

[opis]

By zwiększyć prawdopodobieństwo dojścia do celu...

Współcześnie umiejętność uczenia się, jak również uczenia innych jest ważna w każdym aspekcie ludzkiej aktywności.

Tym bardziej że żyjemy w czasach, w których nauczyć się — od uczyć się i nauczyć się na nowo, już w zaktualizowanej wersji — to warunek sprawnego poruszania się na rynku pracy zarówno w świecie realnym, jak i wirtualnym. Menedżerów i liderów interesować będzie przede wszystkim umiejętność nauczania standardów pracy, a także zarządzania przez potencjał. W obszarach sprzedaży natomiast przyda się umiejętność skutecznego oferowania rozwiązań poprzez oferowane usługi i produkty. To właśnie było dla autora inspiracją do napisania tej książki, której nadał oryginalną formułę.

TO 12 PRZYSTANKÓW W PODRÓŻY, PODCZAS KTÓREJ POZNASZ ŚWIAT METOD MENTORINGOWYCH I COACHINGOWYCH STOSOWANYCH NIE TYLKO W SPRZEDAŻY.

Znajdziesz tu wiele nawiązań do świata marketingu, nauki, sportu czy sztuki — choć z pozoru to różne dziedziny, okazują się podobne w obszarze edukacji do sukcesu.

Kwestię zastosowania metod mentoringowych i coachingowych autor przeplata z refleksją nad codziennymi wyzwaniem, w ramach których też jesteście „coachowani” i „mentorowani” — zarówno w pracy, jak i w sytuacjach nieformalnych. Ta intelektualna podróż zawiera również dynamiczne studia przypadków globalnych firm, których nazwy znamy z mediów i z tego, że jesteście po prostu konsumentami. Ćwiczenia, które możesz wykonać w trakcie lektury, pozwalają bardziej wniknąć w rozumienie i wycucie świata biznesu — nauczyć się go jeszcze lepiej rozumieć. Mentoring i coaching jest tutaj nie tylko metodą, ale przede wszystkim współczesnym stylem nauki sprzedawania innym idei, pomysłów, jak również usług i produktów — w bardziej ludzki, upodmiotowiający sposób. Autor pokazuje, jak wykorzystać tę zmienioną perspektywę i nowoczesne metody nauczania do kształcenia profesjonalnych sprzedawców, menedżerów oraz trenerów sprzedaży. W przystępnej formie przybliży także problemy, które mogą wystąpić podczas prowadzenia edukacji menedżerskiej, trenerskiej oraz szkolenia szeregowych pracowników sprzedaży. Spójrzysz na nie inaczej — z perspektywy nauki własnej efektywności.

POZNAJ ŚWIAT, W KTÓRYM SKUTECZNOŚĆ JEST MATKĄ I OJCEM SUKCESU. BY STAĆ SIĘ JEGO BENEFICJENTEM, NAJPIERW SIĘ GO NAUCZ, A POTEM SWOJĄ WIEDZĘ... PRZEKAŻ INNYM!

[spis]

Zabójcza lista podziękowań liderom, mentorom i coachom... 21

Paliwo: lider, mentor, coach, czyli synonimy i pierwsze metry 23

-
- Kim jest lider, czyli 62 synonimy do znaczenia tej roli 24
- Kim jest mentor, czyli 50 synonimów do znaczenia tej roli 25
- Kim jest coach, czyli 11 synonimów do znaczenia tej roli 26

Mądrość 1/2. Znaki na drodze mądrości mentoringu i inteligencji coachingu w sprzedaży 27

- Na początek kilka obrazów ludzi z 27. Biegu Powstania Warszawskiego 28
- Google Maps, szkolenia za karę, złota rybka i konsekwencje dla nas 29
- Edukacja w sprzedaży zamiast rozwoju, siła woli i kompetencje 31
- Wiedza - trudna do upilnowania, a niezbędna w sprzedaży 32
- Mariaż profesji sprzedaży z technologią, czyli sprzedawca pracownikiem wiedzy 34
- Osobiste doświadczenia, czyli paradoksalnie o pracy w sprzedaży 37
- Kilka słów o etyce 39
- Korzystanie w środowisku sprzedaży z nauki, "popnauki" i "nienauki" - choć to wszystko to jakaś wiedza 40
- Przebudzenie w zarządzaniu ludźmi, czyli styl kierowania 46
 - Antyprzykłady: przypadki zaobserwowane, czyli liderzy coachujący się życiowo 48
 - Dobry przykład, czyli mentoring organizacyjny z nadzieją i przemianą 50

