

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	11
Введение	13

КОММЕНТАРИЙ:

ПОЗИТИВНОЕ МИРОВОСПРИЯТИЕ И ВАШИ ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕЛИ	17
--	----

ГЛАВА ПЕРВАЯ

СИЛА ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННОСТИ ВЫРАБОТКА ПРАВИЛЬНЫХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК.....	23
---	----

КОММЕНТАРИЙ:

МАГИЧЕСКИЙ ИНГРЕДИЕНТ ПЛАНИРОВАНИЯ.....	45
--	----

ГЛАВА ВТОРАЯ

СИЛА ПЛАНИРОВАНИЯ ПОДГОТОВЬТЕСЬ К УСПЕХУ	49
---	----

КОММЕНТАРИЙ:

ПОДГОТОВЬТЕСЬ, НАСТРОЙТЕСЬ, ПРОДАВАЙТЕ!	83
--	----

ГЛАВА ТРЕТЬЯ

СИЛА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ СОЗДАЙТЕ БЛАГОПРИЯТНЫЙ ДЛЯ ПРОДАЖИ КЛИМАТ.....	91
--	----

КОММЕНТАРИЙ:	
ПРАВИЛЬНО ОРГАНИЗОВАННАЯ ТОРГОВАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА	145
ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ	
СИЛА УБЕЖДЕНИЯ	
КАК ПРОДАВАТЬ БОЛЬШЕ И ЛУЧШЕ	149
КОММЕНТАРИЙ:	
ИСКУССТВО МОТИВАЦИИ.....	193
ГЛАВА ПЯТАЯ	
СИЛА ПРОФЕССИОНАЛИЗМА	
УЛУЧШАЙТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ	199
КОММЕНТАРИЙ:	
КУЛЬТИВИРУЙТЕ «БОЖЕСТВЕННУЮ НЕУДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ»	229
ГЛАВА ШЕСТАЯ	
СИЛА КОНТРОЛЯ	
ОТСЛЕЖИВАЙТЕ ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ.....	233
КОММЕНТАРИЙ:	
КАК РАЗВИТЬ В СЕБЕ УПОРСТВО.....	251
ГЛАВА СЕДЬМАЯ	
СИЛА УПОРСТВА	
ОСТАВАЙТЕСЬ НА ВЫСОТЕ	257
ОТВЕТЫ	281

ПРЕДИСЛОВИЕ

Каждый год публикуется множество книг на тему торговли, но лишь некоторые из них становятся по-настоящему популярны. На мой взгляд, книга «Азбука успешных продаж» — одно из таких редких исключений. Ее авторы преуспели в страховом бизнесе. Джек и Гэри Киндеры хорошо известны в страховой отрасли своими выдающимися успехами как в плане непосредственной торговли страховыми полисами, так и в деле консультирования других агентов. Что же касается Клемента Стоуна, то он разработал систему торговли, которую выучили все лучшие продавцы, вдохновленные его философией позитивного мышления.

В страховой отрасли продуктом является финансовый договор, заключаемый на определенный срок. Время и деньги — вот два важнейших аспекта, в отношении которых потенциальный клиент хочет чувствовать себя защищенным. Агент, который способен помочь потенциальным клиентам почувствовать такую защищенность, преуспевает. Эта книга является практическим руководством, помогающим добиться такого успеха. Она содержит понятные и легко применимые примеры и иллюстрации, а также упражнения, призванные сделать процесс учебы в большей степени «интерактивным». На протяжении всей книги авторы подчеркивают необходимость полного сосредоточения внимания на покупателе. Они проповедуют идею продажи-консультации, в основе которой находится личность и интересы клиента.

Мне известно только два способа заработать в страховом бизнесе: либо работаете вы сами, либо работают ваши деньги. В этой книге объясняется, как использовать оба метода. Хотя основной упор делается на индивидуальные усилия и технологии, второй аспект также не обойден вниманием, то есть роль страхового агента дополняется ролью финансового консультанта.

Прочитайте эту книгу, «переварите» ее, а потом почаще возвращайтесь к ней, чтобы снова и снова выполнить упражнения и освежить понимание принципов. И тогда ваша мечта разбогатеть на продаже страховых полисов обязательно осуществится.

БЕН ФЕЛЬДМАН

ВВЕДЕНИЕ

Эта книга появилась после того, как в 1986 году была обнаружена неопубликованная рукопись Наполеона Хилла, автора «Думай и богатей». Майкл Ритт, исполнительный директор Фонда Наполеона Хилла, знал, что где-то в 1950-е годы Хилл написал книгу под названием «Наука успешной продажи страховок» («The Science of Successful Insurance Selling»), но эта работа затерялась в грудах бумаг, оставленных писателем после его смерти в 1970 году.

Хилл построил книгу в форме семнадцати уроков. По-видимому, она была задумана как учебное пособие для проведения семинаров. Каждый урок базировался на одном из тех семнадцати принципов, которые были сформулированы Хиллом и Клементом Стоуном, когда они сообща работали над программами семинаров и книгами, включая их классический труд «Добейся успеха с помощью позитивного мировосприятия» («Success Through a Positive Mental Attitude»).

