

Jan Batorski

# JAK OCZAROWAĆ KLIENTA?



**Sztuka zjednywania sobie  
ludzi i budowania relacji  
wygrana-wygrana**

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Jak oczarować klienta](#)"

## Darmowa publikacja dostarczona przez [ebooki24.org](http://ebooki24.org)

Copyright by Złote Myśli & Jan Batorski, rok 2008

Autor: Jan Batorski

Tytuł: Jak oczarować klienta

Data: 02.10.2017

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Kościuszki 1c

44-100 Gliwice

[www.zlotemysli.pl](http://www.zlotemysli.pl)

email: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto: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

## **ROZDZIAŁ 1:**

### **USTALENIA WSTĘPNE.....10**

<u>Cele nauczania – uczenia się.....</u>	<u>10</u>
<u>    Zmień strategię działania!.....</u>	<u>13</u>
<u>Założenia wstępne.....</u>	<u>14</u>
<u>    Ćwiczenie praktyczne nr 1:</u>	
<u>    Mistrzostwo w działaniu.....</u>	<u>14</u>
<u>Proces kształtowania umiejętności.....</u>	<u>16</u>
<u>Ćwiczenie czyni mistrza.....</u>	<u>17</u>
<u>    Ćwiczenie praktyczne nr 2:</u>	
<u>    Które z wymienionych działań jest szkoleniem?.....</u>	<u>18</u>
<u>Wielostopniowy system budowania więzi emocjonalnych z klientem.....</u>	<u>19</u>
<u>Klient, kto to jest?.....</u>	<u>21</u>
<u>    Jakie są jego oczekiwania?.....</u>	<u>22</u>
<u>    Od czego zależy satysfakcja klienta?.....</u>	<u>22</u>
<u>    Ćwiczenie praktyczne nr 3:</u>	
<u>    Oceń ważność różnych umiejętności rozmowy handlowej.....</u>	<u>22</u>
<u>Ogólne prawa psychologiczne dotyczące natury ludzkiej.....</u>	<u>24</u>
<u>    Wnioski etapowe.....</u>	<u>27</u>
<u>    Postulaty.....</u>	<u>27</u>
<u>10 najpopularniejszych błędów popełnianych w sprzedaży.....</u>	<u>28</u>
<u>    Ćwiczenie praktyczne nr 4:</u>	
<u>    Jakie pytania prawdopodobnie tworzą się w świadomości klienta</u>	
<u>    oczekującego na sprzedawcę?.....</u>	<u>29</u>
<u>Podsumowanie.....</u>	<u>29</u>

## **ROZDZIAŁ 2:**

### **WIARYGODNOŚĆ – PODSTAWA WIĘZI EMOCJONALNYCH**

### **Z KLIENTEM.....31**

<u>Definicja wiarygodności sprzedawcy.....</u>	<u>31</u>
<u>    Ćwiczenie praktyczne nr 5:</u>	
<u>    Arkusze oceny lub samooceny punktualności przybywania na spotkania</u>	
<u>    handlowe i szkoleniowe.....</u>	<u>32</u>
<u>Punktualność.....</u>	<u>33</u>
<u>Podsumowanie.....</u>	<u>34</u>
<u>Decydujące jest pierwsze wrażenie.....</u>	<u>35</u>
<u>Radosne powitanie.....</u>	<u>36</u>
<u>Kontakt wzrokowy.....</u>	<u>38</u>
<u>Twój wygląd jest kluczowy.....</u>	<u>38</u>
<u>Być dobrze ubranym oznacza być stosownie ubranym.....</u>	<u>40</u>
<u>    Ćwiczenie praktyczne nr 6:</u>	
<u>    Samoocena wyglądu w trakcie pierwszego</u>	
<u>    spotkania handlowego doradcy.....</u>	<u>41</u>
<u>Prawo wiarygodności Elana.....</u>	<u>43</u>
<u>Zdefiniuj cel spotkania.....</u>	<u>43</u>
<u>Oznaki kłamstwa i nieszczerości.....</u>	<u>44</u>

Autoprezentacja.....	45
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 7:</u>	
Tworzenie treści autoprezentacji.....	46
Zażartuj z samego siebie.....	48
Pozyskaj i eksponuj dane na temat Twojej firmy.....	48
Posługuj się dokładnymi danymi.....	49
Nie mów niczego, w co sam nie wierzysz.....	49
Przyznaj się do stresu.....	49
Wspomnij o ujemnych stronach swojej oferty.....	50
Jeśli masz coś do zyskania, powiedz o tym otwarcie.....	51
Mów ludziom tylko to, w co są w stanie uwierzyć.....	52
Kontroluj swoje uprzedzenia, nastawienia.....	52
Przedstawienie ocen jakości i wielkości .....	53
Umniesz własne korzyści.....	54
Bądź konsekwentny.....	54
Bądź spójny.....	55
Spraw, by Cię polubili.....	55
Sporządzaj notatki.....	56
Używaj zwrotów „ty, twój” zamiast „ja, mój” .....	56
Stosuj zasady profesjonalnej komunikacji.....	57
Podsumowanie.....	58

### **ROZDZIAŁ 3:**

<b>ŚMIEJ SIĘ SZCZERZE I DO ŁEZ!.....</b>	<b>59</b>
Dlaczego w sprzedaży ważny jest uśmiech?.....	59
Uśmiech to poważna sprawa.....	60
Czym jest śmiech i uśmiech? .....	61
Radość cieszy.....	62
Wzmacniaj w każdym poczucie wartości.....	63
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 8:</u>	
Publiczne okazywanie życzliwości.....	65
Wiarygodność uśmiechu.....	65
Prawo siewu i plonu.....	68
Lek na duże kłopoty.....	69
Naucz się śmiać.....	71
Uśmiech wewnętrzny.....	72
Uśmiech jest znakiem przyjaźni.....	73
Uśmiech jest najprostszą drogą do ludzkich serc.....	75
Poszukuj okazji do radości.....	75
Uświadom sobie, że szczerzy uśmiech jest cennym dla zdrowia ćwiczeniem...76	
Zdrowe skutki śmiechu.....	78
Terapeutyczne korzyści ze śmiechu.....	79
Zawsze warto uwierzyć w siebie bardziej.....	79
Radość dawania .....	80
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 9:</u>	
Twoje nazwisko – Twoje zasoby intelektualne i emocjonalne.....	81
Jak zwiększyć poczucie własnej wartości?.....	82

Filmy, po których ciepło spojrzysz na świat.....	83
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 10:</u>	
Czynności i zdarzenia dające radość.....	83
Dieta na dobry nastrój.....	84
Naturalne antydepresanty.....	84
Podsumowanie.....	85

#### **ROZDZIAŁ 4:**

#### **NAJWAŻNIEJSZA LEKCJA .....87**

Zaufanie w procesie sprzedaży.....	87
Co to jest zaufanie?.....	90
Jak kreować obrazy słowami i modelować emocje zakupu?.....	92
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 11:</u>	
Wyrażaj się prostym językiem.....	93
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 12:</u>	
Powiedz to inaczej.....	97
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 13:</u>	
Kreowanie obrazu wizji celu.....	100
Budowanie zrozumienia.....	102
Deklaracja tolerancji .....	103
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 14:</u>	
Wywoływanie stanów emocjonalnych.....	104
Zyskasz podziw i zaufanie innych, demonstrując im szacunek, .....	105
Jestem taki jak Ty.....	105
Ja też odnoszę sukcesy.....	106
Jestem wspaniałomyślny.....	106
Zawsze mam świetny humor.....	106
Mówię spokojnie, śmiało i wyraźnie.....	106
Jestem sympatyczny.....	106
Bywaj tam gdzie wszyscy.....	107
Znam wielu interesujących ludzi.....	107
Jestem kompetentny.....	107
Zasada częstości kontaktów .....	107
Dobry kontakt.....	108
Zręcznie pytaj, zamiast wydawać rozkazy.....	109
Umowa o prawie do zadawania pytań.....	111
Jak zadawać pytania? .....	112
Przykłady pytań otwierających.....	113
Praca.....	113
System wartości.....	113
Zainteresowania, hobby.....	113
Urlop.....	114
Miejsce zamieszkania.....	114
Rodzina.....	114
Zwierzę w domu.....	114
Zieleń.....	114
Samochód.....	115
Ubiór.....	115

