

Chapitre dix-neuf

Le succès dans la vente

Traitez le succès comme votre devoir, votre obligation et votre responsabilité, non pas comme un choix ou un job !

Le meilleur conseil que je puisse vous donner au sujet du succès dans n'importe quel domaine est de le traiter comme une question d'éthique, pas une question financière ou même une question technique. Presque tous les gens disent qu'ils veulent le succès, mais la plupart des gens l'abordent seulement comme une option possible. Approchez quoi que ce soit comme une option ou un "peut-être" et je vous assure que ça ne se réalisera JAMAIS.

Saviez-vous que moins de 2 % de tous les foyers aux Etats-Unis ont gagné plus que 250 000 dollars l'an dernier ? Pourquoi ?

Eh bien, soit l'ensemble du système est mis en place pour fonctionner contre 98 % de la population, soit 98 % des gens traitent le succès comme une option qui pourrait leur arriver ou ne pas leur arriver. La réalité est que les gens qui gagnent de gros salaires ne sont pas plus intelligents que vous et ne travaillent pas forcément plus (dur) que vous. L'une des principales raisons pour lesquelles les gens ne créent pas de succès pour eux-mêmes, c'est parce qu'ils ne s'engagent pas dans cette direction. Ils laissent décider l'économie, le timing et d'autres hasards sur lesquels ils n'ont aucun contrôle.

Avouons-le, la plupart des gens n'approchent même pas du style de vie qu'ils aimeraient avoir et encore moins de personnes créent le genre de vie qu'ils ont le potentiel de créer. Les gens disent qu'ils veulent une bonne relation amoureuse, ils prétendent qu'ils veulent la liberté financière, affirment qu'ils veulent réussir, avoir une entreprise qui marche, qu'ils veulent plus d'argent et qu'ils veulent être millionnaires, mais ils ne courent pas après ces souhaits de manière implacable, infatigable et avec aucune autre option que de réussir.

Posez-vous les questions suivantes :

- Capitalisez-vous sur votre potentiel (soyez honnête) ?
- Abordez-vous le succès comme un devoir et une obligation ?
- Est-ce que davantage de succès serait mauvais pour vous ?
- Est-ce que toute votre famille est sur la même longueur d'onde pour créer de la réussite ?

Si vous avez répondu non à toutes ces questions, vos chances de succès sont maigres dans

n'importe quel domaine. Votre problème ne sera pas la vente en tant que profession, ce sera le fait que vous n'avez pas pris l'engagement vers le succès en tant qu'obligation et devoir. Dans la vente, comme dans tout autre domaine, vous devrez viser le succès, sinon il va vous échapper. Arrêtez de traiter le succès comme une option, et vos chances d'atteindre vos rêves vont augmenter de façon exponentielle. Je peux vous assurer que si vous ne considérez pas comme votre devoir le fait de vivre à la hauteur de votre potentiel, vous ne vivrez tout simplement pas à la hauteur de votre potentiel. Si le succès n'est pas devenu une question d'éthique pour vous — une obsession et une nécessité absolue — vous ne ferez pas ce qui est nécessaire pour l'atteindre. Beaucoup suggèrent que le succès est un voyage plutôt qu'une destination. Après avoir créé quatre entreprises à partir de rien, je peux vous dire que, bien que le succès puisse être un voyage, il est plus important de comprendre que le voyage est plein d'obstacles inattendus et que beaucoup de gens sont sur le même chemin que vous. D'autres personnes ainsi que des obstacles tenteront de vous empêcher d'atteindre votre destination. Ceux qui prennent un engagement envers le succès en tant que destination vont tenir plus longtemps que ceux qui sont juste en voyage.

Un des plus grands tournants dans ma carrière en vente eut lieu quand je me suis enfin rendu compte que si je voulais réussir dans la vente, je devais en faire une priorité — une carrière et non un emploi. Quand j'ai arrêté de penser à la vente de façon légère et que je me suis engagé à savoir tout ce qu'il y avait à savoir à ce sujet, j'ai commencé à marcher vers le succès. Quand j'ai commencé à approcher la vente comme ma façon de créer mon succès en considérant la vente comme un devoir, une obligation et ma responsabilité, comme une mission militaire même, les obstacles qui font partie de la vente ont commencé à tomber. J'ai commencé à voir du succès dans la vente, un succès qui n'était pas influencé par les AUTRES ou par "la chance", ou qui se produit une semaine mais pas la suivante.

Même les gens les plus fortunés et les mieux connectés doivent faire quelque chose pour se retrouver aux bons endroits, aux bons moments, en face des bonnes personnes. La chance est juste l'un des sous-produits de ceux qui entreprennent le plus d'actions et ceux qui sont les plus préparés. La raison qui fait que les commerciaux qui réussissent très bien semblent chanceux est parce que leur succès leur permet naturellement d'avoir plus de succès. Sauf si vous êtes dans l'action elle-même, vous ne voyez pas ou n'entendez pas le nombre de fois où les vendeurs sont allés pour conclure la vente et que cela a échoué. La chance ne fera pas de vous quelqu'un de grand ; s'engager complètement dans la quête du succès est la seule façon d'avoir de la chance.

