

Vademecum doradcy

ubezpieczeniowego

Waldemar Mielczarek



ZŁOTE
MYSLI

**Wszystko, co powinieneś
wiedzieć, aby zwiększać
swoją skuteczność
i zarabiać więcej**

352

AGENT
UBEZPIECZENIOWY

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Vademecum doradcy ubezpieczeniowego](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez [JacekSztucki.pl](#)

Copyright by Złote Myśli & Waldemar Mielczarek, rok 2008

Autor: Waldemar Mielczarek

Tytuł: Vademecum doradcy ubezpieczeniowego

Data: 21.03.2011

Wydawnictwo Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.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.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>KILKA SŁÓW OD AUTORA</u>	7
<u>CZAS NA SUKCES</u>	10
<u>MOJA DEFINICJA SUKCESU</u>	10
<u>WPROWADŹ SIĘ W DOBRY NASTRÓJ</u>	16
<u>ZMIENŹ TRYB ŻYCIA</u>	19
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	21
<u>MOTYWACJA</u>	21
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	25
<u>CZY MOŻNA UNIKNAĆ TRUDNYCH DNI?</u>	25
<u>GDY CZUJESZ SIĘ JAK INTRUZ</u>	30
<u>ZMIANA SPOSOBU MYŚLENIA KLUCZEM DO SUKCESU</u>	34
<u>PIERWSZY KROK: ROZMOWY TELEFONICZNE</u>	38
<u>PRZYKŁAD I:</u>	
<u>BEZ OFICJALNEGO POLECENIA</u>	43
<u>PRZYKŁAD II:</u>	
<u>Z JAWNEGO POLECENIA</u>	45
<u>PRZYKŁAD III</u>	46
<u>PRZYKŁAD IV</u>	50
<u>PRZYKŁAD V</u>	51
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	52
<u>ŚCIEŻKA SPRZEDAŻY</u>	53
<u>ROZMOWA TELEFONICZNA</u>	53
<u>SPOTKANIE</u>	54
<u>JAK PRZEKONAĆ KLIENTA DO ZAKUPU SWOJEGO PRODUKTU?</u>	62
<u>ANALIZA FINANSOWA</u>	66
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	68
<u>SPOTKANIE POD TWOJĄ KONTROLĄ</u>	72
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	77
<u>GDY KLIENT MA OBIEKCJE</u>	78
<u>OBIEKCJA SZCZEGÓLNA: ZNAJOMY BROKER LUB AGENT UBEZPIECZENIOWY</u>	80
<u>OBIEKCJA WIEKU: „JESTEM ZA STARY NA UBEZPIECZENIE”</u>	85
<u>POMOCNE ZWROTY I PYTANIA</u>	87
<u>„NIE” NIE MUSI OZNACZAĆ ODMOWY</u>	90
<u>ZAMKNIĘCIE SPRZEDAŻY</u>	94
<u>PAN „BYĆ MOŻE”, CZYLI PRZYPADEK BARDZO TRUDNY DO ZAMKNIĘCIA SPRZEDAŻY</u>	100
<u>LUDZIE KUPUJĄ LUDZI!</u>	103
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	108
<u>ODMOWA PRZYJĘCIA POLISY UBEZPIECZENIOWEJ</u>	108
<u>TWÓJ RYNEK</u>	115
<u>SZUKASZ DALEKO, A KLIENT JEST BLISKO</u>	115
<u>POLECENIA</u>	116

<u>ZACZNIJ DOUBEZPIECZAĆ KLIENTÓW</u>	118
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	121
<u>PRZYKŁAD PROFESJONALNEGO POSTĘPOWANIA Z KLIENTEM</u> ,	123
<u>JESZCZE JEDEN PRZYKŁAD DOBREJ OBSŁUGI</u> ,.....	130
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	133
<u>ZŁY MENTOR, CZYLI OSOBA TOKSYCZNA</u>	134
<u>CZY ZŁY MENTOR MIAŁ SWÓJ UDZIAŁ W TEJ HISTORII?</u>	136
<u>RACHUNEK SUMIENIA AGENTA UBEZPIECZENIOWEGO</u> ,.....	138
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA</u>	138
<u>CZY SZUKASZ NOWYCH ZNAJOMOŚCI?</u>	138
<u>CZY PRZYCHODZĄC DO KLIENTA Z PROPOZYCJĄ SPRZEDAŻY SWOJEGO TOWARU CZY TEŻ USŁUGI, POTRAFISZ ZROBIĆ NA NIM DOBRE PIERWSZE WRAŻENIE?</u>	139
<u>CZY FAKTYCZNIE UMAWIASZ SIĘ NA SPOTKANIA?</u>	139
<u>CZY PRZYCHODZĄC DO KLIENTA NA UMÓWIONE SPOTKANIE, ZAWSZE JASNO OKREŚLASZ, KIM JESTEŚ I JAKI JEST CEL SPOTKANIA?</u>	139
<u>CZY KONTAKTUJESZ SIĘ OSOBIŚCIE?</u>	140
<u>CZY ZAWSZE ODKRYWASZ, CZEGO KLIENT POTRZEBUJE?</u>	140
<u>CZY STARASZ SIĘ, BY KLIENT WIEDZIAŁ, CO DAJE MU JEGO POLISA?</u>	141
<u>CZY ZAWSZE JEDZIESZ NA SPOTKANIE PRZYGOTOWANY?</u>	141
<u>CZY ZAWSZE CZEKASZ Z ROZMOWĄ O UBEZPIECZENIACH, AŻ OBOJE MAŁŻONKOWIE USIĄDĄ DO STOŁU RAZEM Z TOBĄ?</u>	142
<u>CZY BOISZ SIĘ ROZMAWIAĆ NA TEMAT KONKURENCJI?</u>	143
<u>CZY ZAWSZE OPIERASZ SPRZEDAŻ NA POTRZEBACH KLIENTA?</u>	143
<u>CZY SPRZEDAJĄC UBEZPIECZENIE, ZAWSZE PODKREŚLASZ OCHRONĘ?</u>	144
<u>CZY ZAWSZE JESTEŚ OBIEKTYWNY?</u>	145
<u>CZY ZAWSZE PREZENTUJESZ KILKA RÓŻNYCH ROZWIĄZAŃ?</u> ..	145
<u>CZY ZAWSZE POLECASZ KONKRETNY RODZAJ UBEZPIECZENIA?</u>	145
<u>CZY ZAWSZE UPEWNIASZ SIĘ, ŻE TO, CO NABYŁ KLIENT, ODPOWIADA MU?</u>	146
<u>CZY ZAWSZE DOSTARCZASZ POPRAWNYCH I ADEKWATNYCH INFORMACJI?</u>	146
<u>CZY CZASAMI OMAWIASZ SZCZEGÓŁY?</u>	146
<u>CZY ZAWSZE OMAWIASZ KOSZTY?</u>	146
<u>CZY PODCZAS SPOTKANIA MÓWISZ PO POLSKU, ZROZUMIALE?</u>	147
<u>CZY KSZTAŁCISZ SWOICH KLIENTÓW?</u>	147
<u>CZY JESTEŚ WYSTARCZAJĄCO CIERPLIWIY?</u>	147

<u>CZY ZAWSZE SPRAWIASZ, BY KLIENCI CZULI, ŻE OTRZYMUJĄ WARTOŚĆ ADEKWATNĄ DO WARTOŚCI ICH PIENIĘDZY?.....</u>	147
<u>CZY NA PEWNO GWARANTUJESZ OBSŁUGĘ WYSOKIEJ JAKOŚCI?.....</u>	148
<u>CZY ZAWSZE BIERZESZ OD KLIENTA POLECENIA?.....</u>	148
<u>CZY JESTEŚ SPRZEDAWCĄ WYSOKIEJ KLASY?.....</u>	149
<u>GODNE ZAPAMIĘTANIA.....</u>	149
<u>ZŁOTE ZASADY PROFESJONALNEGO AGENTA.....</u>	150
<u>CUDOWNY TEKST.....</u>	152
<u>ZAKOŃCZENIE.....</u>	155