<u>Komputer.....</u>	<u>115</u>
<u>Inne.....</u>	<u>115</u>
<u>Uważnie słuchaj.....</u>	<u>115</u>
<u>Jak być dobrym słuchaczem?.....</u>	<u>116</u>
<u>Przeszkody w słuchaniu.....</u>	<u>117</u>
<u>Techniki przewycięzania przeszkód w słuchaniu.....</u>	<u>117</u>
<u>Szczerze i uczciwie wyrażaj uznanie, chwał.....</u>	<u>119</u>
<u>Znaczenie pochwały.....</u>	<u>119</u>
<u>Formy pochwał.....</u>	<u>121</u>
<u>Kategorie pochwał.....</u>	<u>122</u>
<u>Zasady sztuki chwalenia.....</u>	<u>124</u>
<u>Chwał szczerze.....</u>	<u>126</u>
<u>Odbiór pochwały.....</u>	<u>126</u>
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 15:</u>	
<u>Szczerą pochwałą.....</u>	<u>130</u>
<u>Pochwała to zawsze obustronna wygrana.....</u>	<u>130</u>
<u>Serdeczne rady.....</u>	<u>131</u>
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 16:</u>	
<u>Utwardzanie rozmówcy w przekonaniu,</u>	
<u>że ma rację, nawet gdy jej nie ma.....</u>	<u>133</u>
<u>Zaczaruj rozmówcę.....</u>	<u>135</u>
<u>Kontakt przede wszystkim.....</u>	<u>135</u>
<u>Właściwy stan umysłu.....</u>	<u>136</u>
<u>Odzwierciedlenie zachowań.....</u>	<u>136</u>
<u>Twoje ciało mówi.....</u>	<u>137</u>
<u>Wejść w czyjąś skórę.....</u>	<u>138</u>
<u>Komunikat „ja”.....</u>	<u>140</u>
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 18:</u>	
<u>Quiz dobrego słuchacza.....</u>	<u>141</u>
<u>Zachowania pozytywne .....</u>	<u>143</u>
<u>Postulaty.....</u>	<u>144</u>
<u>Naucz się swojego fachu i nigdy nie zaprzestawaj się go uczyć.</u>	
<u>Bądź profesjonalistą.....</u>	<u>145</u>
<u>Spraw, by każdy czuł się ważny.....</u>	<u>146</u>
<u>Bądź niezwykle interesujący.....</u>	<u>148</u>
<u>Mowa ciała.....</u>	<u>149</u>
<u>Spraw, by Cię polubili.....</u>	<u>151</u>
<u>Czytaj z gestów – unikniesz konfliktów.....</u>	<u>151</u>
<u>Strażnik ust .....</u>	<u>152</u>
<u>Dłoń ściska nadgarstek .....</u>	<u>152</u>
<u>Pocieranie ucha.....</u>	<u>153</u>
<u>Otwarte dłonie.....</u>	<u>153</u>
<u>Skrzyżowane ręce.....</u>	<u>154</u>
<u>Zacieranie dłoni.....</u>	<u>154</u>
<u>Gest oceniający.....</u>	<u>154</u>
<u>Podsumowanie.....</u>	<u>155</u>

<b>ROZDZIAŁ 5:</b>	
<b>SŁUCHANIE EMPATYCZNE.....</b>	<b>157</b>
Ludzie pragną, aby ktoś słuchał ich naprawdę.....	157
Konsekwencje gadulstwa.....	159
Ćwiczenie praktyczne nr 19:	
Konsekwencje gadulstwa.....	160
Posługiwanie się pytaniami zawsze prowadzi do sprzedaży.....	160
Ćwiczenie praktyczne nr 20:	
Analiza rozmowy handlowej.....	162
Aktywne słuchanie wymaga przestrzegania kilku prostych zasad.....	164
Ludzie kupują od osób, które ich słuchają.....	165
Odpowiednie proporcje.....	166
Po ograniczeniach poznać mistrza.....	167
Wsluchuj się w myśli ludzi, nie tylko w ich słowa.....	167
Koncentruj się.....	168
Zalety milczenia.....	170
Od muzyki piękniejsza jest tylko cisza.....	171
Mądrość jest w ciszy.....	171
Słuchanie empatyczne jest lepsze niż mówienie.....	172
Korzyści płynące ze słuchania empatycznego.....	173
Techniki wspomagające słuchanie.....	174
Ćwiczenie praktyczne nr 21:	
Quiz z zakresu sztuki słuchania.....	174
Podsumowanie.....	181
<b>ROZDZIAŁ 6:</b>	
<b>SPRZEDAŻ JEST AKTEM PRZYJAŹNI.....</b>	<b>182</b>
Okazuj przyjaźń i entuzjazm.....	182
Wyraź swoją przyjaźń ciepło i sentymentalnie.....	185
Na czym polega istota przyjaźni?.....	186
Test wartości przyjaźni.....	186
Kto to jest przyjaciel?.....	187
Kto jest najlepszym przyjacielem?.....	188
Jakie sytuacje sprzyjają poznawaniu przyjaciół?.....	188
Jak pielęgnować przyjaźń?.....	189
Jakie zachowania są przejawem przyjaźni?.....	190
Zrozumienie człowieka.....	190
Tolerancja (unikanie idealizowania przyjaciela).....	190
Szacunek dla poglądów przyjaciela.....	191
Dotrzymywanie obietnic i zobowiązań.....	193
Jasność oczekiwań.....	193
Okazywanie uczciwości.....	193
Szczere przeproszenie za popełnione błędy.....	194
Przywiązywanie wagi do drobnych spraw.....	194
Słuchanie z empatią.....	194
Trwałość związku w czasie.....	195
Gotowość do niesienia pomocy.....	195

<u>Bezinteresowność.....</u>	<u>196</u>
<u>Radość z sukcesu przyjaciela.....</u>	<u>197</u>
<u>Bezstronność.....</u>	<u>197</u>
<u>Inspiracja do kreatywności.....</u>	<u>198</u>
<u>Nieograniczona możliwość kontaktu w uzasadnionej potrzebie.....</u>	<u>198</u>
<u>Dostępność.....</u>	<u>199</u>
<u>Otwartość.....</u>	<u>199</u>
<u>Pojednawczy stosunek do partnera.....</u>	<u>200</u>
<u>Okazywanie szczerego zainteresowania.....</u>	<u>200</u>
<u>Wyszukiwanie cech dodatnich.....</u>	<u>201</u>
<u>Szczerze i uczciwie wyrażaj uznanie.....</u>	<u>201</u>
<u>Współuczestnictwo.....</u>	<u>202</u>
<u>Lojalność.....</u>	<u>202</u>
<u>Cierpliwość.....</u>	<u>203</u>
<u>Granice przyjaźni.....</u>	<u>203</u>
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 22:</u>	
<u>Sprzedaj jako akt przyjaźni.....</u>	<u>204</u>
<u>Podsumowanie.....</u>	<u>204</u>
<u>Ćwiczenie praktyczne nr 23:</u>	
<u>Ocena umiejętności zjednywania sobie klienta.....</u>	<u>205</u>
<b><u>TAKSONOMIA WIEZI EMOCJONALNYCH Z KLIENTEM.....</u></b>	<b><u>208</u></b>
<b><u>LITERATURA.....</u></b>	<b><u>210</u></b>



## Rozdział 3: Śmieję się szczerze i do łez!

*Nie ma ważniejszego zadania niż być miłym i pełnym uroku. Krzewić radość, promieniować szczęściem, rozlewać jasność na ciemnych drogach życia... Czyż nie jest to największa przysługa dla innych?*

Victor Hugo

### Dlaczego w sprzedaży ważny jest uśmiech?

Doradzanie i sprzedawanie jest przekazywaniem uczuć. Kupujemy emocjonalnie, a nie logicznie. Główną przyczyną, dla której ludzie postanowią u Ciebie nie kupić, jest brak zaufania. Kluczowymi pojęciami do zapamiętania są więc: zwięzłość, szczerłość oraz ciepły i przyjazny stosunek do klienta. „O tym, kim jesteśmy, decyduje jakość naszych związków z innymi” (Wacław Hryniewicz). Najłatwiej zjednasz ludzi, jeśli potrafisz ich rozbawić. Nikt tak nie przyciąga jak pogodna osoba, która nie traci poczucia humoru nawet w trudnych sytuacjach. Aby osiągnąć bardzo dobre rezultaty jako sprzedawca, musisz przekazywać jak najlepsze wyobrażenie o sobie, aby pozyskać sympatię i zaufanie rozmówcy. Nic nie przemawia silniej niż entuzjazm, pozytywne myślenie i radość życia. Zaufanie jest więc absolutnie potrzebne — przejdźmy więc do tego, jak je zdobyć.

*Kiedy ludzie się śmieją, to przeważnie się nie zabijają.*

Alan Alda

## **Uśmiech to poważna sprawa**

Uśmiech jest najlepszym powitaniem. Świadczy o tym, że jesteś zadowolony ze spotkania z klientem. Stare chińskie powiedzenie głosi, że CZŁOWIEK, KTÓRY SIĘ NIE UŚMIECHA, NIE MOŻE OTWORZYĆ SKLEPU. Sprzedawca nieuśmiechnięty nie jest w ogóle sprzedawcą. Nie jesteś więc przygotowany do pracy, dopóki nie ubierzesz się w uśmiech. Istnieją ludzie, którzy sądzą, że wszystko, co czyni się z poważną miną, jest rozsądne. „Nie sądźcie, że radość polega na śmiechu, radość to rzecz bardzo poważna” (Lucjusz Anneusz Seneka). Śmiać się prawdziwie potrafią tylko ludzie poważni. „Ludzie, którzy się nigdy nie śmieją, nie są poważnymi ludźmi” (A. Allais). Najwyższą formą śmiechu jest śmiech z samego siebie. Większości ludzi taki śmiech sprawia ból. Błogosławieni, którzy umieją śmiać się z samych siebie – nie przestaną nigdy się bawić. „Naucz się śmiać z samego siebie, będziesz miał ubaw do końca życia” (ks. Tadeusz Fedorowicz).

*Jeśli potrafisz śmiać się z siebie, to najlepszy dowód, że masz poczucie humoru.*

Molier

## Czym jest śmiech i uśmiech?

Uśmiech to zagadnienie, nad którym głowili się filozofowie od dwóch tysięcy lat. Ugruntowany jest pogląd psychologów, lekarzy, socjologów, że zdrowy śmiech jest dla organizmu istnym dobrodziejstwem. Już Hipokrates spostrzegł kojący wpływ pogodnego i wesołego nastawienia ducha w obliczu przeciwności losu. Arystoteles przypisywał śmiechowi „zdolności rozwijania cech indywidualnych”. Kant – „wyzwolenie napiętych energii”. Dla Freuda śmiech był radosnym powrotem do dzieciństwa, dla Bergsona – „narzędziem naprawy niedoskonałości psychicznych i fizycznych, doprowadzeniem do stanu równowagi”. Przyjemność śmiechu towarzyszy historii człowieka i trudno, by było inaczej, skoro zdolność śmiania się odróżnia „śmiejące się zwierzę”, właśnie *Homo sapiens*, od wszystkich innych istot żywych” (Giuliano Ferrier – psycholog i dziennikarz włoski). Uśmiech i śmiech wyrażają najczęściej radość życia.

