

# JAK ROZMAWIAĆ PRZEZ TELEFON I BYĆ SKUTECZNYM

PORADNIK BARDZO  
PRAKTYCZNY

ZRÓBMY SOBIE DOBRZE  
BĘDZIE PANI  
ZADOWOLONA 😊



**Katarzyna Zajkowska**  
Trener Zespołów Sprzedażowych



## TYTUŁEM WSTĘPU

Kupiłaś po raz pierwszy kolagen, który poleciła Ci koleżanka, i to od razu z 30% rabatem. Słyszałaś, że to prawdziwy eliksir młodości i postanowiłaś spróbować. I faktycznie: z dnia na dzień Twoja skóra staje się jakaś inna – tak jakby nieco bardziej sprężysta, napięta i taka... promienna. Myślisz sobie, jak to fajnie, że trafiłaś na produkty Colway – super, że znajoma Ci o nich powiedziała.

A teraz jeszcze zadzwoniła z informacją, że do końca czerwca czekają na Ciebie ekstra profity, jeśli zrobisz dokładnie to samo, co ona. Czyli jeśli Ty też polecisz produkt, który tak Ci się spodobał. I oczywiście od razu powiesz o rabacie. Proste. I za to będziesz mogła dostać unikalne suplementy praktycznie za free. No, bajka – tym bardziej, że Twój rabat z czasem będzie jeszcze większy.

No to ruszaj i zrób pierwszy krok – wystarczy powiedzieć o tym swoim bliskim i podesłać im link, żeby też mogli kupować taniej. Sięgnij więc po telefon – to najprostsza i najszybsza metoda, żeby zacząć. A jeśli tylko zechcesz i jeśli o to zadbasz – może to przynieść nie tylko znaczące dochody, ale przede wszystkim ogromną satysfakcję.

Zanim jednak zadzwonisz, **przeczytaj, jak zrobić to skutecznie.**

Od 25 lat z sukcesem zajmuję się szkoleniami dla przedstawicieli handlowych, telemarketerów czy pracowników działów obsługi klienta, ucząc skutecznej i empatycznej komunikacji. Skorzystaj z moich doświadczeń – podpowiem Ci co zrobić, aby rozmowa przez telefon przyniosła oczekiwane efekty.



**Katarzyna Zajkowska**  
Trener Zespołów Sprzedażowych

## I'M GOOD AND I'M READY czyli ZWARTA I GOTOWA

O PLANOWANIU I RZETELNYM  
PRZYGOTOWANIU



To dużo ważniejsze niż mogłoby się wydawać na pierwszy rzut oka. Słowo honoru: nie raz poczułam na własnej skórze, że dobre chęci, entuzjazm i nawet niezwykła elokwencja nie wystarczą, aby osiągnąć zaplanowany CEL. Oczywiście, możesz „pójść na żywioł”, ale jeśli przeczytasz poniższe wskazówki, unikniesz najczęściej popełnianych błędów.

### 1. CEL ROZMOWY

Zanim przejdziesz dalej, zastanów się przez chwilę i zapisz sobie odpowiedź na pytanie:

**Jaki CEL przyświeca tej rozmowie, którą za chwilę przeprowadzisz?  
PO CO konkretnie chcesz zadzwonić do znajomej?**

Gotowa? Być może napisałaś coś w tym stylu:

„Chcę przekonać siostrę, że kolagen to świetny produkt”.

Albo: „Chcę zainteresować koleżankę marką COLWAY”.

A może: „Chcę zaproponować współpracę z fajną firmą”.

W zasadzie to wszystko prawda, ale żadne z tych sformułowań nie skupia się na **EFEKCIE końcowym**, czyli na podjęciu działania przez Twojego rozmówcę.

- Dobrze sformułowany cel to odpowiedź na następujące pytanie:  
**Co chcesz, by ZROBIŁA Twoja koleżanka po tym, jak skończycie rozmawiać?**

Odpowiedz sobie w takim razie:

- Chcesz, żeby skorzystała z linku, który jej wyślesz, tzn. zarejestrowała się i otrzymała od razu 30% rabat.
- Chcesz, żeby kupiła z rabatem produkty o wartości min. 200 pkt., bo:
  - ✓ Ona będzie mogła kupić super produkt za jedyne 10 zł
  - ✓ Ty masz szansę na super suplementy za 1 zł.

Proszę – oto i Twój cel. Nie trać go z oczu!



**PAMIĘTAJ: Precyzyjne sformułowanie celu zdecydowanie ułatwi Ci rozmowę.**

Będziesz mówić bardziej konkretnie i spójnie, a to podstawy skutecznej komunikacji.

Dużo prostsze będzie znalezienie odpowiednich słów i poprowadzenie rozmowy we właściwym kierunku.