KILKA SŁÓW OD AUTORA

Od października 1995 roku jestem związany z jedną z firm ubezpieczeniowych działających w Polsce. Jestem agentem lub, jak kto woli, doradcą. Przed rokiem 1995 moja znajomość z zakresu ubezpieczeń życiowych czy też majątkowych odnosiła się wyłącznie do tego, że raz do roku ubezpieczałem swoje mieszkanie i samochód, choć niektórzy nazywali to cudo motoryzacji „mydelniczką”. Niewtajemniczonym mogę powiedzieć, że chodziło o trabanta – i to dwudziestoletniego, zakupionego dzięki wielkim wyrzeczeniom. Do pełni szczęścia brakowało mi kawałka ziemi (mam na myśli oczywiście mały ogródek pracowniczy), który w końcu, gdy nadarzyła się okazja, kupiłem na raty. Od tego momentu w zasadzie mogłem powiedzieć, że osiągnąłem pełnię szczęścia i dobrobytu. Tak mi się wydawało. Prowadziłem różne interesy, ale w zasadzie bez większego przekonania do tego, w co się angażowałem. Gdybym się w porę nie ocknął i nie przystąpił do działania, to najprawdopodobniej przy dzisiejszych cenach klepałbym biedę i, siedząc na działce z jakimiś rencistami, narzekałbym na wszystko. Dobrze, że w porę się opamiętałem. Może też trochę dzięki swojemu koledze, który kiedyś ironicznie zwrócił mi uwagę, czy aby to nie za szybko zdecydowałem się na odgrywanie roli emeryta. On w tym czasie prowadził własny biznes. Po raz pierwszy coś we mnie zaiskrzyło. Zacząłem się zastanawiać. A to już było bardzo wiele.

Przed podjęciem tej ciekawej przygody w ubezpieczeniach nie wiązało mnie w zasadzie nic z jakąkolwiek firmą. Nie dysponowałem praktycznie żadną wiedzą o ubezpieczeniach, nie miałem pieniędzy ani porządnego garnituru i czasami nawet musiałem zastanawiać się nad tym, za co wlać paliwa do baku. Byłem faktycznie na dnie, z dwójką

dzieci i niepracującą żoną. Pomimo to – zdołałem odmienić własne życie. Pięć minut z mojego życia, które przywróciły mi nadzieję na lepsze i godniejsze życie bez stresów i wyrzeczeń ponad miarę, opisałem w wydanej przez wydawnictwo [Złote Myśli](#) książce [365 dni do sukcesu](#). Książka ta powstała wyłącznie w oparciu o moje doświadczenia z pierwszego roku działalności ubezpieczeniowej. Rozpierała mnie wówczas energia. Wracając do domu od klienta, na gorąco sporządzałem notatki z każdego spotkania. Dzięki temu w książce tej jest bardzo dużo entuzjazmu, którym зараżałem innych i skłaniałem do zmian w swoim życiu. Pisałem o tym, jak z człowieka załamanego i zagubionego stałem się osobą niezależną finansową. I najważniejsze: zacząłem cieszyć się życiem. Wiem, że książka [365 dni do sukcesu](#) pozwoliła wielu ludziom spojrzeć na otaczający nas świat w bardziej pozytywny sposób. Polecam ją każdemu. Niektórzy zarzucali mi, że jest to książka za bardzo pozytywna i zawiera za mało rzeczy negatywnych. Może i tak jest, ale kto lubi czytać o porażkach i upadkach? Myślę, że publikacja ta może pomóc każdej osobie, która chce dokonać jakiejś zmiany w swoim losie. Czasem wystarczy jedno słowo, krótka historia z życia wzięta – i wszystko się staje się możliwe także dla nas. Nagle zaczynamy próbować i – o dziwo – zaczyna wychodzić. Wiem o tym. Jestem tego namacalnym przykładem. I nie mieszkam w mitycznej Ameryce. Wychowałem się w Polsce i przed rozpoczęciem tej działalności tylko raz byłem na zachodzie Europy. W zasadzie tam też podjąłem postanowienie, że muszę coś w swoim życiu zmienić. Dlaczego? Ponieważ dostrzegłem wielką szansę nie tylko dla siebie, lecz również dla społeczeństwa. Gdybym wiosną 1995 roku poszedł do wróżki, która przepowiedziałaaby, co się dalej ze mną stanie, to tylko ironicznie bym się roześmiał. Po wydaniu pierwszej książki często otrzymywałem telefony z różnych stron Polski z prośbą o jej wysłanie. Nie odmówiłem nigdy, a byli na tej liście ludzie wykonujący różne zawody. Poza agentami ubezpieczeniowymi i akwizytorami, moimi czytelnikami okazali się między innymi rolni-

cy, policjanci, górale, nauczyciele... itd. Biorąc pod uwagę fakt, że było ogromne zapotrzebowanie na tego typu publikację, jak również to, że rozeszła się ona bardzo szybko, postanowiłem napisać drugą jej część: [*Vademecum doradcy ubezpieczeniowego*](#).

Moja druga książka mogła powstać dzięki nowym doświadczeniom, zebranych w trzech następnych latach działalności ubezpieczeniowej. Postanowiłem przedstawić w sposób przejrzysty i zrozumiały wszystko, co uważam za niezbędne w zawodzie sprzedawcy: pracującego w handlu obwoźnym, na straganie, w supermarkecie czy też w ubezpieczeniach. Wiem, że zawsze to człowiek jest początkiem i końcem każdej transakcji finansowej. W każdym przypadku ludzie kupują ludzi. Człowiek jest istotą oddziałującą na innych i jednocześnie ulegającą również wpływowi z zewnątrz. Nie można jednak tego wykorzystywać do złych celów. Wierzę, że moja książka może pomóc, w mniejszym lub większym stopniu, w dokonaniu ważnych zmian w swoim dotychczasowym życiu, pod warunkiem, że tego właśnie się pragnie. Może ona wspierać w dążeniach do sukcesu, pod warunkiem wszakże, że umie się zdefiniować ten sukces. Określenie bowiem, co uważamy za sukces, bywa odmienne. Dla jednego będzie to stabilizacja finansowa, dla drugiego przemiana wewnętrzna albo kupno samochodu swoich marzeń czy też wybudowanie domu. Ile osób, tyle znaczeń pojęcia „sukces”. Jedno jest pewne: TY SAM jesteś odpowiedzialny za swoją i swojej rodziny przyszłość. Obojętnie, czym się teraz zajmujesz, jakie posiadasz wykształcenie i z jakimi problemami teraz walczysz, musisz w tej chwili głośno powiedzieć, patrząc w swoje odbicie w lustrze: „Jestem stworzony do osiągnięcia każdego sukcesu”. Dzisiejszy dzień jest Twoim Świętem. Zapisz tę datę w swoim kalendarzu i przystąp do działania. Rezultaty, które osiągniesz, zaskoczą Ciebie samego.

Waldemar Mielczarek

CZAS NA SUKCES

MOJA DEFINICJA SUKCESU

Sukces – to wydać pierwszy krzyk i przytulić się do piersi matki.

Sukces – to narodzić się i być zdrowym.

Sukces – to stanąć na własnych nogach i wypowiedzieć słowo „ma-ma”.