Uwaga, ślisko 3/4. Zespoły sprzedaży - rety, co się dzieje? 55

- Strategicznie, operacyjnie i zarządczo o wyzwaniach 56
- Konstrukcja książki, czyli ślisko na 3/4 61
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha 66
 - Mentor z początku 66
 - Coach z początku 67
- Przypowieść: "Możliwości - słuchaniem można zobaczyć" 67

Przystanek 1. Temperatura zespołów sprzedaży 73

- Złożone zaangażowanie 74
 - Energia napędza do działania 76
 - Działanie napędza wiedzę i umiejętności 77
 - Wiedza i umiejętności napędzają postawę 78
 - Wybitna postawa daje jakość 78
 - Jakość to luksus i osiągnięcia w sprzedaży 80
- Planowanie czy działanie? Oto jest pytanie! 82
 - Ćwiczenie: "Nieplanowane planowanie, planowane nieplanowanie" 83
 - Doświadczenia z sali szkoleniowej w pracy ze sprzedawcami oraz menedżerami sprzedaży i operacji 84
- Wywoływanie temperatury sprzedaży 88
 - Ćwiczenie: "Temperatura mojego przywództwa, liderstwa" 88
- Sposoby prowadzenia rozmowy, czyli przyczyny, skutki, emocje i wulkan Teide 90
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 1. 96
 - Mentor z przystanku 1. 96
 - Coach z przystanku 1. 97
- Rozmowa ekspertów: Jacek Rozenek - trener biznesu, mentor, coach biznesu, aktor 98

- Przypowieść dla mentora i coacha: "Oddychanie" 112

Przystanek 2. Narracja w mentoringu i coachingu - wymiany doświadczeń z dobrym wpływem 113

- Narrator nie tylko w filmach 114
 - Narracja w życiu 114
 - Narracja w coachingu 115
- Narracja w sprzedaży, czyli menedżerka Lilka, trener-prezes i Łukasz wyglądac 119
- Perswazja narracyjna i retoryczna - wykorzystanie w sprzedaży 122
- Znów powrót do sensu 124
- Perswazja narracyjna, czyli mentor lub coach w końcu ekspertem w sprzedaży 128
- Za co cenią ludzi w środowisku sprzedaży? 132
- Adidas, czyli gdzie jeszcze jest obecna perswazja narracyjna, tyle że w marketingu 136
 - Narracja generalna 137
 - Narracja rozwojowa 139
 - Narracja edukacyjna 140
 - Narracja osiągnięć 142
- Przykład z zarządzania zmianą (w zakresie nauki dobrych praktyk) dla refleksji mentora i coacha 143
 - Ćwiczenie: "Złap na tym, co robi dobrze" 144
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 2. 146
 - Mentor z przystanku 2. 146
 - Coach z przystanku 2. 147
- Rozmowa ekspertów: Grzegorz Turniak - prezes Akademii Rekomendacji, przedsiębiorca 149
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Pobudzanie" 160

Przystanek 3. Przebudzenie w sprzedaży - otwarcie tunelu wyobrażonego 161

- Przebudzenie zasobów i wyobraźnia 162
- Przebudzenie do roli menedżera 164
- Obiektywnie i subiektywnie osiągać więcej - kompetencje vs wyniki 169
 - Ćwiczenie: "Mentor profesji, uczeń profesji" 172
- Przebudzenie w rozwoju, czyli co tak naprawdę osiągamy w sprzedaży 172
- Doświadczenie z doradztwa i z sali szkoleniowej w branży farmaceutycznej 174
- Przypadki zaobserwowane, czyli brak rozwiązań agencji wyjazdów nagrodowych 176
- Obudzić w sobie lepszy nastrój czy jednak uczyć się profesji? 177
 - Cel rozwojowy, edukacyjny, subiektywny - przypadek z life coachingu 179
 - Cel rozwojowy, edukacyjny, subiektywny - przypadek "poprawy nastroju" lub realnej pomocy psychologicznej 180
 - Cel sprecyzowany, obiektywny - doradztwo bliższe ekonomii i psychologii biznesu 181
- Wsparcie, wyniki i rozwój 182
- Różnice w sprzedaży, czyli masz swoją niezdobytą górę 185
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 3. 187
 - Mentor z przystanku 3. 187
 - Coach z przystanku 3. 188

- Rozmowa ekspertów: Danuta Dunajska - prezes zarządu ODiTK Consulting w grupie ODiTK w Gdańsku 190
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Rozwijanie" 202

Przystanek 4. Mapy mentoringowe i coachingowe, czyli stosunek do doświadczeń decyduje 205

