



# Chcesz sprzedawać – nie sprzedawaj!

Rozmowa z **Alessandro Forte**, jednym z najlepszych brytyjskich agentów ubezpieczeniowych

**Alessandro M. Forte** dotychczas uzyskał 9-krotnie członkostwo w MDRT i 8-krotnie w Top of the Table, co oznacza sprzedaż ubezpieczeń na życie co najmniej na poziomie pół miliona euro prowizji z nowej sprzedaży każdego roku. Wyniki sprzedaży czynią zeń cenionego mówcę na konferencjach ubezpieczeniowych na całym świecie. Jest również autorem książki o praktyce sprzedaży ubezpieczeń na życie *Dare to Be Different*, czyli *Odważ się wyróżnić*.

**Aleksandra Wysocka-Zańko: Jak trafił Pan do ubezpieczeń?**

**Alessandro Forte:** Przez przypadek... Z wykształcenia jestem aktorem. W czasie studiów, jak większość Brytyjczyków, zaciągnąłem kredyt. Żeby go spłacić, postanowiłem wrócić na kilka miesięcy do rodzinnego miasta, Bristolu i „dorobić sobie”. Znalazłem pracę w firmie ubezpieczeniowej Cram Life. Jak wielu moich kolegów, początkowo nie miałem absolutnie żadnych planów ani ambicji związanych ze sprzedażą ubezpieczeń. Chciałem występować na scenie i ubezpieczenia były dla mnie tylko dorywczym, wakacyjnym zajęciem. Od śmierci mojego ojca miałem jednak silną potrzebę zbudowania solidnych finansowych fundamentów dla siebie i swoich najbliższych.

**Od razu został Pan agentem?**

- Początkowo pracowałem tylko w administracji, nie sprzedawałem polis. Po sześciu miesiącach okazało się, że moje zadłużenie w banku nie tylko nie zmalało, ale wręcz wzrosło... Wtedy zaferowano mi stanowisko agenta. Byłem nieco uprzedzony do tego typu zajęć, ale ze względu na zobowiązania finansowe postanowiłem zaryzykować. I tak rozpoczęła się moja kariera. Szło mi całkiem nieźle przez pierwsze dwa – trzy miesiące. Skontaktowałem się ze wszystkimi znajomymi i członkami dalszej i bliższej rodziny. To dało około 24 polis. Ponieważ nie umiałem ich dobrze sprzedawać, zdecydowana większość upadła... Po ośmiu miesiącach uważałem się za tak beznadziejnego agenta ubezpieczeniowego, że zdecydowałem się porzucić tę branżę i spróbować swoich sił w handlu nieruchomościami. Szczęśliwie dla mojej późniejszej kariery, domy sprzedawałem jeszcze gorzej niż ubezpieczenia. Agent, który się mną opiekował w Cram Life, przeniósł się do firmy Cornhill. Przyjął mnie z powrotem i przekazał swoich dwunastu klientów. I właśnie od tych dwunastu osób zaczęła się moja prawdziwa kariera w ubezpieczeniach. Zaczęłem spotykać się z osobami prowadzącymi własne firmy, niekoniecznie bardzo zamożnymi, ale jednak ludźmi biznesu. Pracowałem w Cornhill przez cztery lata. Potem postanowiłem znowu eksperymentować i ze sprzedaży przejść do zarządzania. Rozpocząłem współpracę z Lloyd's. Praca na stanowisku menedżerskim uświadomiła mi dwie rzeczy. Po pierwsze, że nie chcę być menedżerem. Po drugie, że mam pewien talent. Potrafię pomagać innym ludziom w osiągnięciu sukcesu.

**I znowu zajął się Pan sprzedażą?**

- Przełomowy był dla mnie rok 1996. Ożeniłem się, zostałem ojcem bliźniąt, kupiłem dom i założyłem własną firmę... To był bardzo wymagający okres w moim życiu. Kiedy przypominę sobie pierwsze miesiące, to nie wiem, czy śmiać się, czy płakać. Zaadaptowałem do pracy przydomowy garaż. Byliśmy z żoną jedynymi pracownikami. Odpowiadaliśmy na telefony jedną ręką, a drugą każde z nas bujało kołyską z dzieckiem. Mówię o tym, żeby pokazać, że bardzo często osoby osiągające wielkie wyniki finansowe, zaczynały od czegoś małego i niekoniecznie od razu wszystko szło gładko. Postanowiłem, że

w pierwszym roku działalności skontaktuję się z jak największą liczbą osób. Staralem się każdego dnia rozdać przynajmniej dwadzieścia wizytówek i organizować jak największą liczbę spotkań. Jednak nie starałem się niczego sprzedawać.