Sukces – to nauczyć się alfabetu i przeczytać pierwszą książkę.

Sukces – to ciągły uśmiech na twarzy i chęć do życia.

Sukces – to mieć wyobraźnię, marzenia i nie wstydzić się o nich mówić.

Sukces – to głęboka wiara w siebie.

Sukces – to pokochać kogoś i być kochanym.

Sukces – to pokochać własną pracę i czerpać z niej potrzebną siłę do życia.

Sukces – to zrobić coś dobrego i sprawić tym przyjemność innym.

Sukces – to nie doszukiwanie się talentu, lecz nieustanna praca nad sobą.

Sukces – to mieć wiedzę i dzielić się nią z innymi.

Definicja sukcesu jest prosta, a trudna. Dla każdej osoby będzie czymś innym. Określenie własnej definicji sukcesu może pomóc każdej osobie w jego osiągnięciu. Należy natomiast wiedzieć, że sukces rządzi się prostymi prawami. Doszukiwanie się w nim czegoś wyjątkowego i nieosiągalnego powoduje, że wiele osób ma problemy z jego osiągnięciem.

Wszystko w gruncie rzeczy zależy wyłącznie od Ciebie. Narodziłeś się po to, żeby cieszyć się życiem, pomagać innym i odnieść zwycięstwo

w tym, co dla jest Ciebie ważne. Nikt nie zaplanował przecież Twojej przegranej. Gdy się narodziłeś, Twoja matka była pierwszą i chyba najważniejszą nauczycielką, która od Ciebie czegoś wymagała. To ona uczyła Cię mówić, pomagała stawiać pierwsze kroki. Podnosiła, gdy się przewracałeś. Przytulała, gdy płakałeś. A jak potrafiłeś się cieszyć! Byłeś wesołym, miłym brzdącem. Nie widziałeś żadnych problemów. Ufałeś ludziom. Byłeś wielkim optymistą. Jedyny i niepowtarzalny. Przypomnij sobie, jak jako mały brzdąc prosiłeś mamę, żeby opowiedziała Ci jeszcze jedną bajkę. Gdy czasem odmawiała, starałeś się wszystkimi sposobami przekonać ją. Przywołaj w myślach te obrazy z dzieciństwa. Zachowywałeś się wówczas jak zawodowy aktor teatralny lub filmowy, a jaki byłeś skuteczny! A przypomnij sobie sytuacje, gdy chciałeś, by rodzice kupili Ci lizaka, dropsa, a może lemoniadę; albo jak prosiłeś o mały samochód, lalkę czy jakąś inną zabawkę. Pomyśl przez chwilę. Czy ktoś Cię tego uczył? Czy ktoś uczył Cię proszenia?

Nie. Od najmłodszych lat byłeś sprzedawcą – i to jakim! Sprzedawcą samego siebie. Zamknij oczy i przywołaj tamte niewątpliwie piękne i niepowtarzalne wspomnienia. Pamiętasz, z jaką determinacją prosiłeś własną matkę o to, co chciałeś dostać, jaki byłeś zaangażowany, a przy tym – jaki wiarygodny? Czy ktoś Cię tego uczył? Nie. Powtórzę raz jeszcze: już taki się narodziłeś. Zostałeś tak stworzony, zaprogramowany – jedyny i niepowtarzalny. Później przyszło kształtowanie Twojej osobowości: przedszkole, szkoła podstawowa i średnia, a może nawet studia. Niestety, czasem kształcimy się na kierunku wybranym pod presją rodziców, żeby zaspokoić ich aspiracje i ambicje. Różne zawody, różni ludzie, różne doświadczenia. Praca wykonywana bez żadnego przekonania, bez polotu i zadowolenia. I co tu dużo mówić: za skromne pieniądze. Niejednokrotnie nie ze swojej winy podjąłeś pracę, która nie odpowiadała Ci pod każdym względem. Wymusiła to na Tobie sytuacja, w jakiej się znalazłeś.

Często nachodziły Cię myśli, żeby to wszystko porzucić! Ale nie... Strach Cię paraliżował. Nie potrafiłeś się zdecydować na zmianę pracy. Dlaczego? To proste. Nie byłeś pewny, czy podasz zmianie. Czy nowe środowisko Cię zaakceptuje, czy w ogóle potrafisz się w nim odnaleźć? Czy nowa rzeczywistość Cię nie przerośnie? W Twojej głowie rodziło się bardzo dużo wątpliwości i pytań. Często więc, oglądając telewizję, wsłuchiwałeś się w komunikat z ostatniego losowania „Totolotka” i gdy gratulowano wygranej, postanawiałeś, że od następnego tygodnia zaczniesz sam grać. W następnym tygodniu szedłeś do kolektury i co? Znowu nic. Czasami los był dla Ciebie łaskawy i pozwolił wygrać może trójkę czy czwórkę. Większość ludzi się łudzi, że w ten sposób zdołają odmienić własne życie. Wiem o tym dobrze. Sam byłem takim człowiekiem.

A czy nie obserwowałeś, jak ktoś z Twojego otoczenia dokonał zmiany w swoim życiu? Założył własną firmę, chodzi uśmiechnięty i zadowolony. Wybudował dom, kupił nowy samochód, zmienił się standard jego życia. Przypomnij sobie, co wtedy czułeś? Czy po cichu nie podejrzewałeś go o specjalne układy, o to, że ma może rodzinę za granicą albo wspianiałego wujka, który pomaga mu piąć się po szczeblach kariery? A czy nie myślałeś, że jest on urodzony pod szczęśliwą gwiazdą, że los mu sprzyja, że wszystko zawsze mu wychodzi? Czy nie sądziłeś, że Ty nigdy taki nie będziesz, bo nie nadajesz się do tego? Tobie to nie wyjdzie, nie jesteś taki zdolny jak on. Przyznaj się: myślałeś tak!

Większość z nas tak to odbiera. Ja również kiedyś tak reagowałem na sukcesy innych. Pracowałem w różnych zawodach. Wykonywałem pracę, która nie dawała mi żadnego zadowolenia. Pamiętam jednego z moich przełożonych: na różnego rodzaju odprawach pięknie umiał się wypowiadać. Imponował elokwencją, swobodnym i pewnym siebie zachowaniem. A przy tym był świetnie zorganizowany. Za każ-

dym razem po takiej odprawie upewniałem tylko siebie, jak bardzo różnię się od niego. Mało tego. Paraliżowało mnie, gdy czasami proszono, żebym zabrał głos na jakiś temat. Wówczas najchętniej zapadałbym się pod ziemię, a moje policzki sugerowały, że wróciłem właśnie ze spaceru przy dwudziestostopniowym mrozie. Tak: byłem taki sam jak większość ludzi.

Pomimo to zdołałem odmienić własne życie. Stałem się zupełnie innym człowiekiem. Czy to nie wspaniała wiadomość dla tych, którzy chcą zmienić swoje życie? Tajemnica zmiany tkwi w prostocie. Najważniejsza jest zmiana Twojego myślenia. Musisz uwierzyć, że jesteś jedyny, niepowtarzalny. Musisz zobaczyć, że w Twoim wnętrzu śpi ogromny niedźwiedź, gotowy wyjść z Ciebie i zrealizować to wszystko, czego tylko zapragniesz. A pragniesz przecież bardzo mocno, prawda? Chcesz być niezależny finansowo, zapewnić rodzinie spokojne życie. Nie daj się zwieść obiegowym stwierdzeniom, że pieniądze szczęścia nie dają. Nawet jeżeli tak jest, to najpierw to sprawdź. Każdy sukces muszą poprzedzać marzenia. Są one nieodzownym paliwem każdego sukcesu. Żaden samochód nie pojedzie bez paliwa. Żaden sukces nie jest możliwy bez marzeń.

