

ანსი

ბაყირვაბი

დავით ჩიკვაძე



## შინაარსი

წინასიტყვაობა .....	7
რატომ არ უნდა „გავეყიდოთ“ .....	11
მზაობა გაყიდვებში .....	15
ყველას თუ მივყიდით. მომხმარებლების კლასიფიკაცია...21	
ნიჭიერი, მაგრამ ზარმაცი. როგორ მოვემზადოთ.....	28
როგორ დავრეკოთ .....	35
ზარი ნაცნობობით .....	39
ზარი უცნობთან .....	44
მახეები და შეფერხებები პირველი ზარისას .....	45
პირველი შეხვედრის მახეები .....	52
როგორ მოვასმენინოთ შეთავაზება.....	61
„შავი გედი“ მოლაპარაკებაში .....	71
ჯვარედინი გაყიდვები .....	82
ნეთვორქინგი გაყიდვებში .....	90
ბავშვური სტერეოტიპები.....	90
ასოციალური ქცევები .....	94
სამი წამის პრინციპი .....	98
ნეთვორქინგის ოქროს წესები გაყიდვებში.....	104
ონლაინრეპუტაცია .....	104
სუსტი კონტაქტების ძალა .....	108
ადამიანების დამაკავშირებელი ჰაბი .....	110
გულუხვი, წამგლეჯი და გამთანაბრებელი .....	112
ყველაფერი იწყება თავიდან?! .....	117



## წინასიტყვაობა

რამდენიმე წლის წინ ვებგვერდის განახლება გადავწყვიტე და გიორგისთან დავნიშნე შეხვედრა ერთ-ერთი სასტუმროს მისაღებში. ზაფხული იყო, თუმცა იქ კარგად გრილოდა, როგორც ეს მაღალი კლასის სასტუმროებს ახასიათებს. გახდა თუ არა სამი საათი, გიორგი მოვიდა. მას გაყიდვებში მრავალწლიანი გამოცდილება ჰქონდა და ამჟამად კომპანიას ხელმძღვანელობდა.

დავსხედით, ერთმანეთი მოვიკითხეთ. გაყიდვებში მისი გამოცდილების გათვალისწინებით, რამდენიმე რჩევა ვკითხე. მაინტერესებდა ბაზარზე ჩვენი პოზიციონირება, პოპულარობა და ა.შ. რაზეც ამომწურავი პასუხი მივიღე.

შუა საუბარში გიორგიმ მკითხა:

— დავით, რამდენი წელია, რაც გაყიდვებში ხარ და სხვებს ასწავლით?

— დაახლოებით, 10-11 წელია, — ვუპასუხე და ინტერესით დაველოდე შემდეგ შეკითხვას.

— ძირითადად, რა საკითხებს ასწავლით?

— რასაც ვასწავლით, შემდეგ ვცდილობთ, ადგილზე პრაქტიკულად განვახორციელოთ და ვნახოთ, როგორ უნდა გავყიდოთ.

— გასაგებია, — თქვა გიორგიმ. შემდეგ შემომხედა და მკითხა: — რატომ ცდილობთ, ასწავლოთ ის, თუ როგორ გაყიდონ და არა პირიქით — როგორ არ უნდა გაყიდონ?

— როგორ არ უნდა გაყიდონ? — ჩავეკითხე ცოტა გაკვირვებულმა. — ეგ ხომ ისედაც ნათელი და ბუნებრივია? — როდესაც ადამიანს ასწავლი, როგორ უნდა

გაყიდოს, ავტომატურად იმასაც უნდა ხვდებოდეს, როგორ არ უნდა გაყიდოს.

— რას გულისხმობ, რომ შენი მეთოდის მიხედვით, თუ არ გაყიდა, იმას ნიშნავს, რომ არასწორად ყიდის?

— არა, მთლად ასე არ ვფიქრობ. გაყიდვის სხვადასხვა მეთოდი არსებობს და გაყიდვებს არ უყვარს დოგმები და ჩარჩოები, — ვუპასუხე, თუმცა თანდათან ვხვდებოდი, როგორ შევდიოდი ჩიხში, რადგან ზუსტი პასუხები არ მქონდა. — აბა, რა უნდა ვასწავლოთ ადამიანებს გაყიდვებში? — ვკითხე და პასუხს დაველოდე.

გიორგის გაელიმა და მითხრა ისეთი რამ, რაც ამ წიგნის დაწერას დაედო საფუძვლად.

— დავით, მგონია, სჯობს, ადამიანებს ვასწავლოთ, რა არ მუშაობს გაყიდვებში, რათა უკეთ გაიგონ, რა მუშაობს მასში. ხშირად გაყიდვების პროფესიონალები და ტრენერები სწორედ აქ ცდებიან. ვფიქრობ, თუ მასწავლი, რა მუშაობს გაყიდვებში, მაგრამ არ მეუბნები, რა არ იმუშავებს და რომელია ის შეცდომები, რომლებიც არ უნდა დავეშვა, მე, როგორც შენი მსმენელი, უბრალოდ, შენგან ვიღებ ცოდნას და ჩემს გამოცდილებაზე ვაწვებ. მაგრამ, თუ ჩემი გამოცდილება მწირია და ფუნდამენტიც არასწორად არის აშენებული, შენგან მიღებული ცოდნა მალევე ჩამოიშლება და ისევ ჩემი ძველი გაყიდვების სისტემის ერთგული დავრჩები, რომელიც შეიძლება არასწორია, მაგრამ ეგ არავის უთქვამს და, რაც მთავარია, შეჩვეული ჭირი მირჩევნია შეუჩვეველ ლხინს, — აგრძელებდა გიორგი მონოლოგს. — ხომ არ აჯობებს, შენს ტრენინგებსა თუ წიგნებში ადამიანებს ის გაუზიარო, რაც არ მუშაობს, რათა შემდეგ მარტივად ისწავლონ, რა მუშაობს გაყიდვებში? ვფიქრობ, ასე უფ-

რო ნაკლებად შეუზღუდავ ადამიანებს აზროვნების სა-  
შუალებას და უფრო მეტსაც ისწავლიან. ხომ იცი, ჩვენ  
მწარე გაკვეთილებით უფრო ვსწავლობთ ცხოვრებაშიც  
და გაყიდვებშიც.

ამის შემდეგ კიდევ 20 წუთს ვისაუბრეთ ჩვენი თანამ-  
შრომლობის თემებზე და დავემშვიდობეთ ერთმანეთს.  
გიორგისთან შეხვედრამ დამაფიქრა. ეს საუბარი კიდევ  
რამდენიმე კვირის განმავლობაში მიტრიალებდა თავში  
და შემდეგ გავზედე და გაყიდვების სწავლების მეთო-  
დი სრულიად შევცვალე. პროგრამა უკუღმა დავალაგე.  
მასში თემა იწყებოდა იმის გარკვევით, თუ რა არ მუშა-  
ობდა გაყიდვებში და მხოლოდ ამის შემდეგ ვადგენდით  
და ვტესტავდით იმას, რაც მუშაობდა. სწავლების და-  
სასრულს რადიკალურად გაუმჯობესებული შედეგები  
მივიღეთ, რაც მთავარია, ადამიანებმა გვერდიდან შეხე-  
დეს საკუთარ საქმიანობას და იმისთვის, რომ რეალუ-  
რად გაეგოთ, რა მუშაობდა, შეეცადნენ დაენახათ, რა  
არ მუშაობდა გაყიდვებში.