„Zadowolenie jest naturalnym bogactwem, luksus – sztucznym ubóstwem” – pisał Sokrates.

Dla ludzi uśmiechniętych nie ma rzeczy niemożliwych, a życie jest proste. „Na świecie nie ma nic piękniejszego od pobudzania ludzi do śmiechu” (M. Achard). Uśmiech wzbudza zainteresowanie i życzliwość. Kusi. Jest źródłem urody, energii i miłości. Uśmiechnij się!

A szczęście uśmiechnie się do Ciebie. Radość i śmiech to lato życia. Bywa wyrazem radości i sympatii. Otwiera serca, intryguje, wiele obiecuje. Śmiech jest dla duszy tym samym, czym tlen dla płuc. Monę Lisę, najbardziej tajemniczo uśmiechającą się kobietę świata, uczynił nieśmiertelną. Twój uśmiech też może zdziałać cuda. „Uśmiech jest słońcem, które wypędza zimę z twarzy człowieka” (Victor Hugo). Uśmiechnięte oczy błyszczą i skrzę się, wilgotnieją, czasem nawet ronią rzęsiste łzy. Taki śmiech oczyszcza,

rozładowuje emocje, dostarczając i Tobie, i otoczeniu wiele radości. Śmiech to szczerze królestwo człowieka. Uśmiech to najlepszy naturalny kosmetyk i klucz do wiecznej młodości. W Azji uważa się, że uśmiech stymuluje strefy energii i otwiera dusze na nową siłę życiową. Ci, którzy ciągle się złością i kroczą przez życie z pogrzebową miną, szybciej się starzeją. Dzieci śmieją się 146 razy w ciągu dnia, a dorośli tylko 4. Czy to nie smutne? Uśmiech i entuzjizm są ważnymi elementami każdej rozmowy. Wszyscy chętniej rozmawiamy z ludźmi, którzy podchodzą do nas ze szczerym uśmiechem na twarzy i entuzjazmem w głosie. Uśmiech jest zaraźliwy. Kiedy uśmiechamy się do kogoś, istnieje duże prawdopodobieństwo, że osoba ta również uśmiechnie się do nas. Świat naprawdę działa jak lustro. Jeśli potrafimy zachowywać się entuzjastycznie, ale bez przesady, tak aby ludzie nie odnieśli wrażenia, że próbujemy ich oszukać, z pewnością znajdziemy wielu chętnych rozmówców. Nie można jednak rozmawiać serio z ludźmi niemającymi poczucia humoru.

*Od kwiatu żąda się zapachu, od człowieka – uprzejmości.*

przysłowie hinduskie

## **Radość cieszy**

„Radość — w przeciwieństwie do smutku — jest uczuciem najbardziej podstawowym i przenikającym całe istnienie człowieka” (Rafał Zieliński). Uśmiechanie się to zaskarbianie sobie atmosfery życzliwości, która nie jest obojętna dla naszego poczucia szczęścia. W przyjemnym nastroju odczytujemy dodatnie rzeczy, które by inaczej uszły naszej uwadze jako zbyt błahe. Wytwarza popęd do ak-

tywności, do ekspansji, do ruchów, do głośnych objawów. Z drugiej strony – nasze smutki są radościami naszych wrogów. Nie mów więc o swoich problemach, bowiem połowa Twoich rozmówców ucieszy się, że Cię „dopadło”, a druga nie jest tym w ogóle zainteresowana. „Sprawiaj innym radość. Zobaczysz wtedy, że radość cieszy” (Friedrich Teodor Vischer). Pewna i prosta recepta na odzyskanie radości życia brzmi:

**Wstań, unieś głowę, wyprostuj się, miej radosną minę, działaj i mów, jakbyś już był zadowolony.**

## **Wzmacniaj w każdym poczucie wartości**

Pielęgnuj atmosferę rozmów, działając kojąco i uspokajająco. Wyobrażaj sobie, że inni są szczęśliwi, radośni, bogaci i zasobni. Ciesz się z ich sukcesów i pomyślności. To jedyna droga do własnego bogactwa. Nikt nie jest na tyle bogaty, by mógł bez niego żyć. Nikt nie jest na tyle biedny, by nie móc sobie nań pozwolić. Jednak nie można go kupić, wyżebrać, pożyczyć ani ukraść, ponieważ dla nikogo nie stanowi żadnej wartości, dopóki się go nie podaruje. Mów z uśmiechem klientom, że wyglądają wspaniale, a zostaniesz obdarzony specjalnymi względami. Im bardziej jesteśmy uśmiechnięci, tym łatwiej klient wybacza nam ewentualne błędy. Próbuje wzmacniać w każdym poczucie wartości i rób to nieustannie. Twój uśmiech jest posłańcem Twojej dobrej woli. To Ty jesteś gościem w strefie bezpieczeństwa klienta. To Ty możesz uczynić z siebie mile widzianego gościa. Życie jest krótkie, ale uśmiech to trud tylko jednej sekundy. Uśmiechem rozjaśniaj życie sobie i wszystkim, których mijasz. Uśmiech trwa tylko chwilę, a pamięta się go czasem całe życie. Ludzie, którzy się śmieją, zwykle sprzedają, uczą się i pracują efek-

tywniej oraz wychowują szczęśliwsze dzieci. Spotykając ludzi, musisz się autentycznie cieszyć, jeśli chcesz, aby oni także cieszyli się ze spotkania z Tobą. Uśmiechając się, ryzykujesz tylko tym, że inni odwzajemnią Ci się tym samym. Zauważ, że kiedy się uśmiechasz, nie potrafisz być zły czy zmartwiony. Uśmiech nic nie kosztuje, ale wiele daje.

### ***Uśmiech***

*Uśmiech maluje się na twój twarzy  
taki nieśmiały, radosny, szczęśliwy  
taki dyskretny i taki pełny  
taki głęboki, zakotwiczony w duszy  
ten uśmiech na twarzy  
jak różowy płatek róży  
jak bukiet fiołków z fiołkowym zapachem  
jak świętość w miejscu świętości  
jak światłość oświetlająca mroki  
jak farba kolor dająca  
jak nuta tworząca symfonię  
jak myśl rodząca pomysł  
ten uśmiech cię rodzi na nowo  
ten uśmiech daje ci życie  
ten uśmiech ciągle cię tworzy jak Bóg tworzy życie*

ks. Piotr A. Faliński

**Uśmiechnij się, to czyni cuda.**

## **Ćwiczenie praktyczne nr 8: Publiczne okazywanie życzliwości**

1. Popatrz na smutną twarz.
2. Odrzuć ten kwaśny wyraz twarzy.
3. Uśmiechaj się przez okres jednego tygodnia do kilku wybranych i często spotykanych osób.
4. Kłaniaj się pierwszy każdej choćby tylko trochę znanej osobie.
5. Po tygodniu podsumuj rezultaty swoich eksperymentów.
6. Wyciągnij właściwe wnioski.

## **Wiarygodność uśmiechu**

Rób dobre wrażenie, ale nie za wszelką cenę. Uśmiech musi być szczery. Nikogo nie nabierzesz. Uśmiech musi być serdeczny, płynący z głębi serca. Prawdziwy uśmiech tkwi w oczach i ustach. Nie-szczery uśmiech, „przyklepiony do warg”, zostanie od razu zdemasko-wany. Lepiej już wtedy wcale się nie uśmiechać. W uśmiechu jest więcej informacji niż w ponurym grymasie. Ludzie uśmiechają się, aby nawiązać kontakt lub zaprezentować się jak najkorzystniej. Spo-sób, w jaki to robią, może zależeć od nastroju albo roli, którą każde-mu zdarza się grać. Szczery uśmiech dodaje uroku, cyniczny uśmie-szek – wręcz przeciwnie. Uśmiech przyciąga uśmiech. Choćbyś wy-ginał wargi w najbardziej wyszukany sposób – gdy oczy pozostają chłodne i pozbawione radości, nikogo nie zauroczysz. Jeśli uśmiech obejmuje tylko usta, nie działa również na Twoje samopoczucie. Nic dziwnego, że prawdziwy uśmiech często nazywa się „słoneczkiem”, bo przyciąga jak magnes, promieniując światłem i energią, aż wokół robi się ciepło. Jeżeli używa się owej „tajnej broni”, każda niedogod-ność staje się łatwiejsza do zniesienia.

„Uśmiech jest najprawdziwszy, kiedy jednocześnie uśmiechają się oczy” (Jan Twardowski). Prawdopodobnie każdemu z nas zdarzyła się sytuacja, w której należało się uśmiechać niezależnie od tego, czy odczuwaliśmy radość, czy nie. Osoba starająca się o stanowisko będzie się uśmiechać podczas rozmowy kwalifikacyjnej, aby zrobić dobre wrażenie na pracodawcy. Podwładny uśmiechnie się po opowiedzeniu przez szefa marnego dowcipu, aby nie sprawić mu przykrości. Pielęgniarka przygotowując dziecko do bolesnego zabiegu, będzie uśmiechnięta, aby uspokoić małego pacjenta. Przykłady podobnych sytuacji można by mnożyć. Czy ktoś, kto widzi taki „uśmiech na wyrost”, jest w stanie wykryć nieszczerłość? Na podstawie wyników różnych badań można na postawione pytanie odpowiedzieć twierdząco. Ludzie stosunkowo łatwo odróżniają uśmiech szczerzy od udawanego. Pomaga im w tym kilka wskazówek.

