

RON SHIMONY

ההצלחה
מגיעה מבפנים

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB



איפה נהיה
בעוד שנה?
בעוד 5 שנים?

מהן המטרות
האישיות
והעיסוקיות שלנו?



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY





שיקגו 1990.

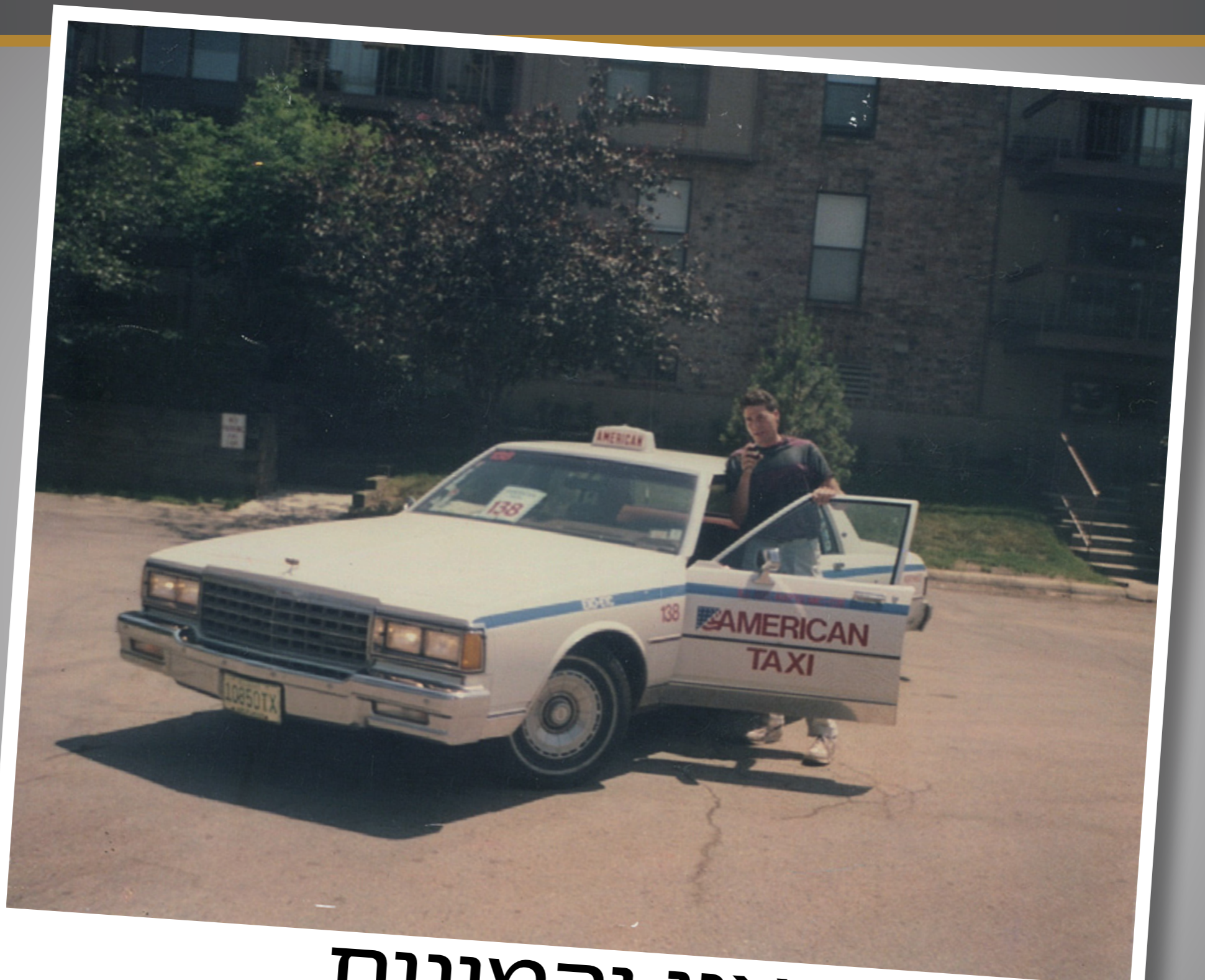
מטרות:

1. להתחיל פרק חדש בחיים
2. להיות מצליחן

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY





אני והמונית

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY





עובר לגור במונית

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



שלושה מכשולים עיקריים
להשגת כל מטרה:

ספקות
פחדים
היסוסים



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



1991: מונית ועבודות שיפוצים...