Małe dziecko marzy o zabawce i dostaje ją w końcu, chce pieska – i też go otrzymuje w prezencie. Dorosła osoba pragnie tego jedynego modelu samochodu, robi wszystko, by wreszcie go kupić. Nie bój się marzyć. To stara prawda o istocie naszego działania. Najpierw musi być marzenie. Jeżeli będziesz marzył, to w niedługim czasie wydobędziesz z siebie wiarę, potrzebną Ci do realizacji wszelkich pragnień. Bez wiary do niczego nie dojdiesz, niczego nie zmienisz. Potrzebna jest wiara w firmę, w której pracujesz, w usługę, którą świadczysz.

Musisz mieć marzenia i wiarę w ich realizację, a także pozytywną wizję swojej przyszłości. Ja osobiście optymistyczny obraz mojego dal-

szego życia zobaczyłem w 1995 roku, podczas kursu na agenta ubezpieczeniowego. Dostrzegłem tę wielką szansę, jaka rysowała się przede mną: zmiana zawodu, środowiska, nowe, godne życie, zadowolenie z wykonywanej pracy... Pamiętam, jak na początku swojej działalności, jako świeżo upieczony agent, zamykałem oczy i wyobrażałem sobie siebie samego, żyjącego na jakimś przyzwoitym poziomie. Od początku zacząłem zapisywać swoje marzenia i krok po kroku zacząłem je realizować. W domu i w samochodzie powiesiłem kartki z wypisanym tekstem: „Jesteś numerem 1”. Zrobiłem tak, ponieważ uwierzyłem jednemu z autorów przeczytanej książki motywacyjnej. Pomyślałem: „Właściwie co mi szkodzi patrzeć na takie kartki?”. Z czasem przekonałem się, że to naprawdę działa i bardzo mi pomaga. Na początku rodzina patrzyła na mnie podejrzliwym wzrokiem, ale tylko do pierwszej wypłaty. Pamiętam, że kiedyś taka kartka spadła, a mój syn sam ją podniósł i przyczepił. Od początku postawiłem na wykonywanie jednego zawodu i nie pozwoliłem sobie na dodatkową pracę. Nie słuchałem również innych osób, które usiływały mnie przekonać, że się do tej działalności nie nadaję. Dzięki temu dzisiaj jestem w tym miejscu, które sobie postawiłem za cel wtedy, na kursie, w 1995 roku. Nie – jestem już dalej... Nadal planuję. Wiem, że bez określenia następnych zamierzeń nic nie zdziałam.

Jestem przekonany, że kariery wielu osób w takiej czy innej dziedzinie potoczyłyby się inaczej, gdyby te osoby nie odważyły się w pewnym momencie postawić wszystkiego na jedną kartę i poszukać pracy odpowiedniej dla siebie. Przypominam sobie siebie na początku działalności ubezpieczeniowej – jak bałem się rozmowy z klientem. Byłem zdenerwowany i modliłem się w myślach, żeby nikogo nie zastać w domu, w którym wcześniej umówiłem się na spotkanie. Po wiem więcej: zdarzało się, że strach wręcz mnie paraliżował. Jedno, co miałem, to ogromny entuzjazm do ubezpieczeń, który ostatecznie pomógł mi przytłumić strach. Często w początkowym okresie wymy-

ślałem sobie usprawiedliwienia, żeby opóźnić pierwsze spotkanie z klientem Np.: zadzwonię, gdy tylko otrzymam swoje wizytówki, poniedziałek nie nadaje się do rozmów o polisach, kto to widział – przeszkadza ludziom w sobotnim wypoczynku, nie mówiąc już o niedzieli... itp. A tymczasem wiele osób umawia spotkania na sobotę, a nawet niedzielę. Dzisiaj już wiem, że nie ma to żadnego znaczenia. Problem polega tylko na tym, by bardzo mocno wierzyć w swoją ofertę. Musimy mieć przekonanie do własnej pracy.

Pomimo kłopotów i normalnych problemów – wyszedłem na prostą. Ale tylko dlatego, że nie zboczyłem z raz obranej drogi. Duży wpływ na to na pewno miała chęć udowodnienia sobie, że potrafię, obawa o byt rodziny, pragnienie wykształcenia dzieci... itp. Wiem jedno. Niesamowity wpływ na zmianę mojej osobowości miały przeczytane książki motywacyjne, których nie brak dzisiaj na półkach księgarskich. Musiałem też odsunąć od siebie osoby „toksyczne”, niszczące moją wiarę w siebie i moją pracę. W moim przypadku byli to ludzie, którzy lubili informować mnie, że się do ubezpieczeń nie nadają, albo żartowały: „A kto od ciebie kupi ubezpieczenie?”

I jeszcze jedno. Musisz inwestować w siebie. Każde szkolenie i dobra książka zwróci się stokrotnie. Pamiętaj ponadto, że zawód agenta polega w gruncie rzeczy wyłącznie na proszeniu klienta o wyrażenie zgody na spotkanie.

WPROWADŹ SIĘ W DOBRY NASTRÓJ

Kluczem do sukcesu w każdej dziedzinie, którą się zajmujemy, jest panowanie nad swoimi nastrojami. Kiedy analizuję rozmowę z klientem po zakończeniu sprzedaży, dochodzę zawsze m.in. do jednego zasadniczego wniosku, a mianowicie: gdybym podczas spotkania dał w jakikolwiek sposób odczuć klientowi, że jestem z czegoś niezadowolony, lub narzekał na wszystko, co nas dookoła otacza, zniweczyłbym szansę na zamknięcie sprzedaży. Chodzi o to, że w przeważającej większości ludzie lubią robić interesy z osobami, które mają poczucie humoru. Jestem przekonany, że każdy z Was ma znajomych, do których wszyscy lgną. My w szkole mieliśmy ulubionych nauczycieli, których aż chciało się słuchać. Nie można było doczekać się lekcji z nimi. Potrafili prowadzić zajęcia na luzie, tryskali humorem, opowiadali dowcipy, różne przeżycia osobiste i dość często poruszali swoje sprawy rodzinne. Przekazywali nam wiedzę może i taką samą jak inni nauczyciele, a jednak osiągali dużo lepsze wyniki nauczania i przy okazji mieli zadowolonych uczniów. Jestem przekonany, że każdy z Was miał tego typu doświadczenia. Często używaliśmy różnego rodzaju przezwisk, które przypisywaliśmy poszczególnym nauczycielom. Ci źli się obrażali i nie rozumieli tego, że są sami temu winni. Wyobraź sobie teraz, że różne osoby wykonują tę samą usługę lub rozprawdzają ten sam towar. Przecież każda z tych osób jest dla klienta jak nauczyciel:

Pierwszy nauczyciel – przychodzi w dobrze skrojonym garniturze, w czystej koszuli, dobrze dobranym krawacie, promienieje uśmiechem, opowiada kawały, mówi o swojej pracy jak o wielkiej pasji, misji, którą ma za życia na Ziemi do wykonania. Opowiada różnego ro-

dzaju historie. Jeżeli sprzedaje ubezpieczenia, to wspomina, ilu osobom już pomógł. Mówi o miłości, o stabilności rodziny, opowiada, czym jest tego typu zabezpieczenie i – co najważniejsze – patrzy klientowi prosto w oczy. W sposób szczerzy utwierdza klienta, że taka jest jego potrzeba, i cieszy się, że klient to rozumie.