Pierwsza z nich dotyczy odmiennego zaangażowania mięśni twarzy. Już Darwin zauważył, że w szczerym uśmiechu oprócz mięśnia jarzmowego (odpowiadającego za uniesienie kącików ust) udział biorą także mięśnie okrężne oczu. W praktyce wygląda to tak, że widzimy tzw. kurze łapki w okolicach oczu. Przy źle udawanym uśmiechu usta wprawdzie przyjmują odpowiedni kształt, jednak oczy pozostają niezaangażowane. W rezultacie cała ekspresja może okazać się mało przekonująca. Inną wskazówką może być asymetria ekspresji. Otóż kiedy naprawdę się cieszymy, nasza emocja powstaje w podkorowych ośrodkach mózgu (w układzie limbicznym). Ośrodki te są słabo zlateralizowane, co oznacza, że w podobnym stopniu wpływają na obie strony naszego ciała. Inaczej jest z korą mózgową. Tutaj jedna z półkul jest dominująca, czyli odpowiada za określone funkcje bardziej niż druga. Ponadto, jak wiadomo, za funkcje (ruchowe i czuciowe) prawej strony ciała w uproszczeniu odpowiada lewa półkula i odpowiednio za funkcje lewej strony ciała – prawa półkula. Jako że uśmiech udawany jest rodzajem ruchu dowolnego, jego źródeł należy



szukać właśnie w korze mózgowej. Tutaj zgodnie z zasadą lateralizacji powinna objawić się przewaga półkuli dominującej. I jest tak rzeczywiście. Uśmiech udawany jest asymetryczny, czyli jedna połowa twarzy jest bardziej uśmiechnięta niż druga. Spowodowane jest to silniejszymi impulsami nerwowymi kierowanymi od półkuli dominującej do podległej jej stronie twarzy. Być może takie przejawy asymetrii występującej przy udawaniu emocji obejmują także inne części ciała i widać je także w gestach.

W codziennych rozmowach raczej trudno będzie nam wychwycić asymetrię na twarzach innych. Jej przejawy są bardzo subtelne i wymagają precyzyjnych analiz. Ale już dokładna obserwacja nagrań wideo lub, jeszcze lepiej, zdjęć (także tych w albumach rodzinnych) może okazać się bardzo owocna. Kolejna porcja wskazówek pomagających odróżnić uśmiech szczery od pozowanego związana jest z tzw. timingiem, czyli przebiegiem ekspresji w czasie. I tak Ekman ustalił, że autentyczny wyraz emocji nie pozostaje na twarzy dłużej niż kilka sekund. Tak więc jeśli ktoś podczas 15-minutowej rozmowy prawie bez przerwy się uśmiechał, możemy być prawie pewni, że udawał tę radość. Także uśmiechy trwające bardzo krótko, czyli szybko znikające z twarzy, są raczej udawane. Autentyczna ekspresja ma określony przebieg czasowy z punktem kulminacyjnym, po czym wolno gaśnie. Inny przebieg ekspresji (zbyt długa lub krótka) spowodowany jest ingerencją woli. Następną ciekawą wskazówką to osadzenie ekspresji w wypowiedzi. Jeśli ktoś najpierw mówi, że np. czuje się świetnie, i dopiero potem się uśmiecha, to prawdopodobnie nie odczuwa radości. Jeśli natomiast uśmiech zagości na twarzy, zanim padnie wypowiedź — jest to raczej szczere wyznanie.

Na zakończenie warto dodać, że udawane ekspresje są na ogół intensywniejsze od tych naturalnie wzbudzanych.

Wniosek:

*Śmiech – to szczerze królestwo człowieka.*

F. Rabelais

## **Prawo siewu i plonu**

„Co człowiek zasieje, to zbierze” — głosi Księga Przysłów. Jeśli chcesz coś dostać, musisz najpierw coś dać. Prawo to opiera się na zasadach szczegółowych:

- zbieramy plon tylko pod warunkiem, że zasiejemy,
- najpierw siać, później zbierać,
- ofiarowywanie daje dobre samopoczucie,
- każde szczerze uczucie okazane drugiemu człowiekowi prędzej czy później do Ciebie wróci,
- kto kocha świat, tego świat też kocha,
- dawanie prowadzi do otrzymywania.

„Kto daje światu uśmiech, temu świat oddaje z powrotem. Kto kocha ludzi, kocha też ich radości. Bez radości nie można żyć” (Fiodor Dostojewski). Radość można osiągnąć tylko wtedy, gdy się drugiemu sprawia radość. „Chcąc doznać w pełni szczęścia, trzeba je dzielić z kimś innym” (M. Twain). Kto chce rozkoszować się radością — musi ją dzielić. Rozdawaj więc uśmiech, wylewaj go z siebie — a jutro znów będziesz miał więcej radości. „Dla ludzi naprawdę wielkich nie ma większej radości od tej, gdy drugim mogą sprawić radość” (Wilhelm Keppler). Potrzebny jest czyjś uśmiech, żeby samemu się

uśmiechać. Każda radość, którą niesiemy innym, zawsze do nas powróci. „Radość, która przemienia się w *dziękuję*, jest najlepszą wdzięcznością” (Gottfried Ephrain Leasing).

*Co to jest radość? Innym sprawiać radość.*

Wilhelm Keppler

## Lek na duże kłopoty

„Odpowiedniejszą rzeczą jest śmiać się za życia, niż lamentować” (Seneka). Radość często bywa początkiem naszego smutku. Nie byłoby radości bez smutku. Lecz żaden smutek na świecie nie trwa wiecznie. Kończy się smutek, pojawia się radość — i tak równoważą się wzajemnie. Płacz i śmiech to prawie to samo, ale to drugie jest przyjemniejsze. Humor polega na tym, że śmiejesz się mimo wszystko. „Uprzejme spojrzenie i uśmiech znaczą więcej niż udana rozmowa” (Stefan Wyszyński). Jest lekarstwem na kłopoty. Przede wszystkim poprawia samopoczucie. Gdy się uśmiechasz, czujesz się tak, jakbyś zrzucił z siebie duży ciężar. Twój uśmiech rozjaśnia życie wszystkich, którzy go widzą. Dla kogoś, kto ogląda dziesiątki ponurych i zachmurzonych twarzy odwracających wzrok, Twój uśmiech to promień słońca przebijający się przez chmury. Zwłaszcza gdy ten ktoś jest właśnie nękany przez szefa czy narzekających klientów. Twój uśmiech przypomni mu, że nie wszystko jest beznadziejne, że na świecie jest jeszcze radość. „Jest tylko jedno lekarstwo na duże kłopoty — małe radości” (Karl Heinrich Weggerl). To, co nosimy na twarzy, jest o wiele ważniejsze od ubrań, które nosimy na sobie. Ludzie, którzy się śmieją, zwykle sprzedają, uczą się, pracują efektywniej, mają szczęśliwsze związki i wychowują

szczęśliwe dzieci. Uśmiechaj i śmiej się często sam do siebie, do innych i nawet przez telefon, bo to słycać! Często pogodne usposobienie jest decydującym czynnikiem przy wyborze kandydata do pracy, przyjaciela czy współmałżonka. Optymistom jest łatwiej pokonywać wszelkie trudności – zarówno w związku, jak i na zewnątrz niego. Jak się uśmiechać, gdy nie jesteś w nastroju do uśmiechania? Psychologia dowiodła, że choć działanie wydaje się iść za uczuciem, w rzeczywistości działanie i uczucia są w równowadze. Wpływając na coś, co mamy pod bezpośrednią kontrolą woli – czyli na swoje zachowanie – możemy pośrednio wpłynąć na uczucia (udowodnione!). Gdy więc nic Cię nie cieszy, a chciałbyś odzyskać radość życia – zacznij kontrolować swoje myśli i zachowanie.

Pamiętaj, że szczęście nie przychodzi z zewnątrz. Zależy od tego co jest w nas. Abraham Lincoln mówił: „Ludzie są dokładnie tak szczęśliwi, jak myślą, że są”. Oto co powinieneś zrobić:

Pomyśl o wszystkich rzeczach, które masz, a z istnienia których większość ludzi nie zdaje sobie świadomie sprawy. Oto lista niektórych z tych rzeczy – sprawdź, ile z nich masz Ty:

Życie, zdrowie, wzrok, słuch, dwie ręce, dwie nogi, jedzenie, ciepłe miejsce do spania, rodzinę, przyjaciół, umiejętności, zawód, ładny widok z okna, pieniądze... Co jeszcze możesz mieć? Jeśli masz problem, zmartwienie – dowiedz się, jak uwolnić się od zmartwienia i znaleźć rozwiązanie problemu. „Dla cierpiących najmniejsza radość jest szczęściem” (Sokrates).