## 2. NASTAWIENIE



Wiem, wiem – slyszalaś pewnie z milion razy o tym, że Twoje nastawienie wpływa bezpośrednio na efekty działania. Sęć w tym, że to „najprawdziwsza prawda”, jeśli tylko dobrze zrozumiesz, CZYM to właściwe nastawienie jest.

Bo wcale nie chodzi tu o bezmyślne powtarzanie sobie: „Jestem zwycięzcą i mogę wszystko!”

Po pierwsze chodzi o WŁAŚCIWĄ PERSPEKTYWĘ (to też efekt dobrze określonego celu):



Pamiętaj, że dzielisz się ewidentną korzyścią, podsuwasz ciekawą propozycję, a nie sprzedajesz.

To ważne, żeby nie poczuć czegoś w rodzaju nieuzasadnionych wyrzutów sumienia.

Po drugie – chodzi o realne zmierzenie się z ewentualnymi obawami drzemiącymi gdzieś w Twojej głowie, które mogą sabotować Twoje działania. Nazywamy to TAKTYKĄ „ROZBRAJANIA MIN”.

Zastanów się chwilę i odpowiedz sobie na pytania:

### Jakie „miny”/obawy siedzą w twojej głowie? Co powstrzymuje Cię przed działaniem?

Być może jesteś w gronie tych nielicznych nieustraszonych, nie znających żadnych lęków – brawo!

Ale zdecydowana większość z nas obawia się odmowy – to taki normalny ludzki odruch. I powiem Ci uczciwie: z odmową czasami się spotkasz, na pewno. Tak samo zresztą jak słyszysz „NIE” w wielu innych codziennych sytuacjach.

Natomiast dobra wiadomość jest taka, że jest na to niezawodny sposób, a Ci nieustraszeni po prostu go stosują. Otóż tak naprawdę nie obawiamy się samej odmowy, tylko towarzyszącego jej poczucia odrzucenia. Tymczasem odrzucenie to tylko TWOJA reakcja na odpowiedź, jaką otrzymujesz, a więc to TY decydujesz, czy się „zgadzasz” na to, aby się poczuć źle, czy też nie.

### Zdecydowanie łatwiej będzie Ci „rozbroić miny” i zdrowo poradzić sobie z odmową, JEŚLI ZAPAMIĘTASZ:



- Nie Ciebie dotyczy to „NIE”, tylko Twojej propozycji, i w dodatku w przyszłości to może się zmienić.
- Ewentualna odmowa to tak naprawdę wartość: lekcja, kolejna dokonana próba, kolejne ćwiczenie, a nie porażka.
- Jedna rozmowa nie ma żadnego związku z następną, powiedz sobie: „Ania nie, ok – I CO Z TEGO? W takim razie dzwonię do Baśki”. Przecież jeśli ktoś nie zobaczy filmu, którym Ty byłaś zachwycona, to nie znaczy, że nie będziesz mówić o nim innym.
- Uśmiechnij się do siebie i „wrzuć na luz” ☺ Ci najlepsi i najskuteczniejsi doświadczali odmowy tysiące razy i właśnie dlatego są teraz tu, gdzie są.

**No i najważniejsze: stosując się do zawartych tu wskazówek, zdecydowanie zwiększasz szansę na „TAK”!**



### 3. TWOJE „DLACZEGO”

Wspominaliśmy już wcześniej, że zwięzły, konkretny i spójny przekaz to podstawy skutecznej komunikacji. Niemniej ważne jest, aby Twoje wypowiedzi były sugestywne i wiarygodne. I tu potrzebna jest świadomość WARTOŚCI tego, co proponujesz, do czego chcesz przekonać.

Zastanów się więc i odpowiedz SOBIE na pytania, a najlepiej to zapisz, i to dużymi literami:

**Co CIEBIE przekonało do produktu? Dlaczego go polubiłaś?**

**Za co polubiłaś markę Colway?**

**Dlaczego uważasz, że warta jest polecenia?**

**Dlaczego...?** /tu możesz wpisać coś, co mnie nie przyszło do głowy, ale jest Twoje i prawdziwe/

Twoje odpowiedzi to właśnie Twoje „DLACZEGO”, czyli to, co dla Ciebie jest WARTOŚCIĄ i motywacją jednocześnie. A jeżeli rozmawiamy z kimś o sprawach dla nas ważnych i prawdziwych, to – uwierz – słyhać ten autentyczny (nie wyszkolony) entuzjazm, wtedy mówimy sugestywnie i brzmiemy wiarygodnie.