- Jakość doświadczeń i liczba wniosków, czyli zbuduj mapę 206
- Jakościowa aktywność zawodowa 207
- Talenty a fluktuacja wśród sprzedawców 209
 - Ćwiczenie: "Analiza segmentowa" 213
- Opinia psychologa, czyli przymusić samego siebie do kolejnego kroku 214
- Budować doświadczenia jak najlepsi piłkarze 216
- Potrzeba przestrzeni do zarządzania zasobami 219
- Zasoby z perspektywy coacha 221
- Najlepsze i najgorsze cechy w sprzedaży okiem ekspertów 222
 - Ćwiczenie: "Nauka doświadczeń" 224
- Układanie doświadczeń, czyli czy dołożyłeś wszelkich starań? 225
 - Ćwiczenie: "Technika technik, czyli Goldsmithowskie koło zmian" 229
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 4. 231
 - Mentor z przystanku 4. 231
 - Coach z przystanku 4. 232
- Rozmowa ekspertów: Paweł Fortuna - psycholog biznesu, trener biznesu, wykładowca Akademii Leona Koźmińskiego i Instytutu Psychologii KUL 234
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Unoszenie" 239

Przystanek 5. Mentor, coach - założenia, efektywność, szlifowanie doskonałości 241

- Przypadek firmy Nike, czyli siła mentoringu doświadczeń 242
- Warunki i okoliczności do mentoringu i coachingu 245
- Szerzej, czyli gdzie właściwie wjeżdżasz 246
- Podróż z przeszłości do sprzedaży z sensem 250
 - Ćwiczenie: "Doświadczenie wyjątkowego traktowania" 251
- Szlify menedżerskie w roli mentora i coacha 253
- Studium przypadku z praktyki - branża ubezpieczeniowa 256
- Studium przypadku z praktyki - branża przewozowa i logistyczna 258
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 5. 260
 - Mentor z przystanku 5. 260
 - Coach z przystanku 5. 261
- Rozmowa ekspertów: Jonathan Passmore - profesor psychologii w Katedrze Przywództwa i Coachingu na Uniwersytecie Evora w Portugalii 262
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Odkrywanie - paryskie bordo" 264

Przystanek 6. Mentoring w sprzedaży, czyli zachowanie ma kolosalne znaczenie 267

- Mentor - źródło postawy i metodyki 268
- Różnice między autorytetem a ekspertem - dlaczego to ma znaczenie? 269
- Z dziennika eksperta sprzedaży 273
- Mentoring i coaching a bycie liderem, czyli kto odpowiada za to, gdzie przyłożyć dźwignię 277

- Role jako część edukacji mentora 281
- Role wypełnione skryptami zachowań 285
- Mentor jako badacz, etnograf 286
- Zachowania asertywne, czyli nieoczywiste podejście 288
- Konformizm i jego rola w zachowaniach zbiorowych i indywidualnych 290
 - Normatywne powody konformizmu 291
 - Marketing wykorzystujący konformizm 293
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 6. 293
 - Mentor z przystanku 6. 293
 - Coach z przystanku 6. 294
- Rozmowa ekspertów: Jakub B. Bączek - trener mentalny sportowców, mistrz świata w siatkówce z reprezentacją Polski w 2014 roku 296
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Nauczanie" 298

Przystanek 7. Elastyczność, nauka, adaptacja do nowej inności 299

- Podatny grunt dla sprzedawcy, menedżera, trenera, dyrektora sprzedaży 302
 - Grunt naturalnych predyspozycji 304
 - Ćwiczenie: "Naturalne predyspozycje w świecie sprzedaży" 310
- Sztuka, nauka i rzemiosło sprzedaży 312
- Mentor i coach a mentee i coachee, czyli konieczność preferencji osobowościowych 315
 - Ćwiczenie: "Jedno ważne pytanie" 319
- Wymiary mentoringu ułatwiają rozumienie i dopasowanie 321
 - Ćwiczenie: "Wymiary relacji mentor-mentee" 322
- Formuły smart learningowe jeszcze bardziej uelastyczniają uczenie 322
- Nauka, uczenie, dynamika uczenia w sprzedaży 325
- Leszno, garnki i apteka 328
- Wdrożenie i nauka na błędach - z życia 331
- Co czyni lidera efektywnym, czyli wciąż ta nauka 333
- Adaptacja, czyli przekleństwo wiedzy a reguły i wnioski 334
- Skuteczne nauczanie umiejętności - wyzwanie? 337
- Świat VUCA i antykruchłość, czyli dlaczego wyzwaniem jest uczyć innych i uczyć się w sprzedaży 338
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 7. 340
 - Mentor z przystanku 7. 340
 - Coach z przystanku 7. 341
- Rozmowa ekspertów: prof. David Clutterbuck - visiting professor, Sheffield Hallam & Oxford Brookes Universities; Ashridge Coaching MBA 342
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Inspirowanie" 344