*Śmiech jest lekarstwem, które każdy może sobie przepisać.*

Reinhold Boller

## Naucz się śmiać

„Wesołość jest rodzajem odwagi” (Ernest Hemingway). Ukształtuj w sobie nawyk uśmiechania się w ogóle, a podczas rozmowy handlowej w szczególności. Ćwicz się w sympatii do ludzi i szczerze nią szafuj. Stale ocieplaj stosunki międzyludzkie swym ciepłem wewnętrznym. Uśmiech jest wyrazem zadowolenia ze spotkania z klientem. Obdarzając rozmówcę najpiękniejszym uśmiechem, na jaki Cię stać, zobaczysz, że poczujesz się lepiej i lepiej potoczą się Twoje sprawy finansowe. Kiedy nie wiesz, co zrobić, uśmiechnij się. Nigdy się nie śmieje z kogoś, lecz z czegoś. Naucz się uśmiechać. Potrzebujesz do tego tylko jednego mięśnia, zwanego dźwigaczem kącika ust, który pod wpływem miłych wspomnień czy przyjaznych myśli automatycznie unosi kąciki ust do góry. Spróbuj poćwiczyć uśmiech przed lustrem. Nie trać nadziei, jeśli początkowo wygląda jak nieprzyjemny grymas. Już po kilku minutach mięśnie twarzy nieco się rozluźnią, a Ty od razu poczujesz się lepiej. Kiedy już nauczysz się uśmiechać w pozornie beznadziejnych sytuacjach — wygralesz. Nawet jeśli wszystko się wali, za oknem jest szaro i ponuro — gdy się uśmiechniesz, wszystko może odmienić się na lepsze. Gdy nie masz nic do ofiarowania, ofiaruj uśmiech. Czy chcesz, by ludzie lgnęli do Ciebie? W różnych sytuacjach i miejscach wykonuj następujące ćwiczenie: **podejdź do rozzłoszczonej albo markotnej osoby, spójrz jej w oczy i uśmiechnij się serdecznie**. Próbuje to robić tak często, jak się da, nawet jeśli rezultat nie zawsze będzie pozytywny. Jednak możesz być pewny — po takim ćwiczeniu sam poczujesz się lepiej. Do każdego spotkanego człowieka podchodź tak, jakbyś mówił: „Cieszę się, że cię widzę”. Wejdź do pomieszczenia, uśmiechając się — nie z wyższością, nie szczerząc zęby — od początku pokaż, że nie masz zamiaru być niczym przeciwnikiem. Uśmiech mówi zawsze: „Lubię cię. Czynisz mnie szczęśliwym. Cieszę się, że cię widzę”. Przynosi szczęście do

domu, decyduje o powodzeniu w interesach i jest hasłem dla przyjaciół. Jeśli możesz znajomym sprawić radość, zrób to natychmiast. Najważniejszą rzeczą jest więc sprawienie radości bliźnim — to najlepsze, co można uczynić na tym świecie. Wyprostuj się, działaj i mów, jakbyś był już zadowolony.

Zmuś się do uśmiechu!

*Gdy nie masz nic do ofiarowania, ofiaruj uśmiech.*

przysłowie chińskie

## Uśmiech wewnętrzny

„Prawdziwa radość ma głębokie korzenie. Ona wyrasta z ducha miłości” (Phil Bosmans). Zalecany skład półproduktu:

- dużo życzliwości wobec ludzi,
- niepohamowany optymizm,
- trochę radości,
- wiara w siebie,
- trochę poczucia szczęścia,
- poczucie własnej wartości,
- przebywaj z ludźmi, którzy się uśmiechają.

Zawsze gdy siedzisz i nie masz nic do roboty, po prostu odpręż dolną szczękę i otwórz nieco usta. Zaczynj oddychać ustami, ale nie za głęboko. Niech tylko ciało oddycha, aby był to płytki oddech. A kiedy poczujesz, że oddychanie stało się bardzo płytkie i usta są otwarte, a szczeka rozluźniona, całe ciało będzie bardzo odprężone. W tej chwili zaczynj odczuwać uśmiech — nie na twarzy, a w całym swoim

wewnętrznym istnieniu... i zdołasz to uczynić. Nie jest to uśmiech, który pojawia się na ustach — jest to uśmiech egzystencjalny, który rozprzestrzenia się w samym wnętrzu. Spróbuj, a przekonasz się, czym on jest... bo nie można tego objaśnić. Nie potrzeba uśmiechać się ustami, twarzą, będzie to tak, jakbyś uśmiechał się z brzucha — brzuch się uśmiecha. I jest uśmiech — nie uśmiech, jest więc bardzo, bardzo łagodny, delikatny, wrażliwy — przypomina mały kwiat róży, który rozwija się w Twoim wnętrzu, a jego aromat rozprzestrzenia się w całym ciele. Gdy poznasz ten uśmiech, możesz pozostać szczęśliwy przez dwadzieścia cztery godziny na dobę. A zawsze gdy czujesz, że brak Ci tego szczęścia, tylko zamknij oczy i pochwyć ten uśmiech, a szczęście się pojawi. W ciągu dnia jest wiele okazji do schwywania go. On zawsze jest. Uśmiechaj się, gwizdź melodię, podśpiewuj sobie wesołe piosenki, tańcz, klaszcz w dłonie. Poczytaj coś wesołego, spotkaj się z wesołym przyjacielem. Jeżeli jeszcze nie czujesz radości, przypomnij sobie, kiedy ostatnio czułeś się wesoły i szczęśliwy — i poczuj to samo w myślach. Możesz odtworzyć sobie to, co lubisz, jak dobry film. Czy już go widzisz? Zaczynaj zachowywać się świadomie radośnie i entuzjastycznie, a wkrótce tak się poczujesz. Pomyśl o szczęściu. Nie ma ono „teraz” ani „wczoraj” i to, co myślisz i przywołujesz w wyobraźni, staje się prawdą.

**Nic bardziej nie odsłania charakteru człowieka, jak jego uśmiech.**

## **Uśmiech jest znakiem przyjaźni**

**Uśmiechaj się często.** Uśmiech to sygnał przyjaznych intencji — pokazuje drugiej osobie, że w niczym jej nie zagrażasz. Ale nie tylko! Twój rozmówca dowiaduje się również, że przebywanie z nim spr-

wia Ci prawdziwą przyjemność. Nic więc dziwnego, że odbierając taki komunikat, od razu nastawia się do Ciebie pozytywnie. To m.in. dlatego małe dzieci są przez wszystkich tak hołubione — uśmiechają się do każdego! Uśmiech jest uniwersalnym posłaniem przyjaźni, rozumianym na całym świecie. Śmiech nie jest wcale złym początkiem przyjaźni, a na pewno jej najlepszym zakończeniem. Jest szczerym narzędziem sygnalizacji gotowości do przyjaznej interakcji. Uśmiech ma wiele odcieni, a każdy z nich może wyrażać inne emocje. Nieśmiały uśmiech, przy którym zwykle lekko pochylamy głowę, wyraża potrzebę akceptacji. W uśmiechu przeproszającym opuszczamy powieki. W uśmiechu z dystansem usta pozostają zamknięte. Dajesz nim do zrozumienia: jestem przyjaźnie nastawiony, ale nie podchodź za blisko. Mistrzowie flirtu uśmiechają się przez ułamek sekundy i odwracają wzrok. W uśmiechu spontanicznym, najpiękniejszym ze wszystkich, pokazujemy zęby. Ten ostatni jest wyjątkowo zaraźliwy. Tak łatwo „zainfekować” nim innych, że zdziwisz się, gdy ta forma życzliwości wróci do Ciebie lotem błyskawicy. Weselość nie tylko poprawia nam nastrój, co oczywiste, ale także wzmacnia u nas skłonności altruistyczne — w swym działaniu kierujemy się nie tylko własnym interesem, ale myślimy też o tym, co jest dobre dla innych. To właśnie sprawia, że współpraca w grupie układa się lepiej i co za tym idzie, łatwiej o jej pozytywne skutki.

*Im więcej posiadamy radości, tym doskonalsi jesteśmy.*

Baruch Spinoza



## Uśmiech jest najprostszą drogą do ludzkich serc

Śmiech to najkrótsza odległość między dwojgiem ludzi. Kształtując serdeczną życzliwość do Twoich rozmówców, eliminuj z niej wszelkie zanieczyszczenia, tj. zazdrość, zawiść itp. Nie obawiaj się, że zostaniesz źle zrozumiany, i nie trać ani sekundy na myślenie o wrogach. Uśmiechaj się jak najczęściej. To nic nie kosztuje, a jest bezcenne i zwykle skutkuje. „Wzbogaca tych, którzy go otrzymują, nie zubażając tych, którzy go dają” (Stapulensis Jacobas Faber). Jest odpoczynkiem zmęczonych, światłem zniechęconych, słońcem smutnych i najlepszym, danym przez NATURE, środkiem na kłopoty. „Ten, kto ma spokojne i pogodne usposobienie, łatwiej przyjmuje starość” (Platon). Uśmiech promieniuje i wędruje daleko. Dlatego uśmiechaj się, a świat będzie uśmiechał się do Ciebie!

*Najpiękniejsze, co jest na świecie, to pogodne oblicze.*

Albert Einstein

## Poszukuj okazji do radości

„Życie bez radości jest jak długa podróż bez gospody” (Demokryt). „Budząc się rano, pomyśl, jaki to wspaniały skarb żyć, oddychać, móc się radować” (Marek Aureliusz). Przynajmniej raz w roku oglądaj wschód słońca. Odpręż się, obcując z naturą. Znajdź codziennie chwilę do namysłu nad sobą. Odpręż się, słuchając radosnej muzyki. Muzyka zmniejsza stres, łagodzi strach, dodaje energii i poprawia pamięć. Muzyka sprawia, że ludzie są mądrzejsi. Spraw dziecku radość wspólną zabawą. Każdemu dziecku potrzebna jest akceptacja,

radość, miłość i uznanie. Im więcej z tego będziemy dawać dzieciom, tym więcej wróci do nas. Uczmy się od dzieci. Naucz się ich spontaniczności, fascynacji, akceptacji, wytrzymałości, zaufania, zdecydowania i wyobraźni. Dzieci są po to, aby nas uczyć. Nie odkładaj tańca na okres, kiedy nie będzie już możliwy. Bądź w ruchu. Dopóki jesteśmy w ruchu, nie mamy czasu na troski. Ten jest stary, kto nie może się już śmiać i tańczyć. Nigdy nie wstydz się głośnego śmiechu i radosnego śpiewu. Na wszelkie sposoby zamykaj się przed ludźmi wiecznie niezadowolonymi. Czerp radość z więzi rodzinnych. Pamiętaj, że szczęście w małżeństwie jest wielokrotnie ważniejsze niż w biznesie. Kup sobie psa. To jedyny sposób, abyś mógł nabyć miłość za pieniądze. Przytul codziennie ukochane zwierzę. Naucz się sztuki dawania prezentów, bo szczodrość rozchodzi się jak fala i powraca. Panuj nad telewizorem i nie pozwól, aby on Tobą rządził. Rób sobie codziennie wakacje. Zrezygnuj z oglądania TV na rzecz relaksu.