**PAMIĘTAJ:** • Jesteś przekonująca, kiedy sama jesteś przekonana • I kiedy brzmisz NATURALNIE!

O naturalnym, prawdziwym języku naszych rozmów będziemy jeszcze sporo mówić w dalszym ciągu. Natomiast żeby zrozumieć dokładnie, w czym rzecz, przypomnij sobie jakąkolwiek reklamę np. suplementów – jesteśmy nimi bombardowani non stop w radiu i telewizji. Przecież w normalnych, „ludzkich” rozmowach nikt nie używa takiego języka, opowiadając o działaniu leku czy kosmetyku! Dlatego właśnie odbieramy to jako sztuczne, choć być może prawdziwe.

A Ty przecież będziesz rozmawiać z ludźmi, którzy znają i słyszeli Cię wiele razy, tym bardziej więc rozmawiaj z nimi tak, jak zawsze, kiedy zachwycałaś się filmem, świetną książką, czy też nową prostownicą do włosów 😊

## 4. DOBRA ORGANIZACJA

Zapanuj nad czasoprzestrzenią ☺ Czasami bywa to trudne, ale naprawdę znacząco ułatwia osiągnięcie celu i dodaje pewności siebie.

Przemyśl sobie dobrze, o jakiej porze najlepiej skontaktować się ze znajomymi – raczej trudno będzie swobodnie porozmawiać, kiedy złapiesz kogoś w pracy.

Zadbaj o to, żeby nic i nikt Cię nie rozpraszał – znajdź sobie spokojne miejsce, a członkom rodziny zajęcie.

Umów się ze sobą, że poświęcisz na to na przykład godzinę i uczciwie wykorzystaj ten czas na maksa. Zrób listę osób, z którymi w tym czasie porozmawiasz (rezerwową też, gdyby ktoś nie odebrał).

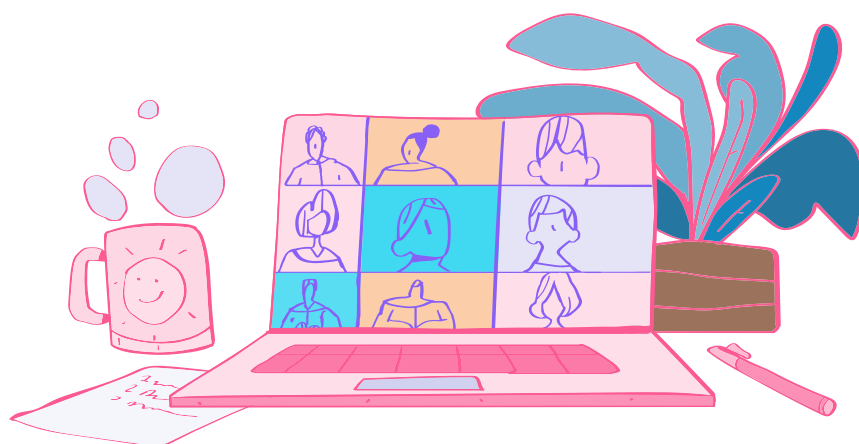
Przygotuj sobie wszystko, co może być Ci potrzebne, od kubka herbaty poczynając:



- Przygotuj i zapisz swój link, żeby móc go szybko wysłać, nawet sms-em już podczas rozmowy.
- Otwórz na komputerze stronę [www.colway.pl](http://www.colway.pl), a w drugim oknie zaloguj się do Strefy Partnera – w razie potrzeby wszystkie informacje będziesz mieć od razu pod ręką.
- Zrób fotki swoich własnych produktów – fajnie będzie, kiedy je podeślesz (od razu będzie widać, że masz i używasz, więc wiesz, co mówisz).
- Zastanów się, jaki konkretnie produkt/y chcesz polecić, pamiętając o wartości punktowej (min. 200 pkt.)
- Pomyśl, jak sama siebie nagrodzisz za rzetelne zrealizowanie zadania – serio, to naprawdę działa ☺

Wszystko gotowe? No to weź do ręki telefon, wybierz numer i...

Albo nie, jeszcze nie dzwoń – najpierw przeczytaj kolejny rozdział.





## „ABY JĘZYK GIĘTKI POWIEDZIAŁ WSZYSTKO, CO POMYŚLI GŁOWA”

O EMPATYCZNEJ KOMUNIKACJI



O ile w poprzedniej części była mowa przede wszystkim o Twoich odczuciach i Twoim nastawieniu, tak teraz skupimy się na odczuciach i reakcjach Twojego rozmówcy. Ponieważ właśnie empatia, czyli zrozumienie drugiego człowieka, to kolejny filar skutecznej komunikacji.

Jasne, że znasz swoich bliskich i w zasadzie to Ty wiesz najlepiej, jak z nimi rozmawiać i jak ich przekonać. Ale pomimo to może się zdarzyć, że spotkasz się z odmową tylko dlatego, że powiesz coś „nie tak”. Słowa mają ogromną moc sprawczą, dlatego w tej części chcę zwrócić Twoją uwagę przede wszystkim na to, jakich słów, zwrotów i pytań zdecydowanie unikać, jeśli chcesz osiągnąć zamierzony efekt. Oczywiście, podpowiem Ci też, co i jak mówić, żeby w głowie Twojego rozmówcy zabrzmiało to zgodnie z Twoimi intencjami.