W 2002 r. zostałem zrekrutowany przez Zurich. Z mojego doświadczenia wynika, że nie ma wielkiej rzeczywistej różnicy między niezależnym doradcą finansowym a agentem. Będąc niezależnym doradcą, nigdy nie straciłem żadnej transakcji dla agenta i odwrotnie – kiedy byłem agentem, nigdy nie straciłem transakcji dla niezależnego doradcy. Według mnie o naszym sukcesie nie decyduje ani produkt, ani cena (składka), ani edukacja – tylko osobowość.

**Dlaczego właśnie Panu się powiodło?**

- Powiem uczciwie – nie mam jakichś niezwykłych umiejętności ani świetnego wykształcenia. Wielu ludziom wydaje się, że moje aktualne wyniki sprzedażowe to rezultat edukacji i ponadprzeciętnych kwalifikacji. Tymczasem posiadam tylko dwie cechy, które odróżniają mnie od większości agentów. Po pierwsze, posiadam umiejętność budowania relacji z ludźmi i komunikacji z nimi. Po drugie, nie ma we mnie żadnego lęku. Nie boję się porażek. I jeszcze jedna sprawa. Zauważyłem już na samym początku swojego życia zawodowego, że w każdej firmie, z którą miałem do czynienia, istniał „klub zniechęcający”, czyli nieustannie narzekających malkontentów, spędzających czas głównie na paleniu papierosów i piciu kolejnych kaw, dla których wszystko jest nudne, trudne lub niemożliwe. Ja postanowiłem, że nie będę należał do tego klubu. W rezultacie w czasie, gdy moi koledzy pili kawę, ja dzwoniłem, dzwoniłem, dzwoniłem, starając się nie marnować ani minuty. Ignorowałem uwagi w stylu „jesteś za młody”, „przecież nie masz odpowiedniego doświadczenia” etc. To prawda, że byłem młody. Niedawno skończyłem 22 lata. Stwierdziłem jednak, że dzięki temu mam jedną znaczącą zaletę, która może się okazać bardzo cenna dla potencjalnych klientów. Ze względu na swój młody wiek, mogłem im zaproponować obsługę ubezpieczeniową na całe życie! Tymczasem średnia wieku doradcy finansowego w Wielkiej Brytanii wynosi 53 lata. Wkrótce okazało się, że mój wiek zamiast przeszkodą, stał się atutem. Wspomniałem już, że nie boję się odmowy ani tzw. „porażek”. Nie znam ani jednej osoby w biznesie, sporcie czy polityce, która nigdy nie doświadczyła odrzucenia czy odmowy. Ja traktuję takie sytuacje jako coś naturalnego, nie zdręczam się, tylko idę dalej.

**Jaka jest Pana recepta na udaną sprzedaż?**

- Prosta – nie sprzedawać! Zamiast tego lepiej zacząć od informowania potencjalnego klienta o tym, czym się zajmujemy. Stworzyłem sobie coś w rodzaju prostej przenośnej prezentacji. Podczas pierwszego spotkania zawsze mówię, że dziś nie

zamierzam nic panu czy pani sprzedawać, tylko opowiedzieć o swojej pracy i generalnie o ubezpieczeniach i finansach. To zadziwiające, ale właściwie za każdym razem rozmówca znajdował w prezentacji coś dla siebie – ubezpieczenie emerytalne, inwestycyjne etc. Zawsze przestrzegam żelaznej zasady niesprzedawania niczego na pierwszym spotkaniu. Mówię „To świetnie, że jest pan zainteresowany. Z przyjemnością spotkam się z panem ponownie, żeby ustalić szczegóły”. Kolejnym ważnym punktem pierwszej rozmowy jest prośba o rekomendację. Pytam „Czy zna pan/pani kogoś, kto byłby zainteresowany wysłuchaniem mojej prezentacji?” Ludzie znacznie chętniej polecają mnie innym, ponieważ wyraźnie zaznaczam, że nie chodzi o sprzedaż, tylko o rozmowę informacyjną o finansach i ubezpieczeniach. Niestety większość doradców jest nauczona, żeby prosić o rekomendację po zawarciu transakcji. To praktycznie zawsze wywołuje psychiczną blokadę. Osoba, która właśnie zapłaciła składkę, zazwyczaj nie chce nakłaniać swoich znajomych do wydawania pieniędzy. Jest w tym coś nieeleganckiego. Powtarzam raz jeszcze, moja sprzedaż jest duża, ponieważ nie staram się sprzedawać. Ludzie mają duże potrzeby ubezpieczeniowe, jeśli je im uświadomimy, to kupią polisę bez nadmiernego nakłaniania ich do tego.