## **Uświadom sobie, że szczerzy uśmiech jest cennym dla zdrowia ćwiczeniem**

Nie przegapij drobnych radości życia, goniąc za tymi wielkimi. „Lepiej cieszyć się małym niż posiadać wiele i być niepocieszonym” (Benjamin Franklin). Przedkładaj wiele małych przyjemności nad niewiele wielkich. Zawieraj nowe przyjaźnie i ceń stare. Zostań najlepszym przyjacielem swoich przyjaciół. Jeśli możesz znajomym i przyjaciółom sprawić przyjemność, zrób to natychmiast. Mów sobie codziennie rano, że „świetnie jest”. Każdy dzień zacznij od uśmiechu i skończ uśmiechem. „Uśmiech kosztuje mniej od elektryczności i daje więcej światła” (Archibald Joseph Cronin). Ilekroć wychodzisz ze swojego mieszkania lub gabinetu, powiedz coś miłego pierwszej napotkanej osobie. Kiedy spotkasz człowieka smutnego – tchnij w niego trochę życia. Mów ludziom

nawet w przelocie: „Bardzo cię cenię”, „Tylko tak dalej”. Wykorzystuj swoją dozę życzliwości, którą zapewne posiadasz, zawsze i wszędzie — wobec pracowników, domowników, sprzedawców, sąsiadów, klientów — a zobaczysz, że będziesz jej sam doświadczał coraz częściej.

*W żartach więcej opowiadasz, niż mówisz.*

Benjamin Franklin

Wynagradzaj sam siebie za to, co robisz. Kup sobie jakiś drobiazg, który sprawi Ci ogromną radość. Naucz się używać małych przyjemności. Codziennie aplikuj sobie i innym odrobinę szczęścia i ciepła. Ośmielaj się okazywać swoje uczucia ludziom, których lubisz. Okazuj szacunek wszystkim, począwszy od portiera i sprzątaczk. Okazuj każdemu wyrazy podziwu.

Ciesz się otwarcie z sukcesów innych, a po cichu ze swoich. Naucz się sztuki komunikowania serdeczności bez jednego słowa. Humor jest afirmacją godności, deklaracją wyższości człowieka nad wszystkim, co mu się przytrafia. Tylko ludzie z poczuciem humoru mają dużo pomysłów. Życie bez radości to lampka bez oliwy. Wielkim człowiekiem jest ten, kto umie się śmiać ze swoich niepowodzeń. Jeśli jesteś w złym humorze lub zmartwiony, trzymaj się od przyjaciół z daleka, bo przygnębienie i złość są równie zaraźliwe, jak entuzjazm i ochota do pracy. Jeśli chcesz być zdrowszy, pracuj z radością. Jeśli przeraża Cię wizja poniedziałku, to zmień rozkład tygodnia. Uśmiech to niedrogi sposób na poprawienie naszego wyglądu. Jest najprostszą drogą do ludzkich serc. A zatem — śmiejmy się!!! Zrywajmy boki, pękajmy ze śmiechu, nawet jeśli mieliśmy trudne dzieciństwo i jeszcze trudniejszą młodość, nie mówiąc już o „bieżącej starości”. Śmiech to naprawdę zdrowie! Człowiek, który rzadko się śmieje,

może mieć powody do niepokoju. Wartość uśmiechu jest nie do przecenienia. Jego potencjalna siła jest ogromna. Nigdy nie poznamy całego dobra, jakie może dać zwykły uśmiech. „W uśmiechu jest klucz, którym jesteśmy w stanie rozszyfrować każdego człowieka” (Carlyle). Rozglądaj się za tym, co śmieszne. Humor pojawia się w nieoczekiwanych miejscach. Wszędzie wokół nas można napotkać coś śmiesznego. Patrz na świat śmiejącymi się oczami. Szukaj wokół siebie scen humorystycznych, bowiem życie jest pełne komedii. Zapisuj to, co śmieszne, w przeznaczonym do tego miejscu (teczka, pamięć komputera). Zaprenumeruj humorystyczne pisma. Dziel się tym, co śmieszne, z innymi.

**Życzliwi i uśmiechnięci żyją dłużej.**

## Zdrowe skutki śmiechu

Śmiech to najzdrowsza działalność, jaką można sobie wymyślić. Głęboki, głośny, trzęsący całym ciałem, zawiązujący nas w supełki i zwalający z nóg, kiedy żalujemy, że wcześniej nie poszliśmy do łaźienki, kiedy ledwo widzimy przez załzawione oczy — właśnie taki śmiech jest najlepszym ćwiczeniem dla ciała i duszy, najlepszym lekarstwem, najprzyjemniejszą kuracją. Aby jej się poddać i aby była skuteczna, nie trzeba dobrego humoru, wystarczy taki śmiech udawać, odgrywając go tak, jak aktor odgrywa swoją rolę. Jeśli zrobimy to w grupie osób, to gwarantowany jest szybki i skuteczny efekt.

*W uprzejmości jest wdzięk i korzyść.*

Eurypides

## Terapeutyczne pożytki ze śmiechu

- Aktywuje i wzmacnia system immunologiczny,
- zmniejsza ilość co najmniej czterech hormonów kojarzonych ze stresem,
- zapewnia trening przepony i zwiększa zdolność organizmu do wykorzystania tlenu,
- potrafi na długo zredukować ból,
- obniża ciśnienie krwi i może zapobiec nadciśnieniu,
- poprawia oddychanie,
- nie ma żadnych ujemnych skutków ubocznych,
- dostępny jest wszędzie bez recepty,
- nic nie kosztuje.

*Uważajcie na ludzi, którzy się nie śmieją. Są niebezpieczni.*

Juliusz Cezar

## Podsumowanie

1. Daj ludziom więcej, niż oczekują, i rób to z sercem.
2. Kiedy mówisz „przepraszam” — patrz prosto w oczy.
3. Nigdy nie śmieję się z cudzych marzeń.
4. Nie musisz pokazywać, że jesteś najlepszy. Wystarczy, że Ty o tym wiesz.
5. Pamiętaj trzy rzeczy: szanuj siebie, szanuj innych, bądź odpowiedzialny za to, co robisz.
6. Uśmiechaj się gdy podnosisz telefon. Twój rozmówca poczuje to w Twoim głosie.
7. Spędzaj trochę czasu sam.

8. Bądź tolerancyjny, ale nie pozwól sobie niczego narzucać.
9. Czytaj więcej książek, oglądaj mniej telewizji.
10. Dobra atmosfera w domu jest bardzo ważna. Zrób wszystko, co możesz, aby jej nie zniszczyć.
11. Dziel się swoją wiedzą. To najlepszy sposób, by zyskać autorytet.
12. Gdy znalazłeś się w sytuacji, w której „nie może być gorzej”, nie załamuj się. Co by się nie stało, będzie lepiej.
13. Co roku wybierz się w miejsce, w którym jeszcze nigdy nie byłeś.
14. Gdy już będziesz bogaty, wydawaj pieniądze, pomagając innym. To daje największą satysfakcję.
15. Pamiętaj – to, że czasem nie osiągasz tego, czego chcesz, to tylko brak szczęścia.
16. To, co otrzymujesz, zapisz na skale, a to, co dajesz – na piasku.
17. Trzeba uśmiechać się, nie czekając na szczęście, bo gotowiśmy umrzeć, nie uśmiechnąwszy się ani razu.

*Uśmiechnij się, jutro będzie gorzej.*

prawo Murphy'ego

**Jeśli świetnie się teraz czujesz, nie przejmuj się.  
Przejdzie ci.**

## Rozdział 4: Najważniejsza lekcja — jak zdobyć zaufanie potencjalnego klienta

*Ludzie kupują nie produkt, ale innych ludzi, których lubią i którym ufają.*

Kevin Hogan

### Zaufanie w procesie sprzedaży

Każda szansa sprzedaży jest cenna. Badania przeprowadzone wśród sprzedawców pokazują, że nie wykorzystują oni do 70% wszystkich szans sprzedaży. Zazwyczaj dzieje się tak z powodu pominięcia etapu budowania więzi emocjonalnych, które są podstawą skutecznych sprzedaży.

**To nie firmy kupują od firm, ale ludzie od ludzi.**

Przyjęcie powyższej tezy wyznacza tok dalszego rozumowania. Kiedy ktoś coś kupuje, a szczególnie jeśli kupuje coś wartościowego, konieczne jest dla niego poczucie zaufania do sprzedawcy oraz do firmy reprezentowanej przez sprzedawcę. W relacjach SPRZEDAWCA — KLIENT funkcjonują uniwersalne skróty, które pomagają dojść do celu szybciej i skuteczniej. Tym skrótem jest **zaufanie**. Bez zaufania

wszystko jest trudniejsze, czasochłonne, a czasami niemożliwe do osiągnięcia. Zarówno w stosunkach dzieci z rodzicami, jak i w miłości, a przede wszystkim w biznesie. Będąc sprzedawcą, inwestuj zatem przede wszystkim w budowę **zaufania** – więcej niż w cokolwiek innego. Kiedy starasz się o tego trudnego do zdobycia klienta – zainwestuj więcej czasu, energii i pieniędzy w samo zdobycie zaufania niż w wysiłek, aby go przekonać do tego, jakie wspaniałe masz do zaoferowania produkty czy usługi. Jeżeli zdobyłeś zaufanie, często w ogóle nawet nie musisz przedstawiać swojej propozycji do końca czy w szczegółach. Klient, który Ci ufa, odstępkuje od stawianie oporu i wysuwania argumentów na NIE. Klient, który Ci ufa, mówi odwrotnie: „W porządku, nie musisz już mnie przekonywać. Skoro uważasz, że to jest mi potrzebne, powiedz, gdzie się mam podpisać i ile mam zapłacić”. Zaufanie jest kategorią pośrednią między wiarygodnością a przyjaźnią. W trakcie procesu sprzedaży w ogóle, a sprzedaży produktów finansowych w szczególności liczy się nie tylko sama uczciwość, ale także poziom kwalifikacji, doświadczenie czy reputacja w środowisku. Kiedy budujesz zaufanie w biznesie, postaw sobie za cel to, żeby zdobyć zaufanie klienta na tym najwyższym możliwie poziomie. Zademonstrowanie, że jesteś osobą uczciwą, nie wystarcza. Staraj się, żeby Twój klient Ci ufał – tak jak się ufa powiernikowi, zaufanemu doradcy. Klient, który Ci ufa na tym poziomie, nie tylko kupuje od Ciebie bez obiekcji, ale na dodatek stosuje się do Twoich porad i instrukcji.