Przystanek 8. Mądrość świadomości w sprzedaży i uskrzydlenie, czyli jak się edukujemy 345

- Przemiana, refleksja, trendy 346
 - Ćwiczenie mentoringowe: "Wzorce/schematy" 351
- Poziomy rozwoju społecznego 352
- Jak wygląda komunikacja w tej spirali? 363
- Uskrzydlenie w sprzedaży 366
- Uruchamianie strumieni racjonalnego i emocjonalnego myślenia w sprzedaży 368

- Ćwiczenie: "Osiem pytań sprawczego lidera" 369
- Coaching a edukacja - kiedy się uczymy, a kiedy możemy mieć trudności nie do pokonania 370
- Coaching, czyli pytania coacha i eksperta 374
- Kiedy mówimy o sprawczym coachingu? 376
 - Ćwiczenie: "Motywy, czyli jak pomóc sprzedawcy zbudować kompetencje" 377
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 8. 378
 - Mentor z przystanku 8. 378
 - Coach z przystanku 8. 378
- Rozmowa ekspertów: Rafał Schmidt - wieloletni dyrektor oddziału w firmie ubezpieczeniowej we Wrocławiu; CEO w SCHMIDT Recruitment & Sales 380
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Pragnienie" 382

Przystanek 9. Szósta funkcja menedżera sprzedaży 385

- Piła inteligencji emocjonalnej menedżera u Menkesa 386
- Feedback, czyli saldo zaangażowania i przekraczania 394
- Teoria samodeterminacji prof. Edwarda Deciego, czyli kwestie ważne dla lidera 399
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 9. 401
 - Mentor z przystanku 9. 401
 - Coach z przystanku 9. 402
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Czekanie na przełom" 403

Przystanek 10. Jak uprawiasz zaufanie, tak kwitną standardy - choć ich nie weźmiesz w ręce 405

- Procesy dydaktyczne w sprzedaży, czyli co to takiego 406
- Uprawianie zaufania, czyli na ile to ma znaczenie w sprzedaży 408
- Rozwiązanie: uprawianie produktywności 411
- Narzędzia do uprawiania produktywności 417
- Innowacyjne patrzenie, czyli coachingowe myślenie, nawykowe działanie, nowatorskie nazywanie 421
 - Ćwiczenie: "Cykl pięciu pytań do zamknięcia sprzedaży" 425
- Menedżer, coach, trener, koordynator, administrator - jeden człowiek, wiele ról 427
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 10. 430
 - Mentor z przystanku 10. 430
 - Coach z przystanku 10. 431
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Uczenie, czyli płyn i przy tym pozostań mądrym" 432

Przystanek 11. Osiągnięcia, czyli wzmocnienia ewolucji i determinacji sprzedażowych 435

- Warunki i tło wyuczalności w zespole 436
- Metody i techniki mentoringowe bezcenne w ewolucji 444
 - GOLD 444
 - EDIC 445
 - PURE 446
 - CLEAR 447

- Ekologicznie ucząc sprzedaży 448
- Kierowanie jako trenowanie 449
- Jaka kultura, taka absorpcja, czyli wciąż mały procent 452
- Narracje do budowy zaangażowanego i pełnego sensu środowiska 454
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 11. 455
 - Mentor z przystanku 11. 455
 - Coach z przystanku 11. 455
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Poszukiwanie" 456

Przystanek 12. Coaching jako metoda realizacji aspiracji 459

- Fioletowe krowy i czarne łabędzie, czyli ćwicz magnes uwagi 460
- Zachowania Twojego pierwszego szefa 464
- Homo coachingus i trzecia zasada dynamiki Newtona a oczekiwania działów sprzedaży 466
- Ewolucja, czyli strumień pracy oraz nawyki w pierwszej kolejności 470
 - Ćwiczenie: "Matryca produktywności lidera" 473
- Podsumowanie, czyli do mapy mentora, do mapy coacha z przystanku 12. 479
 - Mentor z przystanku 12. 479
 - Coach z przystanku 12. 480
- Przypowieść dla mentora i coacha: "Nadawanie" 480

Na koniec, by dopełnić proces mentoringowo-coachingowy 483

Biogram autora 491

Bibliografia 495

Netografia 503