Ритта эта находка чрезвычайно обрадовала. Он понимал, что конкретные примеры и цифры, приводившиеся в рукописи, к тому времени уже слишком устарели, и издавать ее в оригинальном виде не было смысла. С другой стороны, было бы позором навсегда похоронить в пыльных архивах взгляды великого мастера на страховую отрасль. Поэтому Ритт обратился за советом к Клементу Стоуну.

В июле 1986 года Стоун отправил рукопись в редакцию «PMA Books», сопроводив ее письмом на четы-

рех страницах, которое начиналось такими словами: «В этой книге есть замечательные идеи, однако необходимо внести множество изменений». Далее он подробно объяснял, что следовало бы изменить, чтобы осовременить текст, и в конце концов предложил найти какого-нибудь выдающегося специалиста по торговле страховками, который взялся бы написать новую книгу с опорой на материал Хилла.

Так уж случилось, что я знал не одного, а двух специалистов, которые могли бы согласиться взяться за такой проект — братьев Киндер. У меня было много благоприятных отзывов об их консультационной работе в прошлом, я бывал у них на семинарах и даже как-то написал о них статью в журнале «Success». Поэтому я сразу же созвонился с Киндерами и узнал — вот совпадение! — что они и сами замыслили написать новую книгу, посвященную торговле страховками.

Киндеры с радостью ухватились за возможность поработать вместе с Клементом Стоуном, так что вопрос был быстро решен.

Как пишет в своем предисловии Бен Фельдман (а мнение этого великого человека дорогого стоит), данная книга, объясняя новейшие подходы к торговле, опирается на мудрость прошлого.

Братья Киндер считают, что после внешне неторопливых, но драматических перемен, произошедших в страховой отрасли за последние тридцать лет, она вступила в свой золотой век.

Эта новая эра изобилует благоприятными возможностями, но одновременно требует высочайшего профессионализма со стороны агентов, которые должны уметь диагностировать и творчески решать проблемы своих клиентов, чтобы сделка состоялась. Говоря, что агент должен действительно удовлетворять потребности клиентов, а не собственную жадность, Киндеры

проповедают в торговле страховыми полисами принцип добавленной стоимости.

Если вкратце резюмировать этот подход, он заключается в том, что агент:

- постоянно следит за новейшими тенденциями в отрасли и не отстает от них;
- восприимчив к потребностям клиентов и чутко реагирует на изменения в их ситуации;
- индивидуально подходит к нуждам каждого клиента, выкраивая свои предложения точно по мерке;
- продолжает своевременно и внимательно обслуживать клиента после того, как сделка состоялась;
- умеет чувствовать настроение клиента, его взгляды и вкусы;
- постоянно демонстрирует добросовестность и профессионализм, особенно во время непосредственной работы с клиентами.

Была еще одна причина, по которой я счел братьев Киндер идеальными кандидатурами для выполнения этой работы: в свое время они сами были слушателями оригинального курса лекций «Наука успеха», который Клемент Стоун и Наполеон Хилл читали в Чикаго. Поэтому для Киндеров соединить семнадцать уроков Хилла с их собственной современной техникой торговли было делом несложным и совершенно естественным.

В результате на свет появилась книга, описывающая методы профессиональной торговли страховками в условиях космической эры и опирающаяся при этом на самые сильные и практичные аспекты философии Наполеона Хилла. Менее прагматичные идеи Хилла,

многие из которых являются достаточно спорными (например, его взгляды на секс и религию), в данной работе игнорируются.

Читателям, незнакомым с творчеством Хилла, будет полезно узнать, что интерес к философии успеха пробудился в нем после того, как он взял интервью у великого промышленника Эндрю Карнеги, который сказал ему: «Очень печально, если человек всю свою жизнь методом проб и ошибок накапливает знания, но в ту минуту, когда он достигает вершин мудрости, смерть подкашивает его, и он уносит весь свой запас знаний в могилу. Это печально и стыдно. И вот я ищу человека, которому мог бы поручить собрать и облечь в форму письменной философии все накопленные людьми знания о природе успеха. Я хочу, чтобы будущие поколения могли воспользоваться уже накопленными знаниями и им не надо было повторять тернистый путь их предков».

Хилл взялся выполнить это задание и двадцать лет посвятил исследованиям и опросам многих успешных людей. Результатом его стараний стала публикация в 1928 году книги «Закон успеха», за которой в 1937 году последовала работа «Думай и богатей».

Принципы успеха, выработанные Хиллом и затем отточенные им в сотрудничестве с Клементом Стоунем, составляют центральное ядро этой книги. Наиболее наглядно они проявляются в первой главе (первым принципом Хилла было определение главной цели), но хорошо просматриваются и в дальнейшем.

Кроме того — и это отнюдь не случайно — данная книга базируется на опыте прошлых поколений, вплоть до самого Эндрю Карнеги. Таким образом, она несет в себе не только практические уроки, но и много другой пищи для размышления.