Drugi – przychodzi w dzinsach i w koszuli flanelowej lub być może w starym zniszczonym garniturze, a na nogach ma zdeformowane buty. Przy tym wszystkim jest nieogolony, a dzień przedtem obchodził hucznie zakrapiane urodziny. Wcale się nie uśmiecha i ma kaca. Przyszedł na spotkanie, gdyż przypomniał sobie, że się umówił. Rozmowa się nie klei. Jest przecież przemęczony i w zasadzie poszedłby najchętniej już do domu. Klient zadaje mu pytania, a on, zamiast grzecznie odpowiadać, jest coraz bardziej zdenerwowany i chciałby jak najprędzej zakończyć spotkanie. Sprawia wrażenie, że zależy mu tylko na składce, a nie na kliencie i jego rodzinie. Na pytanie, ile to będzie kosztowało, mówi o składce minimalnej. Czasami nawet uda mu się coś sprzedać, ale tylko dlatego, że część ludzi nie potrafi odmówić. Ale za kilka miesięcy taka polisa na ogół upada. Dlaczego? Gdyż agent nie odkrył potrzeb klienta, a co gorsza – w ogóle na ten temat nie rozmawiał. Nie przygotował się do tego spotkania. Ponadto był przemęczony i interesowała go tylko skasowana składka.

Może to, co przedstawiłem, jest zbyt drastycznym scenariuszem, ale czy tak bardzo odległym w niektórych przypadkach od rzeczywistości? Odpowiedzcie sobie sami na to pytanie.

Wróćmy jednak do nastroju. Osobiście wyznaję zasadę, że nie jestem sprzedawcą, lecz induktorem nastrojów. Zależy mi na tym, żeby ludzie rozmawiający ze mną odczuwali komfort. Nie będzie to jednak możliwe, jeżeli sam nie wprowadzę siebie w dobry nastrój.

Każdy zada w tym momencie pytanie: „Ale jak to zrobić?”. Życie ciągle przecież płata nam jakieś figle, czasami rzuca kłody pod nogi, a tu taki Mielczarek bajki opowiada, że mam działać z pasją i chodzić z uśmiechem na ustach.

Posłuchajcie więc. Najważniejszą rzeczą jest zadanie sobie kilku pytań:

- Czy praca, którą wykonuję, sprawia mi przyjemność?
- Gdybym ją utracił, czy łatwo bym to zaakceptował?
- Czy mam powody, by być niezadowolonym z siebie?
- Czy jestem osobą kaleką, jakoś szczególnie upośledzoną?

Jesteś zdrową osobą. Dlaczego więc masz się smucić? Wielokrotnie spotykałem się z ludźmi kalekimi lub dramatycznie walczącymi z ciężką chorobą. A jednak często widziałem uśmiech na ich twarzach. Dlaczego? Gdyż znaleźli cel, swoją pasję, może kogoś, dla kogo postanowili nie poddawać się. Nieraz chce się po prostu udowodnić sobie samemu, że pomimo kalectwa można normalnie żyć. Wielokrotnie takie osoby odkryły w sobie jakiś talent dopiero wtedy, gdy spotkało je nieszczęście. Nie ulega wątpliwości, że każdy ma jakieś zdolności, jednak często nie potrafimy ich zobaczyć, wydobyć z naszego wnętrza. Moje motto brzmi:

Działaj z pasją, a w niedługim czasie odkryjesz, że Twój „akumulator” będzie stale naładowany.

Jeżeli rano się obudzisz, to znaczy, że masz powody do radości i zadowolenia. Pomyśl, że tysiące osób w każdym dniu nie mają już tego szczęścia, by móc przebudzić się o poranku. Ty żyjesz i masz prawo

oczekiwać od losu wszystkiego, co najlepsze. Ale sam musisz także dać coś z siebie. Musisz wykazać się działaniem. Masz prawo myśleć po swoim przebudzeniu, że będzie to najpiękniejszy dzień Twojego życia. Właśnie rano to najlepszy moment dnia, aby nastawić się pozytywnie do świata. Kłaśnij w dłonie, wstań prawą nogą i nie pozwól, żeby życie przeciekało Ci przez palce!

PIERWSZY KROK: ROZMOWY TELEFONICZNE

Kluczem do sukcesu, a więc także do niezależności, jest umówienie się na spotkanie. Ale najpierw trzeba przeprowadzić rozmowę telefoniczną, która do tego doprowadzi. Pozytywny efekt takiej rozmowy i – w konsekwencji – umówienie się na spotkanie uzależnione są od wielu czynników. Nie będzie to możliwe, jeżeli nie będziemy pozytywnie nastawieni w danej chwili – i to nie tylko do rozmówcy z drugiej strony przewodu telefonicznego, lecz przede wszystkim do siebie samego. Dobrze jest przeczytać jakiś krótki rozdział książki motywacyjnej, a przede wszystkim – wykonać kilka pierwszych telefonów do osób, do których odczuwamy szczególnie dużą sympatię. To bardzo ważne. Jeżeli jesteś początkującym sprzedawcą, zanim wykonasz telefon biznesowy, musisz nauczyć się kilka sprawdzonych zwrotów, którymi otworzysz sobie drogę do spotkania z klientem. Trzeba ćwiczyć każdego dnia, mówiąc na sucho do słuchawki i obserwując siebie w lustrze. Pamiętaj: powinno wejść Ci w krew, że tylko w garniturze podnosisz słuchawkę do rozmowy z klientami. Nawet gdy chodzi tylko o trening. Przecież bardzo chcesz, żeby Ci wyszło, a więc należy stać się profesjonalistą. Rodzina liczy na Ciebie. Działaj w sposób zaplanowany. Najpierw musisz zapewnić sobie własny kąt do pracy, w mieszkaniu lub biurze. Dalej wyznacz konkretne dni i godziny na telefony do klientów. Następnie zabierz się do swobodnego opanowania zwrotów, które – jak już pisałem – mają za zadanie zachęcenie klienta do spotkania z Tobą. Należy także przygotować się do łamania różnych obiekcji klienta. W dalszej części książki znajdziesz dostateczną ilość pomocnych materiałów. Jeżeli mieszkasz w małym mieszkaniu, to musisz uzgodnić z rodziną, że w konkretnych godzi-

nach potrzebujesz absolutnego spokoju. Na biurku czy na stole powinny leżeć: rozłożony kalendarz, dwa długopisy oraz wypisane dialogi i odpowiedzi na obiekcje. Dialogi mogą być przyklejone do ściany, tak żeby z łatwością dało się je przeczytać. Masz się czuć jak prezenter telewizyjny. I pamiętaj: telefon nie parzy, to Twój najlepszy przyjaciel.

Nie widzisz rozmówcy, ale przecież masz dla niego coś wspaniałego. On czeka na Twój telefon, czeka na profesjonalistę, więc nie możesz dukać w słuchawkę. Trzeba być przygotowanym, czyli wiedzieć, co mówić, i zachować pełen spokój. Tak samo jak przed jakimś egzaminem. Gdy się uczyłeś, wtedy mniej się boisz, prawda? A teraz udowodnij sobie i innym, że potrafisz świetnie pracować. Możesz też, zamiast słuchawki tradycyjnej, kupić słuchawki na uszy, z mikrofonem. Będziesz wówczas miał wolne ręce i wrażenie, że jesteś blisko klienta. Nie denerwuj się, gdy ktoś Ci odmówił. To normalne. Może akurat był po kłótni z żoną lub wyrwał się ze snu, męczą go właśnie kłopoty finansowe albo pokłócił się ze swoim szefem. Mogę wskazać jeszcze wiele powodów. To nieważne, ile odmów i z jakiego powodu Cię spotka, ale jak Ty sobie z nimi poradzisz.