Vous devez approcher votre succès commercial de la même façon que de bons parents abordent leur devoir envers leurs enfants : comme un honneur, une obligation et une priorité. Soyez dévoué à votre carrière, votre produit, l'entreprise pour laquelle vous travaillez et à votre client comme un devoir, une obligation et une responsabilité. Comme dans le chapitre "La vente la plus importante", vous devez rester totalement engagé à tous les niveaux. Les bons parents feront tout ce qu'il faut pour s'occuper de leurs enfants : se lever au milieu de la nuit, les vêtir, les nourrir et se battre pour eux, prendre soin d'eux et même mettre leur propre vie en danger pour

les protéger. Vous devez voir votre carrière dans la vente de cette même façon.

Soyez honnête avec vous-même : ne justifiez jamais la défaite

C'est assez commun pour les gens qui ne réussissent pas dans la vente de commencer à justifier pourquoi ils ne sont pas couronnés de succès. Certains commencent même à se mentir à eux-mêmes. C'est facile de repérer cette tendance dans le secteur des ventes avec les gens qui étaient autrefois performants et qui maintenant sortent de plus en plus d'excuses pour expliquer pourquoi ils ne réussissent plus. Lisez le chapitre "La règle des 10X" à propos des excuses où j'énumère toutes les excuses que les gens utilisent pour se justifier eux-mêmes.

Lorsque les jeunes enfants, par exemple, sont incapables d'obtenir ce qu'ils veulent, ils demandent gentiment, puis ils sont déçus, alors ils commencent à insister pour avoir ce qu'ils demandent, et peut-être même qu'ils se battent pendant un petit moment et pleurent un peu aussi. Puis, vers la fin du cycle, quand on leur a dit qu'ils ne peuvent pas avoir ce qu'ils ont demandé, ils commencent à se convaincre qu'ils ne l'ont jamais voulu en premier lieu. *Vendre ou Perdre*. Ce que tous les enfants devraient faire est de répéter le cycle plusieurs fois jusqu'à ce que les parents soient usés. Lorsque vous n'êtes pas honnête avec vous-même, vous abandonnez !

Il n'y a aucune raison ni d'excuse assez bonne pour que vous n'obteniez pas ce que vous souhaitez ou ce dont vous avez besoin !

Clairément, vous ne pouvez pas toujours conclure la vente, mais s'il vous plaît quand vous échouez à conclure une vente, ne passez pas le reste de l'après-midi à vous raconter des mensonges et des excuses sur pourquoi ce n'était pas si important ou pourquoi vous n'avez pas réussi.

Soyez honnête avec vous-même sur chaque cycle de vente. Demandez-vous: "pourquoi n'ai-je pas obtenu cette vente ? Qu'aurais-je pu faire autrement ? Où est-ce que j'ai manqué le coche ? Comment aurais-je pu mieux justifier le coût ? Où aurais-je pu leur obtenir un financement ? Pourquoi ne suis-je pas devant le décideur ? J'ai seulement proposé des offres deux fois...". Soyez honnête, brutalement honnête, avec vous-même, et prenez l'entière responsabilité du résultat. Ne laissez pas vos collègues vous consoler en vous disant que tout va bien, que le client n'était pas prêt ; qu'il n'avait pas l'argent, qu'il était radin, que c'était un client difficile à convaincre, qu'il n'achète jamais, qu'il ne peut pas prendre des décisions, que notre produit est trop cher, que nous n'avons pas le produit en stock, que l'économie est nulle en ce moment — s'il vous plaît arrêtez. Vous m'ennuyez sérieusement et vous vous faites vraiment du mal en n'étant pas honnête avec vous-même.

C'est votre prétention mentale, spirituelle et technique qui vous permettra de créer le succès et de le maintenir en continuant à mener des actions nécessaires aussi longtemps que nécessaire, jusqu'à ce que vous réussissiez à atteindre vos objectifs de vente. Si vous n'êtes pas en mesure d'être foncièrement honnête avec vous-même sur les raisons de votre échec à

conclure, vous aurez toujours des résultats en baisse. Et si vos succès diminuent, vous verrez vos actions qui commencent à faire de même.

Afin d'exiger un succès constant dans vos ventes, vous devez :

1. Décidez que vous êtes entièrement responsable de la vente.
2. Faites-en votre devoir, votre obligation et responsabilité.
3. Mener des actions en quantité importante, suivies par plus d'actions jusqu'à ce que la vente soit faite !
4. N'acceptez pas d'excuses, de raisons, ou de logique, et trouvez un moyen de conclure la vente !
5. Préparez-vous tous les jours pour être en mesure de gérer toutes les objections, les blocages, les raisons, et les obstacles que vous rencontrerez avec un client.

Allez voir la Cardone University à www.CardoneUniversity.com pour plus d'info et de contenus.