Każdy człowiek rodzi się z pewną dozą zaufania oraz z predyspozycjami do jego utraty lub wzmocnienia. Różnorodne doświadczenia życiowe uczą nas, kiedy, komu i w jakich sytuacjach możemy ufać, prowadzą do uogólnień, sprawiając, że gotowość do zaufania i to, jak bardzo potrafimy zaufać, jest sprawą bardzo subiektywną. Jest oczywiste, że gdyby klient w ogóle nie ufał w uczciwość sprzedawcy, w jego profesjonalizm, w znajomość produktu i w pozytywność in-



tencji, to nie podjąłby procesu transakcji handlowej. Tak więc **jeśli klient podejmuje rozmowę handlową, to wykazuje tym podstawową pulę zaufania w stosunku do sprzedawcy**. Nawet jeśli wykazuje podejrzliwość, to mamy jednak bazę wstępnego zaufania, które klient raczej chce potwierdzić niż mu zaprzeczyć. Gdyby tak nie było, to podejmowanie rozmowy byłoby bezsensowną stratą czasu. Jeśli się zdarzy, że klient nie znajdzie potwierdzenia i straci wstępne zaufanie, to cały proces traci szansę na pomyślną finalizację. Wartym utrzymania w świadomości jest fakt, że trudności w jego odzyskaniu często wielokrotnie przekraczają wysiłek związany z jego pozyskaniem i utrzymaniem. Początki transakcji handlowej często startują z pozycji, w której obydwie strony się nie znają, nie mają więc podstaw, aby sobie wzajemnie ufać lub nie. Od czegoś trzeba jednak zacząć, klient przeważnie daje sprzedawcy szansę, udziela mu tymczasowego kredytu zaufania na podstawie pierwszego wrażenia oraz oceny rozwijającej się relacji. Klient robi to ze względu na własny interes, podejmuje ryzyko, aby nie stracić potencjalnej okazji zakupu czegoś dla siebie korzystnego. Jest to jednak tylko kredyt, który sprzedawca musi jak najszybciej zmienić w jak najsolidniejsze uczucie zaufania. „Gdy podchodzi się do drzwi, otwierają się automatycznie, gdy podchodzi się do człowieka, zamyka się automatycznie” (Per Halvorsen).

**Początkowa faza jest najtrudniejsza ze względu na maksymalną podejrzliwość klienta wynikającą z potrzeby zapewnienia sobie bezpieczeństwa**, aby „nie dać się oszukać”. Na tym etapie relacji klient skupia swoją uwagę na wielu elementach, na podstawie których stara się ustalić, czy sprzedawca jest wart udzielonego mu kredytu zaufania, czy warto ten kredyt rozszerzyć, czy też wycofać. Klient przeważnie jest zmuszony — przez ograniczenia czasowe — do szybkiego dokonania oceny sprzedawcy. Jeśli ocena wypadnie negatywnie, to od tego momentu począwszy, klient będzie

głównie szukał potwierdzenia swojej negatywnej oceny i w takiej sytuacji pozyskanie zaufania będzie znacząco trudniejsze niż kiedy sprzedawca wywoła dobre pierwsze wrażenie. Człowiek ma tendencję do obrony swoich ocen, tyle że zmiana negatywnych na pozytywne przychodzi znacznie trudniej niż odwrotnie.

Aby sobie w tym pomóc, warto przestrzegać wskazówek wynikających z doświadczenia innych sprzedawców oraz badań nad zachowaniami człowieka.

**Im większe zaufanie ze strony klienta, tym sprawniejszy proces transakcji handlowej i tym mniejsza potrzeba wyjaśniania i dowodzenia prawdziwości faktów.**

**Z powyższego wynika, że każdemu sprzedawcy powinno zależeć, aby jak najszybciej pozyskać zaufanie klienta.**

## Co to jest zaufanie?

Stara handlowa prawda głosi, że gdy rzeczy posiadają jednakową wartość, ludzie kupują to, czego chcą, od tych, których lubią. Z tego wynika, że umiejętność nawiązywania kontaktów z innymi ludźmi, jest takim samym towarem jak kawa czy cukier. Skuteczna sprzedaż jest wypadkową trzech elementów:

1. Korzyści dla klienta, wynikających z jego potrzeb.
2. Zaufania klienta do doradcy.
3. Perfekcyjnej komunikacji między doradcą a klientem.

*Nic bardziej nie wzmacnia człowieka jak okazane mu zaufanie.*

Adolf Harnacki

Psychologowie zgodnie twierdzą, że ludzie kupują nie produkt, ale innych ludzi, których lubią i którym ufają. Budowanie zaufania to pierwszy etap rozmowy handlowej – etap najważniejszy, bo od niego zależy dalszy przebieg sprzedaży, w tym sukces końcowy. Dlatego to Ty musisz zdobyć sobie zaufanie potencjalnych klientów, zanim zechcą korzystać z Twojej pomocy. Co to jest zaufanie?

**Zaufanie to magiczny składnik, który spaja związek ludzi – nawet po brutalnej szczerości.**

Zaufanie to prawdziwa tajemnica sukcesu. Rozbudza ono w nas i w duszy naszego klienta wszystkie siły. Ten, kto stawia sprzedaż ponad zaufanie, traci wielu przyjaciół i zawsze potrzebuje pieniędzy.

Doradzanie i sprzedawanie jest przekazywaniem uczuć, tym bardziej że kupujemy emocjonalnie, a nie logicznie. Ludzie kupują więc, kierując się emocjami, a następnie usprawiedliwiają swoją decyzję, racjonalizując ją. Główną przyczyną, dla której ludzie postanowią u Ciebie nie kupić, jest brak zaufania. Podczas nawiązywania kontaktu nie tylko ważne jest wzbudzenie zaufania klienta – ważne jest także wzbudzenie w nim sympatii. Kluczowymi pojęciami do zapamiętania są więc: zwięzłość, szczerość oraz ciepły i przyjazny stosunek do klienta. Zaufanie jest czymś tak pięknym, że nawet największy oszust odczuwa pewien szacunek dla tego, kto go nim obdarza. Zaufanie jest więc absolutnie potrzebne – przejdźmy więc do tego, jak je zdobyć.

*Łatwiej odbudować zburzone miasto niż zburzone zaufanie.*

**Karol Bunsch**

## Jak kreować obrazy słowami i modelować emocje zakupu?

Każdy produkt lub usługa mogą być postrzegane jako rozwiązanie problemu lub rozstrzygnięcie niepewności. Ludzie nie kupują nasyżych usług, wyrobów czy pomysłów. Oni kupują obrazy przedstawiające rezultaty końcowe, płynące z faktu nabycia towarów i usług. Oni kupują to, co – w ich wyobrażeniu – będą odczuwać, posługując się nimi. Kupują więc rozwiązania. Celem **rozmowy zakupu** jest „wysłanie” potencjalnego klienta w przyszłość i pokazania mu szczęśliwej wizji, jaka będzie wynikać z faktu posiadania Twojego produktu. Sprzedaż jest więc aktem emocjonalnym, a nie racjonalnym. Kupujemy bowiem emocjonalnie, a nie logicznie. Oferta sprzedaży powinna być ukierunkowana na emocje i poziom psychologiczny, na którym znajduje się Twój potencjalny klient. Ludzie dokonują poważniejszych zakupów dopiero po przeprowadzeniu psychologicznej rekonstrukcji odpowiednich **obrazów** słownych. Sprzedajesz zadowolenie i korzyści płynące z posiadania produktu. Jako profesjonalny sprzedawca musisz klientowi pomóc w dostrzeżeniu tych korzyści. Sukces sprzedawcy zależy od tego, w jaki sposób za pomocą słów uda mu się wpłynąć na zachowanie potencjalnego klienta. Każde słowo przedstawia symbol lub obraz. Często wiąże się z emocjami. Słowa są farbami, którymi ubarwiamy malowane przez nas obrazy życia. Czyż stosowanie właściwych farb (słów) w piękny i poruszający sposób nie jest dokładnie tym, o co nam chodzi – malowaniem żywych obrazów słownych? Przełóż pojęcia abstrakcyjne i słowa na język obrazowy. Musi zadziałać wyobraźnia klienta.

„W porównaniu z siłą słów i wyobraźnią kamera filmowa wydaje się być żalnym urządzeniem” (Charles Osgood – CBC News). Co robi dobry sprzedawca i dobry prelegent? Malują wyraziste obrazy werbalne. Jeżeli chcesz sprzedać więcej towarów i usług, musisz nauczyć

się władania pędzlem słów i malowania za jego pomocą obrazów korzyści. Wizualizacja jest zdecydowanie najbardziej skutecznym, najmocniejszym środkiem wprowadzania zmian w ludziach, ponieważ obrazy są językiem umysłu i mózgu. Ludzki umysł posługuje się przede wszystkim obrazami.