A więc po kolei...

### 1. DOBRY POCZĄTEK

Na pewno słyszałaś o słynnych 10 sekundach, czyli potędze pierwszego wrażenia? Na szczęście Ty nie musisz jakoś szczególnie się starać, żeby zabłysnąć, bo przecież będziesz kontaktować się z osobami, które Cię znają i masz to już za sobą. Ale i tak możesz – niestety – kiepsko zacząć rozmowę, a wtedy będzie Ci niezwykle trudno dopiąć celu.

Jak wobec tego zacząć, żeby zakończyć z sukcesem?

**Po pierwsze:**



**Zacznij konkretnie, bezpośrednio i na temat, bez owijania w bawełnę.**

Na przykład tak: „*Dzwonię, bo mam fajną promkę dla Ciebie*”, czy też – bardziej statecznie: „*Dzwonię, bo mam dla Ciebie coś ciekawego: duży rabat na świetne kosmetyki*”.

☹ Kiepskim pomysłem są podchody typu: *„Tak tylko dzwonię, żeby zapytać, co tam u Ciebie słychać...”*, żeby dopiero potem przejść do meritum sprawy. Niestety, jest bardzo prawdopodobne, że w tym momencie Twój rozmówca poczuje się w pewien sposób wykorzystany, czy nawet oszukany. I przez taki właśnie pryzmat będzie postrzegał Twoją propozycję, a przecież nie to Ci chodzi.

Oczywiście, sytuacja przedstawia się inaczej, jeśli akurat byłaś umówiona, że zadzwonicie się w jakiejś sprawie, albo kiedy to Ty odebrałaś telefon od znajomej. Wtedy jak najbardziej na miejscu będzie zagadnięcie w stylu: *„A wiesz – tak przy okazji – to mam jeszcze coś fajnego dla Ciebie...”* Bo każdą „okazję” zawsze warto wykorzystać i to powinno wejść Ci w krew 😊



### Po drugie, zdecydowanie unikaj zwrotów typu:

- „Czy słyszałaś może o firmie/produktach...?”
- „Dzwonię, bo chciałabym Cię zachęcić...”
- „Czy byłabyś może zainteresowana...?”
- „Mam dla Ciebie ciekawą propozycję...” itp.

Powyższe anty-propozycje momentalnie włączają alarm w głowie Twojego rozmówcy, ponieważ od razu kojarzą się z próbą sprzedaży, w dodatku nieudolną, bo to już archaiczny język stereotypowych i przymilających się sprzedawców. Wiem to na pewno, bo wiele razy zdarzyło mi się użyć takiej „akwizytorskiej nowomowy” – efekt żaloszny, pomimo dobrych intencji. Na większość z nas (na Ciebie pewnie też) to działa jak płachta na byka i rodzi odruchowy sprzeciw. A przecież wcale nie chcesz tak zabrzmieć, prawda? Tym bardziej, że dzielisz się korzyścią, a nie sprzedajesz, pamiętasz?

Zawsze mnie to intrygowało, więc podczas szkoleń wielokrotnie pytałam swoich słuchaczy, czy mają jakikolwiek problem z tym, żeby podpowiedzieć znajomym, że akurat jest super wyprzedaż na przykład w Go Sportcie, albo w Empiku? Albo żeby podrzucić im link polecający z rabatem do Zooplusa? Albo żeby polecić swoją fryzjerkę? Przykłady można by mnożyć, odpowiedź zawsze brzmi: no problem. Mało tego, mówią o tym w sposób jak najbardziej normalny i naturalny, nie zastanawiając się nawet nad doбором odpowiednich słów. Założę się, że Ty też tak masz.

Optymistyczny wniosek z tego jest taki: tak naprawdę to umiesz i wiesz, jak to robić, bo robiłaś to już niezliczoną ilość razy. Bo wszystko jest tak łatwe (lub trudne), jak łatwym (lub trudnym) uczynisz to w swojej głowie – i tu po prostu wyrzuć to, co w nawiasach 😊

Przypomnę raz jeszcze o tym, że musisz brzmieć wiarygodnie dla Twojego rozmówcy: właśnie dlatego rozmawiaj w sposób jak najbardziej naturalny, po prostu bądź sobą. Przecież nic nie stoi na przeszkodzie, żeby zacząć całkiem niekonwencjonalnie, jeśli to w Twoim stylu. Zwłaszcza, jeśli rozmawiamy z osobami naprawdę bliskimi.

