apărare tind să se ridice, iar continuarea conversației sau a procesului de vânzare devine mai dificilă decât atunci când ești confortabil cu ceea ce spui. Aici, devotamentul pentru meșteșugul tău devine foarte important.

Să devii fluent într-un limbaj este un aspect critic pentru a înțelege cum să-l folosești în cel mai eficient mod. Acest lucru include și limbajul vânzătorilor. Devenim experți prin studiu, practică, observare și mai multă practică. În această carte te vom ajuta să recunoști deficiențele de comunicare și vom oferi sugestii și strategii pentru a le depăși. Ți va prinde bine să citești și să iei în serios înțelepciunea din această carte, deoarece este

bazată pe propriile noastre experiențe cu vânzările: atât în mod tradițional, unde am îndemnat oameni să cumpere produse, cât și în mod privat, unde am fost persuasivi în viețile noastre personale.

Cu toate acestea, nu îți vei dezvolta fluența doar citind această carte. Doar prin practică poți să o dezvolți. Ia-ți angajamentul de a pune în practică sfaturile pe care ți le oferim. Încearcă-le. Testează-le pe membrii familiei tale, pe prietenii și pe asociații tăi. Practică încă puțin. Apoi, testează-le pe cumpărătorii tăi. Observă cum îți răspund aceștia. Întotdeauna, caută noi moduri de a descrie avantajele produselor tale, e pentru oameni, găsește noi moduri de a-i implica în conversații despre ideile tale.

## **Care este intenția ta în comunicare?**

Înainte de a începe orice formă de comunicare, este înțelept să-ți stabilești intenția. Comunicarea este despre intenție și despre abilitatea de a transmite mesaje celorlalți. Pentru mulți dintre noi, cei care ne câștigăm traiul din vânzări, intenția noastră este să facem vânzări, nu? Asta e imaginea de ansamblu. Însă atunci când descompunem procesul de vânzare în mai mulți pași, intențiile noastre pot varia, pentru fiecare pas în spate. S-ar putea să ne dorim să:

1. Facem conexiuni, astfel încât ceilalți să-și dorească să converseze cu noi.
2. Îi ajutăm pe ceilalți să ne perceapă ca experți în domeniile noastre.
3. Obținem informații de la ceilalți, astfel încât să ne ajute să direcționăm sau să ghidăm conversații.