Zapamiętaj, że nie może być tak, że nie wiemy w danym momencie, co powiedzieć. W tej sytuacji atutem stają się informacje dodatkowe o kliencie. Możesz nimi go zaskoczyć. Każdy z Was dysponuje różnego rodzaju przykładami, które pomogły mu w umówieniu się na spotkanie. Pamiętaj jednak, że musisz mieć ciągły napływ nowych nazwisk. Nie polecam dzwonienia z książki telefonicznej, chyba że w ramach treningu zawodowego. Najlepszym sposobem jest zbieranie referencji, poleceń z możliwością powołania się. Każdy musi odkryć jednak swój sposób, najbardziej pasujący do jego osobowości. Niektóre osoby dobrze czują się w kontakcie bezpośrednim i chodzą bez

zapowiedzi po firmach, w ten oto sposób zdobywając klientów. Jednak zawsze telefon pozostaje podstawowym narzędziem pracy.

Będą też myśliwi, którzy skupiają swoją uwagę na osobach bardziej majątnych. Krążą koło wybranych ludzi niczym pies tropiący, aż w końcu, po zebraniu dostatecznej ilości informacji na ich temat, starają się doprowadzić do bezpośredniego już spotkania i sprzedać swoją ofertę. W ten sposób można mieć mniej klientów, za to bardziej majątnych. Jeżeli po rozmowie z Tobą ktoś odmawia nabycia Twojego towaru czy też usługi i prosi, byś przedzwonił do niego, powiedzmy, za pół roku, to nie możesz nie zapisać takiej osoby w kalendarzu. Nie popełniaj jednak błędów i nie terroryzuj klienta telefonami co drugi dzień. Należy wyczekać do określonego terminu i dopiero wtedy kontaktować się. Wielokrotnie może się zdarzyć, że wykonasz taki telefon w umówionym terminie i usłyszysz w słuchawce, że już skorzystali oferty kogoś innego (bo akurat ktoś z rodziny rozpoczął taką działalność lub wybrali lepsze warunki w innej firmie). Nie raz zaproponują kontakt za następne pół roku. Co wówczas? Możemy zapisać ten termin, lecz pamiętajmy o zasadzie $\frac{3}{4}$ nowych do $\frac{1}{4}$ starych klientów. Musimy także wyczuwać intuicyjnie, czy rozmówca jest ugrzeczniejszy, gdyż nie potrafi nam odmówić (klient tzw. przyjacielskiego typu).

Oto przykład:

Nie zapomnę jednego klienta z pierwszego roku mojej działalności. Był to człowiek świetnie wykształcony, ojciec rodziny, utrzymujący cały dom (jego żona nie pracowała zawodowo). Po zakończonym spotkaniu powiedział, że mam się z nim skontaktować za trzy dni, to się umówimy w celu sfinalizowania sprawy. Gdy wykonałem telefon w umówionym terminie, powiedział, że bym zadzwonił w następnym tygodniu. Gdy wykonałem telefon w następnym tygodniu, powiedział

znowu, że w przyszłym miesiącu. Odwiedziłem go również w miejscu pracy. Dał mi nawet polecenia i powiedział, że za miesiąc to już na pewno. Zadałem mu pytanie, czy go to faktycznie interesuje. Odpowiedział, że jak najbardziej. Uwierzcie mi, pomimo że znałem zasadę $\frac{3}{4}$ do $\frac{1}{4}$, tak mnie wciągnęła ta gra z klientem, że dla polepszenia sobie humoru co jakiś czas (niekiedy nawet co dwa dni) wykonywałem do niego telefon, zadając mu pytanie: „Co u pana słyhać, panie Janie?”. Staliśmy się dobrymi znajomymi przez telefon, lecz poza tym nic osiągnęliśmy. Tak minął rok naszej znajomości. Od tego momentu minęły już trzy lata i już do pana Jana nie dzwonię...

Bywa jednak też tak: pewnej wiosennego dnia pojechałem na spotkanie poza Poznań, do pewnego człowieka zajmującego się branżą budowlaną. Całe spotkanie przebiegło w przyjaznej atmosferze, lecz nie zakończyło się podpisaniem umowy. Klient co chwilę wymyślał jakieś obiekcje. A to że musi przestudiować warunki, że musi się spotkać z przedstawicielami innej firmy, że ma trudności finansowe i wiele, wiele innych powodów. Gdy się zegnaliśmy, powiedział: „Niech pan przedzwoni za pół roku”. Tak też uczyniłem. Znowu usłyszałem, że bym zadzwonił po świętach Bożego Narodzenia, to w nowym roku się spotkamy. Intuicyjnie czułem, że mówił poważnie. Wykonałem jeszcze telefon do jego żony, żeby poznać jej punkt widzenia. Nie różnił się od zdania jej męża. Po pewnym czasie wykonałem telefon i doszło do spotkania. Pojechałem na spotkanie i ubezpieczyłem jego oraz jego małżonkę. Nie omieszkałem jednak zadać mu kilku pytań. Zapytałem więc, czy może zdradzić mi swój powód niewykupienia ubezpieczenia prawie rok temu. Odpowiedział mi, że właściwie to żadnego powodu nie potrafi podać. Zadałem więc mu pytanie:

– Czy był to powód finansowy?

– Nie – odpowiedział.

– Czy pan wówczas czegoś nie zrozumiał z mojej oferty? Może niejasno się wyrażałem?

– Nie.

– To proszę podać choć jeden powód.

– Ja go po prostu nie znam – usłyszałem. Przynajmniej był szczery. I tak czasami bywa.

Jeszcze jedna zasada: zapisuj wszystko, co usłyszysz.

Któregoś dnia zatelefonowałem z propozycją spotkania do pewnego małżeństwa. Telefon odebrał mężczyzna, który powiedział, że nie ma ochoty na rozmowę. Zapytałem: „Co się stało?”. Mężczyzna powiedział, że syn jego jest w szpitalu po ciężkim wypadku samochodowym. Wyraźnie wyczuwałem, że nie ma ochoty na dalszą rozmowę. Spytałem, czy mogę się z nim skontaktować za kilka miesięcy. Powiedział, że jak chcę, to mi nie może zabronić, ale moje usługi nie interesują go, ponieważ ma inne problemy. Podziękowałem za rozmowę i zapisałem w skrócie przebieg rozmowy oraz imię dziecka. Po kilku miesiącach ponownie przedzwoniłem do niego. Gdy zapytałem o stan syna i wymieniałem go z imienia, mój rozmówcę zaskoczyłem. Po prostu nie pamiętał rozmowy ze mną. Był jednak pod wrażeniem moich informacji o jego rodzinie. Powiedziałem mu, że cieszę się, że jego syn już wyzdrowiał i czy nie uważa, że powinniśmy się spotkać. Zgodził się. Jakiś czas potem odwiedziłem go w domu i wówczas on podjął decyzję o zabezpieczeniu rodziny. Po roku wykupił następną polisę.

Czasami wystarczy znać imię dziecka lub wiedzieć, jak się wabi pies, czy też pamiętać nazwisko fryzjera, do którego chodzi małżonka klienta. W dalszej części książki podam kilka przykładów świadczących o bardzo ważnej roli notatek z naszych rozmów i spotkań oraz wszelkich informacji o kliencie, choć zapewne każdy z Was dysponuje wieloma przykładami. Przedstawię Wam teraz kilka rozmów telefonicznych, które należy do perfekcji opanować. Przestrzegam tylko przed uczeniem się dialogów na pamięć. Należy natomiast kilkakrotnie, najlepiej rano, przeczytać zapisany uprzednio wzór takiej rozmowy. Po tygodniu czy może dwóch odkryjemy, że słowa same cisną się na usta, a wszystko wychodzi naturalnie, rozmowa się klei i nie mamy problemu z umówieniem się. Leży to przecież tak samo w interesie klienta, jak i Twoim. Jesteś przecież fachowcem najwyższej klasy i świadczysz usługi szczególne, których każdy potrzebuje. Nie wszyscy natomiast zdają sobie z tego sprawę. To właśnie jest Twoja rola. Rola bardzo dobrze przekonującego.

