

#1

## A hiedelem törvénye

*Saját magunk és munkatársaink lelki beállítódása, az árral és a pénzzel kapcsolatos hiedelme, meggyőződése, közvetlen hatással van az értékesítés sikerére.*

Ennek a törvénynek az a lényege, hogy még mielőtt bármilyen árképzésbe vagy bármilyen ártárgyalásba, vagy bármilyen árprezentációba kezdenénk, jó, ha picikét megállunk, elcsendesítjük az elménket, és végigbeszéljük a munkatársainkkal, hogy mit gondolnak a termékünkről, hogy tisztába jöjjenek belülről azzal az értékkel, amit a termékünk vagy szolgáltatásunk az emberek számára képvisel.

Mi vagyunk a legjobb példa arra, hogy mennyire át tudjuk venni a környezetünk hiedelemrendszerét. Ha visszaemlékszel a gyerekkorodra, akkor a szüleid egy dologban nagyon jók voltak: abban, hogy átadják a teljes hitrendszerüket számodra. Hogyha a szüleidnek a pénzzel kapcsolatban voltak félelmei, akkor az valószínűleg a te életedben is megmaradt. Ahogy a szüleid gondolkodtak pénzről, gazdagságról, a gazdagokról, a szegényekről, annak a gondolkodásmódnak van egy mély lenyomata benned. Ezért nagyon fontos, hogy mielőtt bármibe is kezdenél, felül kell vizsgálnod a teljes hiedelemrendszeredet a saját árakkal kapcsolatban, és jó, ha a munkatársaidal is beszéltek erről. Érdemes ezt behozni a közös megbeszélésekre, hogy ki mit gondol az árról. Az árazásnak nagyon szoros kapcsolata van az önbecsüléssel. Ha valakinek alacsony az önbecsülése, az mindig nagyon nehezen fogja tudni kimondani az árait, illetve kép-

viselni az érdekeit az ügyfél előtt. **Ha olyan szüleink voltak, akik gyerekkorunkban leértékelték minket, akkor nem érezzük elég értékes embernek magunkat, és ez az ár-képzésünkre is hatással lesz.**

*„Ha egy ház gyenge vagy hibás alapokra épül, akkor nem az a kérdés, hogy összedől-e, hanem az, hogy mikor.”*

Minden a hiedelemrendszerünkre épül, a teljes gondolkodásunkat meghatározzák a hitrendszereink. Erről bővebben a *Címkézés, avagy a mestermeggyőzés tudománya* című könyvemben írok, illetve a csoportjaimban is dolgozunk rajta.

Maga a hitrendszerünk és a meggyőződésünk annyira átítatja az eladásunkat, hogy ha nem hiszünk a termékben vagy a termék árában, akkor képtelenek vagyunk azt eladni. Amelyik munkatársunk nem hisz a termékben, vagy úgy gondolja, hogy az túlárzott, vagy túl drága, az az ember nem fogja tudni eladni a terméket. Ne is presszionáljuk abba az irányba, amíg a fejében helyre nem tettük, hogy milyen értéket képvisel a termék vagy szolgáltatás a vevő számára, addig ne engedjük terepre!

Az ár a cég önbecsülésének külső megnyilvánulása. Szoros összefüggés van az eladás eredményessége, illetve az alkalmazottak belső meggyőződése között. Tapasztalataim szerint a munkatársaink gyakran túlértékelik az ár jelentőségét. Mivel ebből indulnak ki, ezért úgy vannak vele, hogy a vevőnek is az ár számít. Nagyon legyen rajta a figyelmed, hogy a munkatársaid mennyire árfókuszúak!



**TIPP:** Akinek gondja van az ár kimondásával, az tükör előtt hangosan gyakoroljon reggelenként! Ez a legtöbb partnereknél bevált! Működik még a páros gyakorlás is, csak legyél jelen, hogy ellenőrizd, hogy rendesen csinálják.