Większość ludzi codziennie w pracy marnuje bardzo dużo czasu. Przychodzą na dziewiątą, robią bardzo niewiele, wykonują jeden lub dwa telefony, mają jedno spotkanie i znowu niewiele robią przez kolejne kilka godzin. Efekt jest taki, że w ciągu dnia spotykają się z jedną lub dwiema osobami. Uważam, że nikt nie powinien pracować więcej niż osiem godzin dziennie. Jeśli pracuje więcej, to prawdopodobnie robi to nieefektywnie. Ja postanowiłem wypełnić sobie dzień. Każdy moment, w którym nie mam nic konkretnego do zrobienia, wykorzystuję na wymyślenie nowych pomysłów, pracę nad książkami, przemówieniami etc. Przeglądam też listę swoich klientów i szukam osób, z którymi z różnych powodów powinienem się skontaktować. Opracowałem specjalną tabelę, w której znajdują się nazwiska klientów oraz wszystkie polisy, które mają i których jeszcze nie wykupili, ale mogliby z nich skorzystać. Dzwonię wtedy i proponuję spotkanie.

Myszę, że oprócz dobrej organizacji pracy do moich wyników przyczynia się to, że stawiam sobie małe cele na każdy dzień tygodnia i konsekwentnie je realizuję. Nie jestem zwolennikiem

celów długoterminowych, jeśli nie zostaną rozłożone na małe „pod-cele”. To tak jak z postanowieniami noworocznymi. Większość z nas zapomina o nich już pod koniec stycznia... Natomiast jeśli rozliczamy się z postanowień każdego wieczora, to mamy większą motywację, żeby ich dotrzymać. Jest duża różnica między motywacją i inspiracją. Słuchałem w swoim życiu wielu tak zwanych „mówców motywacyjnych”. Rzeczywiście, pod koniec takich wystąpień czułem się świetnie, miałem mnóstwo postanowień i motywacji. Następnego dnia cała motywacja się ulatniała. To naturalne, bo motywacja jest z natury czymś tymczasowym. To dlatego produktywność większości ludzi fluktuuje, na przemian wznosi się i opada. Są zmotywowani przez jakiś czas, potem motywacja opada, by za jakiś czas znowu wzrosnąć.

**A jaka jest pańska motywacja? Cały czas rośnie?**

- Raczej utrzymuje się na jednym poziomie. Tutaj pojawia się pojęcie inspiracji. To bardzo ważne, by zdawać sobie sprawę, co nas tak naprawdę inspiruje do pracy. Moją inspiracją jest zdobycie takiej sumy pieniędzy, która sprawiłaby, że praca byłaby dla mnie wyborem, a nie koniecznością. Obliczyłem, że potrzeba mi do tego 10 mln funtów. Chciałbym zdobyć tę kwotę do 45. roku życia. To oznacza, że w ciągu kolejnych 4 lat muszę zarobić 6 mln funtów. To daje 1,5 mln funtów rocznie i 120 tys. miesięcznie, 30 tys. tygodniowo i 6 tys. dziennie. Więc moją motywacją jest zarobić te 6 tys. każdego dnia. Mogę to osiągnąć tylko wtedy, kiedy mam w pamięci swój główny cel, jest to coś, czego naprawdę pragnę. W przeciwnym przypadku bardzo łatwo zbroczyć z obranego kursu. Znam wielu agentów, którzy wiedzą, ile chcieliby zarobić w ciągu roku, ale nie przekładają tego na codzienne cele do wykonania. Jeśli mają kiepski styczeń, mówią „nie ma sprawy, nadrobię to w lutym”. I tak w nieskończoność... „Miałem kiepski rok, nadrobię to w przyszłym roku”. O sukcesie decyduje odpowiednia relacja między codzienną motywacją i długoterminową inspiracją. Pamiętajmy, że ustalając cele tylko raz do roku, mamy tylko jedną możliwość porażki. To zdecydowanie łatwiejsze, bo jeśli ustalimy cele codziennie, to mamy aż 365 okazji do porażki!

... I tyle samo okazji do odniesienia sukcesu! Dziękuję za rozmowę.

**Aleksandra Wysocka-Zańko**



Sprawdzone metody na sukces w sprzedaży w zasięgu ręki  
Bestseller **Alessandro Forte**  
**Odważ się wyróżnić** już w Polsce  
256 stron pomysłów na rozwój sprzedaży  
oraz ponad 60 minut dodatkowego materiału audio na CD  
PROMOCJA dla czytelników „Gazety Ubezpieczeniowej”:  
przy zamówieniach do 30.04.2008 wysyłka gratis

Zamówienia:

Hill Publishing Polska, Al. Wilanowska 271, 02-730 Warszawa  
E-mail: [info@sztukasprzedaży.pl](mailto:info@sztukasprzedaży.pl) [www.sztukasprzedaży.pl](http://www.sztukasprzedaży.pl)  
Telefon: (22) 357 02 42 Fax: (22) 885 62 60