Ponieważ wszystko, o czym Ci mówię przetestowałam osobiście, podzielę się z Tobą ciekawym przykładem. Ostatnio moje rozmowy z trzema najbliższymi przyjaciółkami wyglądały mniej więcej tak:

**„Słuchaj Kochana – zaraz wysyłam Ci link, zarejestruj się szybko i potem do mnie zadzwoń, wszystko Ci powiem. Będzie Pani zadowolona”** 😊

Nic poza tym, serio. Oczywiście tylko dlatego, że łączy nas wielka zażyłość i właśnie taki język jest w naszych relacjach naturalny i normalny. Natomiast moim ulubionym „dobrym początkiem”, wielokrotnie sprawdzonym w przeróżnych sytuacjach, na pewno nieschematycznym i intrygującym, pozostaje niezmiennie: **„Dzwonię do Ciebie, żeby Ci zrobić dobrze...”** 😊

Teraz kolej na Ciebie. Czy wiesz już, jak zaczniesz?

Wobec tego – zanim przejdziesz dalej:

**Zapisz co najmniej trzy swoje „dobre początki”.  
Zastanów się i „dopasuj” je do osób, z którymi chcesz porozmawiać.**





## 2. ZWIĘZŁE ROZWINIĘCIE

Dobrze zaczęłaś, idź więc dalej w tym kierunku. Skoro zależy Ci na tym, aby przyjaciółka skorzystała z rabatu, trzeba krótko wyjaśnić, jak to zrobić.

Po pierwsze – powiedz po prostu, że zaraz podeślesz link. Tylko przypadkiem nie pytaj, CZY możesz jej go wysłać! Tak samo jak wtedy, kiedy podsyłałyśmy znajomym filmiki z kotami albo śmieszne memy – przecież nie pytamy ich o zgodę.

I od razu wyjaśnij, że to droga do aż 30% rabatu na super produkty – na zawsze i na wszystko.

Może to zabrzmieć na przykład tak: *„Zaraz wyślę Ci smsem link – zapisz się/zarejestruj i od razu masz 30 % rabatu. Wiesz, genialne są te kosmetyki, przynajmniej te, których używam. I w dodatku to polska firma”*.



**Krótko, zwięźle i na temat** – tyle wystarczy i jest duża szansa na to, że:

- wzbudzisz zainteresowanie (aż 30% rabatu);
- zaintrygujesz i zaciekawisz (genialne kosmetyki);
- zabrzmisz wiarygodnie (bo używasz);
- i jeszcze podbudujesz patriotycznie 😊 (polska firma).

To bardzo ważne, aby to wyjaśnienie było właśnie krótkie, ale konkretne. Nie ma tu miejsca na długi monolog – to zawsze brzmi nienaturalnie, a czasem wręcz podejrzenie (przypomnij sobie słowotoki nieudolnych telemarketerów).

Po raz kolejny podkreślę też, że musi to być powiedziane po prostu normalnie, takim językiem, jakiego na co dzień używasz. Przyznaj, że gdybym ujęła to tak: *„Zaraz udostępnię Ci link. Dzięki rejestracji natychmiast otrzymasz 30%-owy rabat. To sprawdzone przeze mnie doskonałe kosmetyki polskiej produkcji”*, to od razu poczujesz, że coś tu nie gra. Takie zdania dobrze wyglądają tylko na piśmie.

Prawie na pewno usłyszysz teraz pytania typu: *„A co to za produkty? Jaka to firma?”* itp.

Wiesz już doskonale, że jeśli odpowiesz w stylu: *„Ja używam atelokolagenu – ekskluzywnego produktu klasy premium, którego unikalna receptura... itd.”*, to zabrmi to raczej słabo, prawda? To język zarezerwowany dla eksperta, np. dla kosmetologa prowadzącego szkolenie, a nie dla zachwyconego użytkownika. Tego typu informacje chcemy przeczytać na stronach produktowych, a nie usłyszeć od serdecznej koleżanki.

Więc Ty powiedz po prostu o tym, co sama przetestowałaś i co zauważyłaś, przypomnij sobie Twoje „dlaczego”.