### **Ćwiczenie praktyczne nr 11: Wyrażaj się prostym językiem**

Przywódcy polityczni często narażają się na krytykę, gdyż mówią tak zawiłym i wieloznacznym językiem, że nikt nie jest w stanie zrozumieć, o co im chodzi. Choć od polityków nie musisz oczekiwać niczego innego, to sam sobie, gdy dokonujesz prezentacji biznesowej, powinieneś stawiać wyższe wymagania.

Twoim celem powinno być zawsze przedstawienie nawet najtrudniejszych myśli w sposób możliwie najbardziej klarowny. Formalna prezentacja nie oznacza, że powinieneś uciekać się do słów fruujących wysoko ponad głowami słuchaczy.

Reporterzy uczą się pisać na poziomie wiadomości i umiejętności ucznia szóstej klasy szkoły podstawowej – wcale nie dlatego, że całe grono słuchaczy reprezentuje taki właśnie poziom, lecz po to, aby wszyscy czytelnicy szybko i łatwo mogli uchwycić sens reportażu.

Ta sama reguła odnosi się do prezentacji biznesowej. Kiedy dobrze mówcy formułują zdanie lub dobierają słowa do swojej wypowiedzi, kierują się zawsze regułą: **niech to będzie powiedziane w prostych i krótkich zdaniach.**

## Instrukcja

Dlaczego używać wielkich słów, jeżeli można coś powiedzieć słowami prostymi? Przeanalizuj uważnie treść poniższych słów i zastąp je prostszymi.

adaptacja .....

akumulować .....

desygnować .....

ewaluować .....

ewidentny .....

finalizować .....

funkcjonować .....

identyczny .....

implementacja .....

klarowny .....

kompatybilny .....

komponent .....

maltretować .....

nieopodal .....

obiektywizm .....

obwieścić .....

optymalny .....

osiągnąć .....

podejmować .....

przystroga .....

przydzielić .....

przyznawać .....

skonstatować .....

towarzyszyć .....

uskutecznić zmianę .....

w celu .....

w pobliżu .....  
wygasać .....  
wynagrodzenie .....  
wyszczególnić .....

**Będiesz żył ze słów. Używaj więc odpowiednich słów albo przestaniesz jeść.**

Potęga słów jest ogromna. Słowa są narzędziami posiadającymi wielką moc. Mają wyjątkowy wpływ na nasze życie wewnętrzne i zewnętrzne. Musimy więc używać „surowca” najlepszego z możliwych:

- zrozumiałego,
- użytecznego,
- z potężnym ładunkiem emocjonalnym.

Sprzedawanie — to malowanie obrazów. Jeden obraz jest wart więcej niż tysiące słów. Mowa to malarstwo myśli. Jeśli źle posługujesz się słowem, oddajesz pole konkurencji. Sprzedawcy posługują się potęgą słów, ale głównie na swoją niekorzyść, np.: „Czy pan wie...?”, „Rozumie pan, co mam na myśli?”, „Tego nie mogę panu powiedzieć”, „Dlaczego nie chce pan mnie zrozumieć?”. Słowa to cegły, z których buduje się porozumienie. Ludzie budują za wiele murów, a za mało mostów. Wszelki postęp w Twoim życiu zaczyna się od postępu w wizerunkach myślowych. „Mówić to mało, trzeba mówić do rzeczy” (William Szekspir). „Mówić trzeba prosto, ale myśleć w sposób skomplikowany — nie na odwrót” (F.J. Straus). Jeśli chcesz być liderem wśród ludzi — musisz zostać mistrzem słowa. Ludzi można gładzić słowami. Używaj języka pozytywnego. Używaj tylko konstrukcji twierdzących. Negatywne zwroty mogą ograniczać i rzucać złe światło na całą rozmowę. Pozytywnym językiem kreuj



pozytywne nastawienie. Wybitni i profesjonalni sprzedawcy to ci, którzy mówią językiem swoich klientów, a równocześnie są „malarzami obrazów korzyści”. Słuchaj więc słów rozmówcy, wczuwaj się w jego duszę, gdyż w słowach, które ktoś wypowiada, kryją się wyznawane wartości i odmienność tej osoby od innych.

Aby wizualny obraz korzyści skutecznie inspirował klienta do zakupu naszego produktu, powinien być:

- radosny i pełen barw,
- intensywny emocjonalnie,
- przedstawiony w czasie teraźniejszym,
- kuszącym i trafnym obrazem celu,
- angażujący jak najwięcej zmysłów,
- jasny i klarowny,
- tak dokładny, jak to tylko możliwe,
- stanowiący źródło stymulacji do działania.

Wzmacniaj wrażenia zmysłowe:

- dodawaj szczegóły,
- dodaj ruch,
- dodaj głębię trójwymiarową,
- zwiększ kontrast,
- układaj metafory,
- dołącz odpowiednie **uczucia**.

Tworząc wizję celu, posługuj się wyobraźnią — masz przecież stworzyć obraz. Przełóż pojęcia abstrakcyjne i słowa na język obrazów. Ale wizualizacja to nie tylko obrazy. Tworzyć należy także dźwięki, smaki, zapachy, dotyk, odczucia temperatury, strukturę itd. Posługuj się metaforami. Ludzie reagują na pozytywne uczucia. Nie ma nic lepszego niż ciepło miłego słowa. Dołącz więc odpowiednie uczucia.

Im w większym stopniu odwołujesz się do emocji rozmówcy poprzez słowne obrazy oraz te, które wykorzystujesz w pomocach wizualnych, tym bardziej rośnie Twoja więź emocjonalna i szansa na sfinalizowanie sprzedaży. Opisując wizję, użyj czasu teraźniejszego. Obrazy zwykle działają najsilniej, ale jeśli użyjesz wszystkich zmysłów, to osiągniesz jeszcze lepszy efekt. Zaangażuj jak najwięcej zmysłów odbiorców. W epoce telewizji i komiksów popyt na symbole jest olbrzymi. One trafiają szybciej i pozostają w świadomości odbiorców lepiej niż słowa.

### **Ćwiczenie praktyczne nr 12: Powiedz to inaczej**

Zaproponuj alternatywne, proste słowa zamienne w stosunku do poniżej przedstawionych. Słowa te powinny „same sprzedawać”.

1. sprzedać .....
2. interes .....
3. kupić .....
4. koszt, cena .....
5. miesięczna płatność .....
6. podpisać .....
7. suma ubezpieczenia .....
8. wystawić na sprzedaż .....
9. zaliczka .....
10. kontrakt .....
11. opcja .....
12. jestem wściekły .....
13. boję się .....
14. jestem niespokojny .....
15. jestem ogromnie rozczarowany .....
16. napawa mnie to obrzydzeniem .....

- 17.niepowodzenie .....
- 18.jestem wykończony .....
- 19.strach .....
- 20.czuję się sfrustrowany .....
- 21.czuję się poniżony .....
- 22.nienawidzę tego .....
- 23.tracę cierpliwość .....
- 24.czuję się niepewnie .....
- 25.irytuje mnie to .....
- 26.jestem samotny .....
- 27.jestem przeładowany pracą .....
- 28.czuję się odrzucony .....
- 29.jestem przytłoczony tą sytuacją .....
- 30.popełniłem kardynalny błąd .....
- 31.smutek .....
- 32.jestem za głupi do tego .....
- 33.jestem brzydki .....
- 34.pouczać .....
- 35.obawiamy się, że .....
- 36.konkurent .....
- 37.ryzyko .....
- 38.ubezpieczenie .....
- 39.zagrożenie .....
- 40.niewypłacalność .....
- 41.recesja .....
- 42.umowa .....
- 43.przedpłata .....
- 44.obiekcje .....
- 45. problem .....
- 46.wciskanie .....
- 47.marża .....

# Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Opanuj sztukę oczarowywania klienta. Sprzedaż to proces — i to Ty jesteś twórcą tego procesu. Żeby Twoja sprzedaż była skuteczna, potrzebujesz opanowania pakietu umiejętności. Jeśli będziesz posiadał te umiejętności, to zaczniesz sprzedawać swobodnie i skutecznie. Im lepiej będziesz wykonywał swoją pracę, tym więcej ludzi będzie Cię lubiło i polecało innym. Zmienisz w ten sposób również jakość swojego życia prywatnego. Jeśli chcesz dobrze sprzedawać — postaw na profesjonalizm. Ten krótki program jest wprowadzeniem do dalszego doskonalenia profesji, którą wybrałeś. Publikacja ta jest kursem, co oznacza, że nie służy do pasywnego czytania, lecz do

kształtowania umiejętności. „Książka jest obowiązkową pozycją dla każdej osoby, która zajmuje się utrzymywaniem relacji z klientami, handlem, a także dla ludzi, którzy chcą mieć lepsze relacje z bliskimi. Książka podpowie nam, jak nie wpadać we frustrację, jak wychodzić z różnych konfliktów i najważniejsze — jak więcej sprzedawać, zyskując nie tylko klienta, ale jednocześnie przyjaciela.” Kamil M. Ten poradnik jest pierwszym polskim tak obszernym kompendium wiedzy na temat technik sprzedaży. Należy także mocno podkreślić fakt, że autor jest nie tylko teoretykiem, ale również — a właściwie przede wszystkim — praktykiem. Wszystkie opisane metody testował na sobie, by teraz móc je przekazać Tobie.

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://www.zlotemysli.pl/prod/6468/jak-oczarowac-klienta-jan-batorski.html>

[Dodaj do koszyka](#)