PRZYKŁAD I: BEZ OFICJALNEGO POLECENIA

– Dzień dobry. Nazywam się Waldemar Mielczarek. Czy mam przyjemność z panem Henrykiem Kowalskim?

– Tak. Słucham pana – odpowiada najczęściej klient.

– Miło mi. Dzwonię do pana z polecenia naszego wspólnego znajomego, który powiedział mi, że jest pan człowiekiem godnym zaufania, otwartym na różnego rodzaju mądre propozycje. Chciałbym zaproponować panu coś, co będzie dla pana bardzo korzystne.

– Co to takiego? – najczęściej pada takie pytanie.

– Jest to nowa koncepcja planowania finansowego, która to pozwoli panu żyć lepiej dzisiaj, wydawać więcej pieniędzy, cieszyć się życiem, a zarazem mieć zapewnioną przyszłość.

Czasami może zapytać o nazwisko naszego wspólnego znajomego. Wówczas odpowiadam:

– Z nieznanymi mi przyczyn osoba ta zastrzegła sobie anonimowość – zaraz jednak dodaję:

– Widzi pan, niektóre osoby dziwnie się zachowują. Same korzystają z moich usług, a wstydzą się ujawnić swoje nazwisko. Za każdym razem muszę przysięgać, że ich nie wydam. Znam natomiast wartość swoich usług i godzę się na to. Przeważnie, proszę pana, działam tylko z jawnych referencji, lecz nie ukrywam, że czasami zdarza się tak jak w pańskim przypadku. Czy woli pan spotkać się we wtorek, czy też w piątek?

Przypomina mi się jedna historia, gdy właśnie dostałem do pewnego mężczyzny polecenie bez możliwości powołania się. Po wykonaniu telefonu do potencjalnego klienta rozmowa przebiegła w sposób jak wyżej opisany, a klient odpowiedział, cytuję dosłownie: „Albo powie mi pan, z jakiego polecenia dzwoni, albo nie mamy o czym rozmawiać.” Po chwili odłożył słuchawkę. Natychmiast wykonałem telefon do osoby, od której otrzymałem polecenie. Opowiedziałem, jak klient ten się zachował i po chwili namysłu mój rozmówca wyraził zgodę na ujawnienie swojego nazwiska jako polecającego. Po raz drugi zatelefonowałem do tego mężczyzny, z którym chciałem się umówić. Po otrzymaniu nazwiska człowiek ten przyjął moją propozycję spotkania się. Po miesiącu został szczęśliwym posiadaczem ubezpieczenia na

życie. Żona jego była w ciąży. Na pewno w ciągu życia, gdy tylko sytuacja finansowa mu na to pozwoli, wykupi dodatkowe polisy. Nie wolno mi jednak o nim zapomnieć. I pomyśleć, że tak mało brakowało, a nie poznałbym tego wspaniałego człowieka. Myślę, że mnie zaakceptował i wie, że zawsze może na mnie liczyć.

Przeważnie klienci mówią, że się spotkają, lecz będę szczery: na pewno nie wszyscy. Klient również w większości przypadków zapyta:

– A właściwie jaką firmę pan reprezentuje?

Wówczas odpowiadam, że najlepszą na rynku.

ZŁY MENTOR, CZYLI OSOBA TOKSYCZNA

Mogą być wszędzie: w twoim własnym mieszkaniu (brat, siostra, ciotka, kuzyn, matka, nawet własna żona), w pobliżu miejsca zamieszkania (sąsiad, sąsiadka, kolega, koleżanka) lub w pracy (przełożony, kolega za biurka i wszytkowiedząca pani Jadzia). Musimy się nauczyć, jak z nimi postępować, a przede wszystkim musimy wiedzieć, że takie osoby faktycznie istnieją. Na pewno każdy z Was zna takich ludzi. Na przykład mówisz do swojego kolegi czy brata, że chcesz zmienić pracę, a on, zamiast wspierać Cię duchowo, mówi Ci: „Stary, to nie dla ciebie, ty się do tego nie nadajesz”. Dlaczego tak mówi?

A sąsiedzi? Może nie wszyscy dadzą poznać po sobie, że Ci zazdroszczą, ale w głębi duszy myślą sobie swoje na Twój temat. Nie zapomnę reakcji jednej z moich sąsiadek, gdy podczas wizyty u niej wspomniałem, że planuję wyjazd zagraniczny. Zrobiła się purpurowa na twarzy. Powiedziała mi (cytuję dosłownie): „I co z tego, że masz pieniądze, tylko pracujesz i pracujesz, i po co ci to wszystko? Co z tego, że wyjedziesz za granicę? Ja mogę spędzać czas nad polskim morzem”. Ale za dwa miesiące informuje mnie już z zupełnie inną miną, że wyjeżdża do Szwajcarii. Gdy jej powiedziałem, że moja praca sprawia mi przyjemność, w ogóle nie potrafiła tego zrozumieć. Taka osoba nigdy by się u mnie nie ubezpieczyła, gdyż widziałaby tylko mój zarobek, a nie dostrzegała korzyści dla siebie i swojej rodziny. Na szczęście mam też innych sąsiadów, jak owo wspomiane już przeze mnie młode małżeństwo.

Niestety, musimy się nauczyć postępować z takimi ludźmi, bo niemożliwe jest życie bez nich. Wielu ich odnajdziemy w bliskim nam nawet otoczeniu, ale to normalne. Dlatego – jak już pisałem – klienci, którzy zakupili Twoją usługę lub produkt, również są narażeni na działanie osób toksycznych, tak zwanych złych mentorów. Opiszę teraz jeden z przykładów takiego działania.

Ubezpieczyłem kiedyś małżeństwo rolników. Oboje zajmują się pracą na roli. Mają pięcioro dzieci. Najstarszy syn skończył niedawno 19 lat. Płacili na swoje polisy dwa lata i nagle przestali. Zadzwońłem do nich i zapytałem, czy będą o godzinie 13.00 w domu, gdyż chciałbym ich odwiedzić. Powiedzieli, że mogą przyjechać. Gdy przyjechałem na miejsce, usiedliśmy w razem przy stole. Zapytałem ich:

– Co się stało, że po dwóch latach przestali państwo płacić na swoje polisy? Czy chcą państwo z nich zrezygnować?

Na to gospodarz wyjaśnił, że nie stać ich w chwili obecnej na opłacanie tych składek.

– Ach tak? A czy stać państwa na taką rozrzutność? Przecież ubezpieczenie kosztuje mniej niż brak takiego ubezpieczenia! Nie wierzę, że jest to kwestia pieniędzy – oznajmiłem. – Bardziej mi wygląda na to, że do państwa domu wkradła się jakaś osoba toksyczna.

– Co takiego? – zapytał rolnik.

– Zaraz to wytłumaczę. Osoba toksyczna to człowiek, który przychodzi do waszego spokojnego domu i oznajmia coś w rodzaju: „Józek, czyś ty zwariował?! Płacisz na tych złodziei? Pamiętasz, jak płaciliśmy kiedyś na polisy dzieci i co żeśmy dostali?”. Albo: „Słyszałem, że

ta firma nie wypłaca” i tym podobne rzeczy. Taka osoba mogła nawet kiedyś ubiegać się o ubezpieczenie, ale ze względu na stan zdrowia nie otrzymała polisy. Chodzi potem po sąsiadach i głupoty opowiada, ale gdy jakieś nieszczęście do takiego domu się wkradnie, szybko znika. Czy taki człowiek da państwu jakieś pieniądze, pomoże, gdy będzie bardzo źle?