**Zapisz to sobie tutaj normalnym „ludzkim” językiem.**

**Dlaczego uważasz, że produkt, którego używasz świetnie działa?**

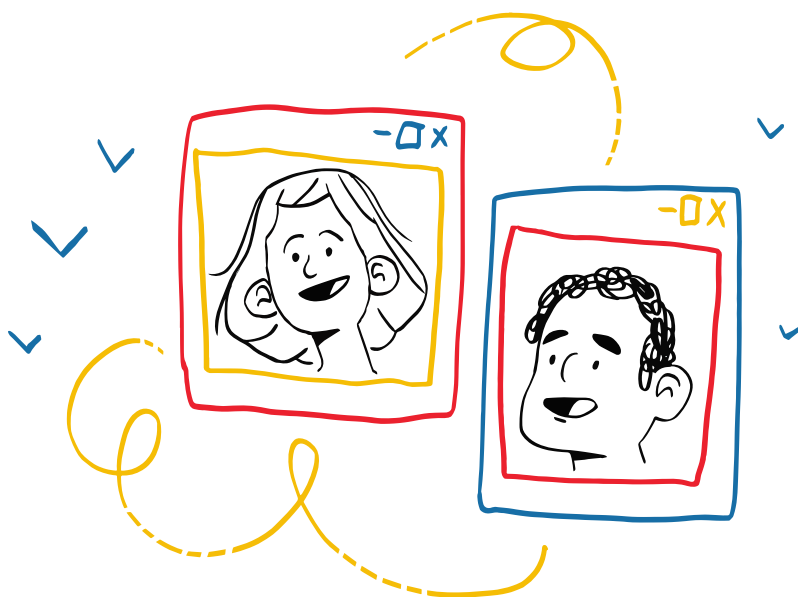
**Dlaczego polubiłaś go Ty i Twoja skóra?**

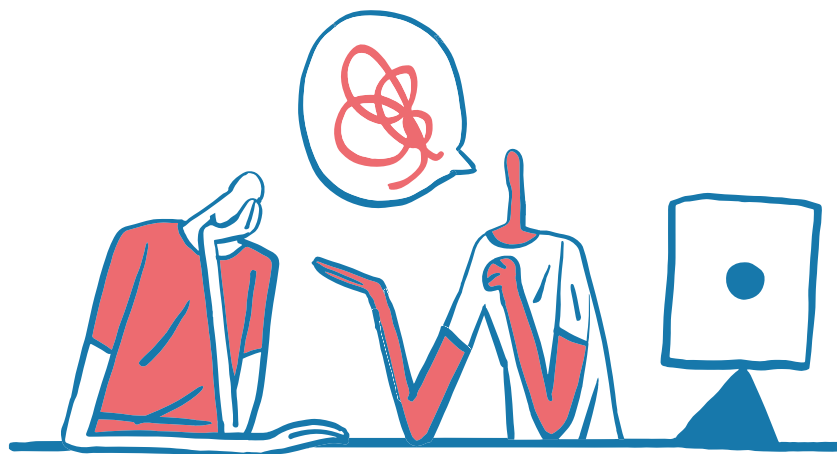
Zwróć uwagę, że od samego początku mówię tu o kosmetykach, a nie o suplementach. Z premedytacją. Kolagenem, kremem czy szamponem można się zachwycić od pierwszego użycia, a efekty działania zaobserwować całkiem szybko. Dlatego łatwiej jest o tym opowiedzieć z pełnym przekonaniem. Jeśli czytasz tego e-booka, to pewnie nie zdążyłaś jeszcze sprawdzić wszystkiego. I nawet jeśli zaczęłaś zażywać suplementy, to prawdopodobnie jeszcze za wcześnie, żeby poczuć różnicę. Conieznaczycywiście, że nie można ich rekomendować – kosmetyki to po prostu bardziej „wdzięczny” temat 😊

Dobrym pomysłem jest też podesłanie zdjęcia produktu, który używasz. I nie chodzi tu wcale o jakieś artystyczne ujęcie – weź go po prostu do ręki i zrób fotkę (znowu wiarygodność). Tak przecież robimy, kiedy jesteśmy zadowolone z zakupu np. butów czy torebki – dzielimy się czymś ciekawym, i o to tu chodzi.

Podsumowując – odpowiedź na bardziej szczegółowe pytania mogłaby wyglądać na przykład tak (sprawdzone osobiście 😊):

*„Wiesz, to moje odkrycie. Ja od miesiąca używam atelokolagenu i mam wrażenie, że przestałam się starzeć 😊 Poważnie – skóra jest inna, taka sprężysta i rozświetlona, i „chomiki” mniejsze. A z tego, co wiem, można spodziewać się jeszcze więcej. Dwa dni temu dokupiłam sobie jeszcze krem – wygląda to super, zobaczymy. Zaraz wyślę Ci fotę, pooglądaj sobie i poczytaj na stronie, tam masz masę ciekawych informacji!”*





### 3. A CO, JEŚLI POWIE...

Ponieważ często o to pytacie, chcę jeszcze krótko odnieść się do tego, jak poradzić sobie z ew. „strzałami grubego kalibru” ze strony rozmówcy. Mam tu na myśli teksty typu: *„To znowu jakiś mlm”, czy nawet „piramida”, albo pytania w stylu: „To wytłumacz mi jak to niby działa ten kolagen, bo ja słyszałam, że to ściema”, itp.*

Mam dobrą wiadomość: jeśli zastosujesz się do wszystkich wskazówek, o których była mowa do tej pory, to prawdopodobieństwo, że Ci się to przydarzy jest naprawdę bardzo małe. Dlatego właśnie tyle uwagi poświęciłam językowi Twoich wypowiedzi. Im bardziej zawile, niespójnie i nienaturalnie będziesz mówić, tym częściej sprowokujesz takie niepożądane reakcje – to taki ludzki odruch.

