

Kapitel 2

Dig og det at sælge

En af de bemærkninger, jeg ofte hører, er; ”*jeg er ikke sælger*”. Det underlige ved denne bemærkning er, at de, der siger det, selv tror på det.

Vi sælger alle konstant til hinanden !

Du sælger ideen til din kone om, at du skal købe en ny elektrisk hækkeklipper, eller til din mand om, at du skal have en ny kjole. Du sælger ideen til din chef om, at du skal have lønforhøjelse. Du sælger ideen til din nabo om, at han også klipper hækken på hans side (han kan sågar låne din nye hækkeklipper). Der er ingen forskel på at sælge til din kone, chef eller nabo og sælge til en kunde. Det kan *opleves* som forskelligt, men det er grundlæggende det samme. Dem, der mener, at de ”*ikke er sælgere*”, vil mene, der er forskel på at ”sælge” ideen om en elektrisk hækkeklipper til sin kone og sælge en genstand til en kunde. Den eneste forskel er (udover at man som regel kender sin kone bedre end kunden), at kunden skal betale penge for genstanden. Alle der har en kone eller kæreste vil sikkert også nikke genkendende til, at man til sidst *betaler* for købet på den ene eller anden måde alligevel. Det er altså ofte udvekslingen af *penge* mod en ydelse/genstand, der afgør oplevelsen af salgssituationen.

Den negative oplevelse af at være ”sælger” har bund i, at vi mennesker ubevidst tager summen af alle vores erfaringer og følelser og gør dem til vores mening. Det betyder, at den negative oplevelse, du måske har af at være ”sælger”, kommer fra summen af alle de erfaringer og følelser, du har haft med sælgere. Hvis summen for dig er, at sælgere er påtrængende, trækker noget ned over hovedet på sagesløse og aldrig lytter, er det forståeligt, at du nægter at opleve dig selv som sælger. Det kræver konstant opmærksomhed og energi hos dig at undgå at være et produkt af dine erfaringer og følelser. Det er derfor at træning er så effektiv. Når du træner, udvider du summen af dine erfaringer og følelser. Du påvirker din underbevidsthed og vil automatisk have en mere ”naturlig” oplevelse af en situation. Man kan naturligvis sagtens sælge, uden at man er påtrængende, trækker noget ned over hovedet på folk eller aldrig lytter.

Jeg vil påstå, at dem, der gør dét, er det modsatte af at være sælgere. En rigtig sælger hjælper. Mere om det i kapitlet ”*At sælge er at hjælpe*”.

Din rolle som sælger.

Hvis du ubevidst tager afstand fra at være *sælger*, vil du ”gå ud af dig selv” og spille en rolle som sælger. Det bliver noget du spiller. og det har intet med DIG at gøre. Det er et problem, fordi du så tager afsæt i noget

udenfor dig selv og i summen af alle de negative følelser, du har, om sælgere og salg. Når du tager afsæt i noget udenfor dig selv, taber du dig selv. Hvordan skal du kunne navigere i en adfærd, du intet kender til? Hvis summen tilmed er negativ, vil din adfærd afspejle det negative. Du bliver en kliché af din egen negative opfattelse af en sælger. Du bliver det modsatte af, hvad du ønsker at være. Det skaber en ubalance i dig, så du til sidst oplever det som stærkt negativt at *være sælger*. Resultatet er, at det kræver mere energi at sælge, fordi du skal bruge energi på at tage dig sammen til at *være sælger*. Du skal bruge energi på at "glemme" din negative oplevelse af situationen og på at være noget, du grundlæggende aldrig har været eller har lyst til at være. Du er bedst til at være dig. Det er når du er dig, du har adgang til alle dine indre ressourcer. Uanset om du er sælger eller fodboldspiller, vil du yde langt bedre, opleve langt mere tilfredsstillelse og få langt bedre resultater, når du tager udgangspunkt i dig og dine indre ressourcer. Du sælger bedst, når du inderst inde har det godt med at sælge. Det har du, når du kan være, den DU er, imens du sælger. Det gode budskab her er, at du KAN være dig selv, når du sælger. Hvis du vil have succes som sælger og formidler af hjælp og blive ved med at have det, SKAL du være dig selv. Glem alt om at spille en rolle som sælger, vær den du er. Jo bedre du kender dig selv, jo mere vil du være i stand til at forholde dig til dig selv i alle situationer – også salgssituationer. Det andet problem med at spille en rolle er, at det bliver en forstillelse og dermed uoprigtig. Det har nu intet med dig at gøre, det er dig, der spiller skuespil. Det kan andre mennesker mærke – i hvert fald ubevidst. Vores psyke er lavet sådan, at vi kun kan behandle information med en hastighed på 60 bits per sekund (bps)³ med vores bevidsthed. 60 bps er langsomt i forhold til at behandle information. Der er derfor, det er svært for os at overskue noget, der involverer mange parametre. Jo flere parametre en situation omfatter, jo sværere er det for vores bevidsthed at behandle og forstå informationen. Det er også grunden til, at det har størst effekt, når vi kun skal forholde os til tre ting ad gangen. De bedste sælgere ved, at de aldrig skal tilbyde kunden mere end tre produkter ad gangen. Det typiske menneske kan nemlig kun forholde sig til tre ting, især hvis de skal tage en beslutning. Vores underbevidsthed, eller neurologiske system, kan derimod behandle op til 11.600.000 bps. Det gør den kontinuerligt med alt, hvad der sker omkring os og med alle de informationer, der bliver kastet i