– Dobrze, uregulujemy zaległe składki – zdecydował gospodarz.

Miałem jednak rację, podejrzewając zły wpływ osób trzecich. Sądzę, że ci klienci już wiedzą jak postępować z takimi ludźmi.

CZY ZŁY MENTOR MIAŁ SWÓJ UDZIAŁ W TEJ HISTORII?

Pewnego razu zabrałem swojego klienta na badanie do lekarza, gdyż ubiegał się o dość wysoką sumę ubezpieczenia. Uznał bowiem, że potrzebuje teraz większej ochrony i zdecydował się doubezpieczyć. Podczas jazdy samochodem rozmawialiśmy na różne tematy. Między innymi oświadczył mi, że szykuje mi nowego klienta, i zapytał mnie, czy słyszałem o tym strasznym wypadku w ostatnie święta Bożego Narodzenia. Odpowiedziałem, że nie.

– Niech pan posłucha – mówił dalej. – Znane mi małżeństwo (oboje około 40 lat) jechało swoim samochodem osobowym wraz z trzynastoletnią córką i zderzyło się czołowo z samochodem ciężarowym. Oboje zginęli na miejscu, a córka walczy o życie w szpitalu. Najprawdopodobniej przeżyje.

– Czy byli ubezpieczeni? – zapytałem.

– Tak. W tej samej firmie, którą pan reprezentuje.

– To dobrze – powiedziałem.

– Nie do końca, gdyż z tego, co mi wiadomo, pół roku przed wypadkiem przestali opłacać składki ubezpieczeniowe. Niech pan pomyśli – mówił dalej klient – co będzie teraz z ich dzieckiem? Znałem ich sytuację materialną przed wypadkiem i wiem na pewno, że było ich stać na opłacanie składek.

Nie znam zakończenia tej historii. Nie wiem, czy w tym przypadku brał udział zły mentor, czy też ludzie ci sami podjęli taką decyzję. Jedno jest pewne. Życia tym ludziom nie da się przywrócić, ale pozostającemu przy życiu dziecku bez pieniędzy będzie ciężko. Nie wiadomo, czy nie będzie ono potrzebowało dłuższego leczenia i drogiej rehabilitacji.

Zadajmy sobie pytanie: czyż polisa w pewnym sensie nie daje nieśmiertelności? Jest wyrazem troski o najbliższych i pomocą, gdy nas zabraknie. Dzięki niej działamy jakby zza grobu, wspierając rodzinę w wysiłku podźwignięcia się po tragedii. W przypadku tej dziewczynki cały jej świat się zawalił. To była straszna katastrofa.

RACHUNEK SUMIENIA AGENTA UBEZPIECZENIOWEGO, CZYLI ANALIZA WŁASNYCH BŁĘDÓW

CZY SZUKASZ NOWYCH ZNAJOMOŚCI?

Zacznij rozmawiać z każdym, kogo napotkasz – w windzie, na klatce schodowej, w sklepie, na stacji benzynowej, w banku czy u fryzjera. Każdej minuty pamiętaj o tym, że jesteś sprzedawcą. Jadąc samochodem, bierz ze sobą dyktafon i dyktuj adresy z reklam zauważonych na ulicy, na domach czy innych samochodach. Dość dużej liczby zawartych umów dokonałem w ten sposób. Jeden przykład młodej dziewczyny, sąsiadki z mojego bloku, opisałem na stronach tej książki.

CZY PRZYCHODZĄC DO KLIENTA Z PROPOZYCJĄ SPRZEDAŻY SWOJEGO TOWARU CZY TEŻ USŁUGI, POTRAFISZ ZROBIĆ NA NIM DOBRE PIERWSZE WRAŻENIE?

Udając się do klienta na spotkanie, musisz sprawić, żeby Twój wygląd zaszokował klienta w pozytywnym tego słowa znaczeniu. To znaczy, że musisz być ubrany w garnitur (kobieta w garsonkę), mieć czystą koszulę, dobrze dobrany krawat, błyszczące buty i jakiś przyjemny zapach markowych perfum. Nigdy nie zapominaj o szczerym uśmiechu. Torba na dokumenty (Twoje biuro) powinna się świetnie prezentować. Jeżeli jest zima, należy mieć płaszcz, a nie kurtkę. Pamiętaj – jesteś tym, na kogo ludzie liczą. Chcą z Tobą robić interesy, ale muszą mieć do czynienia z profesjonalistą. Zapamiętaj, aż 98%

Twoich rozmówców jest czułych na punkcie wyglądu. Spraw, żeby klient czuł, że chcesz stać się jego przyjacielem. (Czy Wam samym nie zdarza się czasami, że rozmawiając z jakąś osobą, dopiero co poznaną, odnosicie wrażenie, że znacie ją od dawna?). Właśnie – żeby klient chciał coś od Ciebie kupić, musisz sprawić, żeby odczuwał podobnie przyjazną bliskość między Wami.

CZY FAKTYCZNIE UMAWIASZ SIĘ NA SPOTKANIA?

Nie oszukuj siebie. Powiedz, stojąc przed lustrem, że masz za mało spotkań, za mało wykonanych telefonów, za mało przeprowadzasz rozmów. Czy współpracujesz z osobami, które pomagają Ci w poszukiwaniu klientów? Jeśli nie, to dlaczego?

Jak skorzystać z wiedzy zawartej w pełnej wersji ebooka?

Więcej na temat, jak być doskonałym doradcą ubezpieczeniowym, dowiesz się z pełnej wersji ebooka. Zapoznaj się z opisem na stronie:

<http://vademecum-agenta.zlotemysli.pl/>

Dowiedz się, jak zwiększyć swoją skuteczność i zarabiać więcej!



**Poleć znajomemu e-booka
i zarób 50% jego wartości**



**Kupuj e-booki za punkty,
nie za złotówki**

POLECAMY TAKŻE PORADNIKI:

Skuteczne poszukiwanie klientów – Artur Wojciechowski



Dlaczego tylko nieliczni wiedzą, jak zdobywać nowych klientów i odnosić sukcesy w sprzedaży bezpośredniej?

Nieważne, czy pracujesz w ubezpieczeniach, MLM, czy robisz jeszcze coś innego związanego ze sprzedażą bezpośrednią. Tak czy inaczej – musisz poznać sposoby codziennego zwiększania bazy swoich klientów, kwalifikowania potencjalnych klientów do odpowiednich kategorii, utrzymywania z nimi relacji i pozyskiwania nowych kontaktów dzięki tym, którymi już dysponujesz.

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

"Ta książka jest rewelacyjna. Teraz pod koniec każdego spotkania proszę o polecenia. O dziwo, klienci mi je dają. To naprawdę działa!"

- **Luba Wądrzyk**, prowadzi własną firmę

Umysł sprzedawcy - Artur Wojciechowski



Sekrety skutecznego sprzedawcy

Jeśli **sprzedaż bezpośrednia** to Twoje pole działania i pragniesz dokonywać satysfakcjonujących sprzedaży i transakcji zakończonych sukcesem, z wielokrotnością swoich zyski, możesz się tego dowiedzieć od osoby, która dzięki zastosowaniu pewnych prostych zasad **zwielokrotniła 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

Zobacz pełen katalog naszych praktycznych poradników na stronie www.zlotemysli.pl