Gdyby jednak Ci się to przytrafiło, zachowaj spokój: są skuteczne sposoby, aby sobie z tym poradzić.



Najpierw powiem Ci, **czego masz nie robić:**

- nie zaprzeczaj,
- nie walcz,
- nie tłumacz się,
- nie polemizuj.

To nigdy nie przynosi dobrych efektów, zgodnie z odwieczną zasadą: bitwa wygrana, wojna przegrana.

Przypominam Ci też, że celem rozmowy, której dotyczy niniejszy poradnik, nie jest ani rekrutacja do biznesu mlm, ani przekazanie jak największej ilości informacji na temat produktów Colway. Prawdę mówiąc, możesz praktycznie nic nie wiedzieć na ten temat i pomimo to bardzo skutecznie zachęcić do skorzystania z okazji – używasz jednego czy kilku produktów, jesteś zadowolona, wiesz, na jakich zasadach masz możliwość udostępnienia rabatu – i to wystarczy. A, i jeszcze jedno: przeczytałaś tego e-booka ☺



**Moja pierwsza rada wobec tego brzmi: WYLUZUJ.** Dystans do siebie i poczucie humoru ogromnie pomagają, bo nie będziesz postrzegana jako „nawiedzona”, a to zawsze się nie najlepiej kojarzy. Wieloletnie doświadczenie nauczyło mnie, że najskuteczniejszą metodą jest „rozbrojenie” przeciwnika śmiechem.

Czyli na przykład na zarzuty, typu: *„piramida, mlm, coś mi wciskasz... itp.”*, możesz odpowiedzieć ze śmiechem w takim stylu:

*„Ha, aleś mi dowaliła... ☺ Słuchaj Kochana, a to w ogóle ma tu jakieś znaczenie? Po prostu, jak się zarejestrujesz kupujesz z rabatem, i tyle. Oczywiście, tylko jeśli coś Cię zainteresuje – bo nic nie musisz, tylko możesz. To cała filozofia. Masz swoje konto w sklepie, tak jak w Empiku: wiesz, kiedy są fajne promki i jak chcesz, to korzystasz – wszystko w temacie.”*

Zdecydowanie przestrzegam przed próbami wyjaśnień typu: „*Tak, mhm, ale inny niż wszystkie...*” itp. To nigdy nie działa, tak jak przysłowiowe już: „*Kochanie, to nie tak, jak myślisz!*”☺

Tym bardziej, że raczej nie jesteś jeszcze ekspertem, zarówno jeśli chodzi o system, jak i wiedzę produktową. Za to jesteś z pewnością kompetentnym użytkownikiem.



No właśnie – tego dotyczy **rada druga: NIE KREUJ SIĘ NA EKSPERTA**, bo polegiesz, i to nie w chwale. Jeżeli ktoś rzuci Ci pod nogi kłodę, na przykład poddając w wątpliwość działanie kolagenu, czy pytając o szczegóły, o których nie masz i nie musisz wcale mieć pojęcia, najlepsza będzie szczerza odpowiedź, oczywiście na luzie:

*„Uczciwie Ci powiem: nie wiem, jak to działa, ale widzę, że działa! A poza tym wiem, kto wie ☺ Żaden ze mnie autorytet w tej dziedzinie, ja mogę Ci tylko na pewno powiedzieć, co zaobserwowałam u siebie. Wejdź na stronę – tam wypowiadają się eksperci, kosmetolodzy i naukowcy – dlatego właśnie mnie to zainteresowało i ja widzę efekty”.*

No chyba, że akurat z racji Twojego wykształcenia i zawodu ekspertem w danej dziedzinie jesteś – wtedy nie wahaj się użyć mocy ☺

Przećwicz to sobie teraz:

**Napisz – swoim własnym językiem – jak poradzisz sobie z ew. obiekcjami znajomych.**

**Weź na tapetę taką, której najbardziej się obawiasz – w razie czego, będziesz przygotowana ☺**

A teraz...





## 4. TO JEST JUŻ KONIEC...

I to ma być dobre i szczęśliwe zakończenie, czyli takie, które jednocześnie będzie początkiem kolejnych rozmów, a może – i to byłoby fajne – otwarciem drogi do spotkania.