hovedet på os. Dette inkluderer alt fra, hvordan det føles, at tøjet rammer huden, lyden fra naboen der er ved at klippe hæk, til den lille smerte i bagen fra vægten af ens krop mod stolen. Alle disse informationer har din bevidsthed ingen mulighed for at bearbejde, det gør underbevidstheden for dig, og den lægger ureflekteret en stemning eller oplevelse op i din bevidsthed, når den finder det nødvendigt. Det er derfor kun engang imellem, du mærker tøjet mod huden, hører lyden fra naboen eller bemærker, at du nu har siddet længe og har ondt i bagen. Det er, når din underbevidsthed lægger en information op i bevidstheden, at den kan reflektere over det. Det samme gælder beslutningsprocesser. Du har sikkert oplevet, at du vidste noget uden at vide, hvorfra du vidste det. Når du pludselig har løsningen på et problem, du har bakset med, imens du laver noget helt andet, så er det underbevidstheden, der lægger en information op i bevidstheden til handling og refleksion. Når vi møder mennesker, er det en ren oversvømmelse af information. Der er utallige indtryk og ønsker, der skal bearbejdes af bevidstheden. Du skal forholde dig til, hvordan du virker på personen, samt tænke over, hvad du siger og gør. Samtidig skal du forholde dig til, hvad du synes om personen, hvad personen siger og gør, samt hvad personens intentioner og ønsker er. Alle disse informationer og følelser kan bevidstheden umuligt rumme. Derfor vil underbevidstheden overtage størstedelen af arbejdet. Hvis underbevidstheden opfanger, at der er en ubalance, i den måde et menneske er på, vil den lægge en følelse op i bevidstheden om, at der er noget galt. Det er det, man også kalder mavefornemmelse. Den bedste måde du kan sikre dig mod, at kunden får en dårlig mavefornemmelse, er at droppe alle rollerne og være den, du er. Det kan naturligvis stadig være, at personen får et dårligt indtryk af dig eller en mavefornemmelse om, at der er noget galt. Men du er trods alt dig. Det gode er, at du kan stå på mål, for den du er. Det er ulig meget sværere at stå til ansvar for en rolle, du spiller. Det kræver naturligvis, at du ved, hvem og hvad du er. Jo bedre du kender dig selv, jo bedre bliver du til at kommunikere. Der vil altid være mennesker, der har det svært med dig, især hvis du er meget udadvendt. Her er det vigtigt, at du accepterer, at du umuligt kan få alle til at kunne lide dig. Læg vægt på dem, der kan, og lad dem, der har antipati overfor dig, om det. Du kan højst sandsynligt kun få dem til at lide dig, hvis du laver om på dig selv og spiller en rolle. Ulempen ved det har jeg netop beskrevet, og du vil ofte miste sympatien hos dem, der kunne lide dig i første omgang. Det er altid langt bedre, at nogen har antipati