„Zawsze zaczynaj z wizją końca” – to jeden z siedmiu nawyków skutecznego działania wg Stevena Coveya – zasada, która sprawdza się zarówno przy wielkich projektach, jak i w codziennych działaniach. Dlatego na początku tyle uwagi poświęcałam zdefiniowaniu celu rozmowy. Tym bardziej teraz, na finiszu, nie możesz go stracić z oczu.

Jak wobec tego dobrze skończyć? Pamiętaj o tym, żeby:



- Podsumować – *„No to wysyłam Ci ten link, zarejestruj się i od razu masz te 30% rabatu”.*
- Zmobilizować do działania – *„Teraz to w ogóle jest fajna promka, bo dostajesz od razu różne próbki, a przy zakupach za niecałe 2 stówki masz jeszcze super produkt za dyszkę, jeśli chcesz oczywiście”.*
- Umówić się na kolejny kontakt – *„To pooglądaj sobie wszystko, a ja zadzwonię do Ciebie wieczorkiem – jestem ciekawa, co Ci się spodoba. Albo może nawet wpadnę, to przy okazji podrzucę Ci też jakieś saszetki, bo tych próbek mam już dużo”.*

A jak już odłożysz telefon, to kuj żelazo póki gorące: wyślij link, wyślij fotkę z podpisem, np. *„Mój ulubiony ☺”*, napisz coś miłego lub śmiesznego – tak normalnie, jak robisz to w wielu innych sytuacjach. I – w zależności od tego, jak umówiłaś się na kolejny kontakt – dodaj np. *„To do usłyszenia wieczorkiem”.*

W takim razie ostatnia już wprawka, zanim w końcu „pozwolę” Ci dzwonić:

**Zapisz sobie swoje dobre zakończenie, mając na myśli tę konkretną osobę, z którą będziesz zaraz rozmawiać.**

**Zastanów się dobrze i zaplanuj, jak i kiedy będziesz mogła porozmawiać z nią ponownie.**

Wiesz już teraz wszystko i jesteś naprawdę dobrze przygotowana, jeśli zrobiłaś wszystkie ćwiczenia.

Nareszcie – teraz możesz już wybrać numer i do dzieła!

Trzymam za Ciebie kciuki ☺

## Kasia Zajkowska

- Z wykształcenia i zamiłowania lingwista i nauczyciel języka francuskiego.
- Od wielu lat związana ze sprzedażą: jako handlowiec, coach i trener komunikacji.
- Prywatnie mama dwóch dorosłych synów i miłośniczka kotów.
- Pasjonatka gier planszowych i brydża.
- Zagorzała fanka gdyńskiego Teatru Muzycznego.

## POST SCRIPTUM



### PS. 1 – do wszystkich

Wszystkie powyższe rady i wskazówki są wynikiem wieloletniego doświadczenia, słuchania i eksperymentowania. Osobiście popełniłam tysiące błędów komunikacyjnych, więc czuję się w tym obszarze bardzo kompetentna 😊

Jeżeli robisz to całkiem inaczej, „po swojemu”, a nawet używasz słów „zakazanych” i pomimo tego jesteś skuteczna – nie musisz tego zmieniać. Z pewnością działa tu Twoja osobowość i styl mówienia. Może jednak warto będzie coś skorygować i będzie Ci to pasować jeszcze bardziej.

Podkreślam też, że nie ma metod całkowicie uniwersalnych, ale zawsze chodzi o to, żeby zwiększyć szanse na sukces i zminimalizować ryzyko porażki. Ale zanim powiesz : „*Spróbowałam i to nie działa*”, uderz się w pierś i odpowiedz sobie uczciwie, czy aby na pewno robisz wszystko dokładnie tak, jak radzę. Bo wiesz przecież, że „PRAWIE” czyni wielką różnicę?

Ale nie popełnia błędów tylko ten, kto nic nie robi. Więc najważniejsze jest, aby ruszyć (z kopyta 😊). Chodzi o to, żebyśmy wyciągali wnioski z naszych błędów i znajdowali skuteczne metody – w ten sposób doskonalimy się i rozwijamy, i to jest świetne po prostu.

Mam nadzieję, że podzielicie się ze mną swoimi sukcesami, ale też opowiecie o takich sytuacjach, kiedy nie wyszło tak, jak być miało. Do zobaczenia więc i do usłyszenia na warsztatach i szkoleniach!



### PS. 2 – do Panów

Drodzy Panowie! Wybaczone mi proszę, że narracja tego poradnika skierowana jest do płci przeciwnej. Ale robię to dla równowagi – w zdecydowanej większości tego typu pozycji znajdziecie rodzaj męski. A poza tym, czyż COLWAY nie kobietami stoi? 😊

Pomimo wszystko gorąco Panów zachęcam do lektury. I spróbujcie zwłaszcza tego: „*Dzwonię, żeby zrobić Ci dobrze...*” 😊😊😊