overfor dig som den du er, end overfor en rolle du spiller. Før du kan give til andre, skal du give til dig selv. Du giver dig selv den største gave, når du er den, du er, og nægter at påtage dig en rolle. Konsekvensen af at spille en rolle er også, at du over tid kan blive i tvivl om, hvem og hvad du er. Er du dit job? Er du denne rolle af en sælger, du har spillet så lang tid, at du har glemt, hvem du startede med at være? Dette betyder også, at du skal nedbryde den illusion, at du kan være én rolle, når du er på arbejde, og en anden rolle, når du er hjemme. Du er kun én person, og alt, hvad du gør, påvirker resten af dit liv. Det er umuligt, at dit privatliv vil være upåvirket af det, du gør på dit arbejde. Forkast ideen om, at du kan dele ”dig” op i dele, der hedder arbejde, privat, at være far, at være ven, at være søn etc., det kan ingen. Alle dele af dit liv indvirker og påvirker de andre dele. Jeg kender et menneske, der arbejder i speditjonsbranchen. I denne branche er der virksomheder, der udøver den praksis, at de sjældent fortæller deres kunder sandheden. Når de fortæller en kunde, hvorfor lastbilen med deres varer er forsinket, laver de en historie (løgn). Det gør de, fordi der i speditjonsbranchen er så små margener, at man ofte bliver nødt til at vente med en forsendelse, eller sende lastbilen af sted med en anden last, for at optimere indtjeningen. Derfor sker det, at man overskrider leveringstiden, og dette skal forklares til kunderne – ofte med en løgn. Fordi man er bange for, at kunderne har lille forståelse for sandheden. Jeg har intet ønske om at diskutere selve branchen. Det, jeg vil med eksemplet, er at fortælle, at dette menneske, hver dag, har det som en del sit job at lyve. Det har påvirket alle andre dele af vedkommendes liv. Personen lyver i ét væk om alle mulige vigtige og totalt uvigtige ting, og vedkommende er god til det. Man skal kende personen meget godt og længe, før man langsomt opdager, at der altid er 20-30 % fantasi i det, der fortælles. Personen er selv overbevist om, at der er en betonmur mellem vedkommendes arbejde og privatliv. Der er der aldrig. Fordi vedkommende lyver otte timer om dagen fem dage om ugen, er det at lyve blevet en så integreret del af vedkommendes liv, at det falder naturligt. Konsekvenserne er, at vedkommende har fremmedgjort sig selv, både i forhold til den personlighed vedkommende har og i forhold til alle andre i vedkommendes omgivelser. Denne adfærd har ledt vedkommende til ubalance og sorg. Lad være med at tro, at du kan skille dit job fra resten af dit liv. Det er umuligt. Vær dig selv – altid. Det er underforstået, at der er milliarder af måder at være dig på. Du har naturligvis én adfærd, når du er i byen med vennerne, og en anden, når du forhandler med en stor kunde. Adfærd ændrer sig, men grundtonen i hvem

og hvad du er, skal du være tro overfor, hvis du ønsker glæde og harmoni i dit liv. Betingelsen for at være en god sælger og blive ved med at være det er at have troværdighed. Det betyder, at du skal starte med at være tro mod dig selv.

Når du er det, vil du udstråle troværdighed. Vær dig selv og accepter dig selv. Det er vejen til glæde og harmoni i dit liv. Fundamentet for at andre kan lide dig er, at du kan lide dig selv. Fundamentet for at andre respekterer dig er, at du respekterer dig selv. Fundamentet for at andre tror på dig er, at du tror på dig selv. De mennesker, der spiller rollen som sælgere, kan have succes. De vil dog som oftest ende med at hade sig selv og opleve stor indre ubalance. Det er der intet job i verden, der er værd. Du kan med fordel få lavet en adfærdsanalyse (hos SalgsPiloterne for eksempel ☺) for på den måde at få indblik i, hvilken adfærd du har. Jeg bruger selv Extended DiSC, men der er to-tre andre lignende adfærdsanalyser på markedet. Det hjælper mig til at forstå mig selv og mine reaktioner og til at "læse", hvilken adfærdstype kunden, jeg har foran mig, er. Det vil række for vidt at komme ind på adfærdstyper i denne bog. Der er skrevet masser af bøger om det, og søger du på "DiSC", vil du få et utal af hits, der beskriver, hvad det er og hvordan det virker. Det er min varmeste anbefaling, at du gør dig selv den tjeneste at få lavet en adfærdsanalyse og lærer, hvordan de forskellige adfærdstyper reagerer i forhold til hinanden. Det er en guldgrube til at forstå dig selv og dine kunder. Vær dig selv, når du sælger, find glæden i at hjælpe andre til det, du sælger, uanset om det er en hække klipper, lønforhøjelse eller et produkt til en kunde.

Det, du nu skal gøre, er at forholde dig til, hvordan du kan bruge det, du nu ved om dig selv og det at sælge, i din situation, med dine produkter og øve dig i at bruge det hver dag.

GØR DET