ג'ו



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



”אני לא מקשיב
למוסיקה,
אני עובד על
שינוי המוזיקה
השלילית שלי
בראש..”



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



”רוצה תוצאות של מצליחנים? תתרגל לחשוב כמוהם”

לס בראון



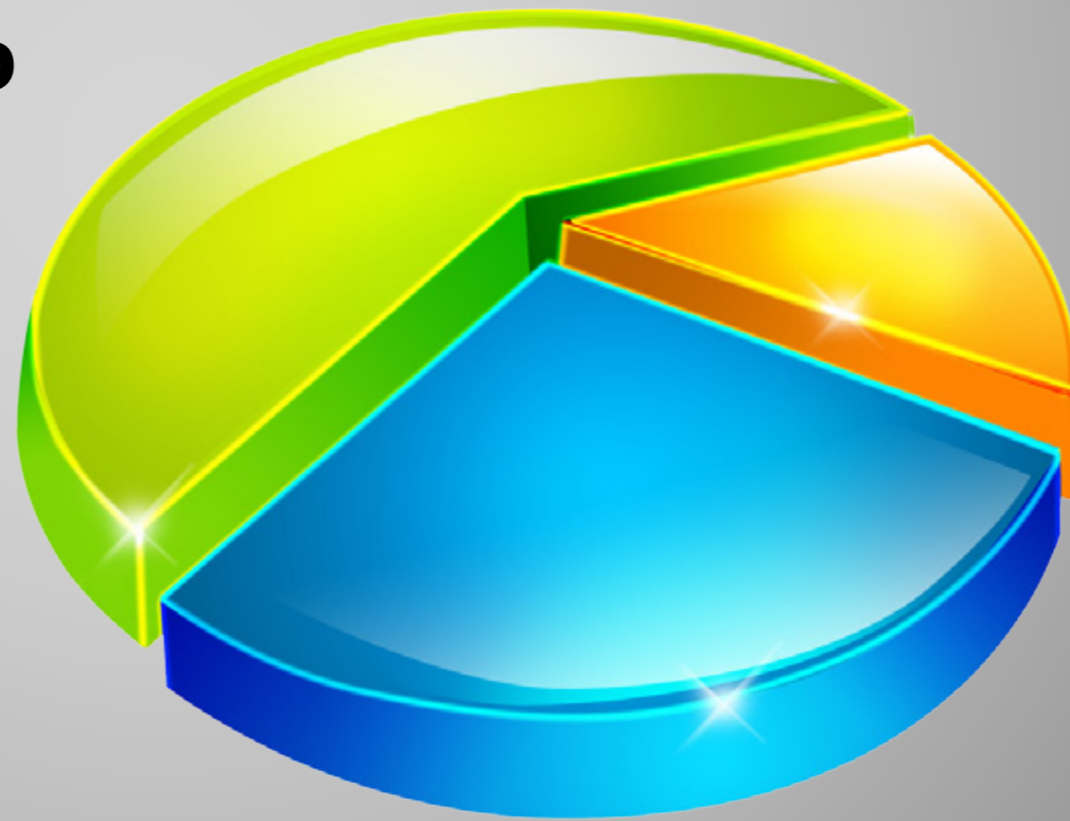
SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



נוסחת ההצלחה - תקשורת בינאישית

7%	85%
38%	15%
55%	



חיים ומוות ביז הלשון...

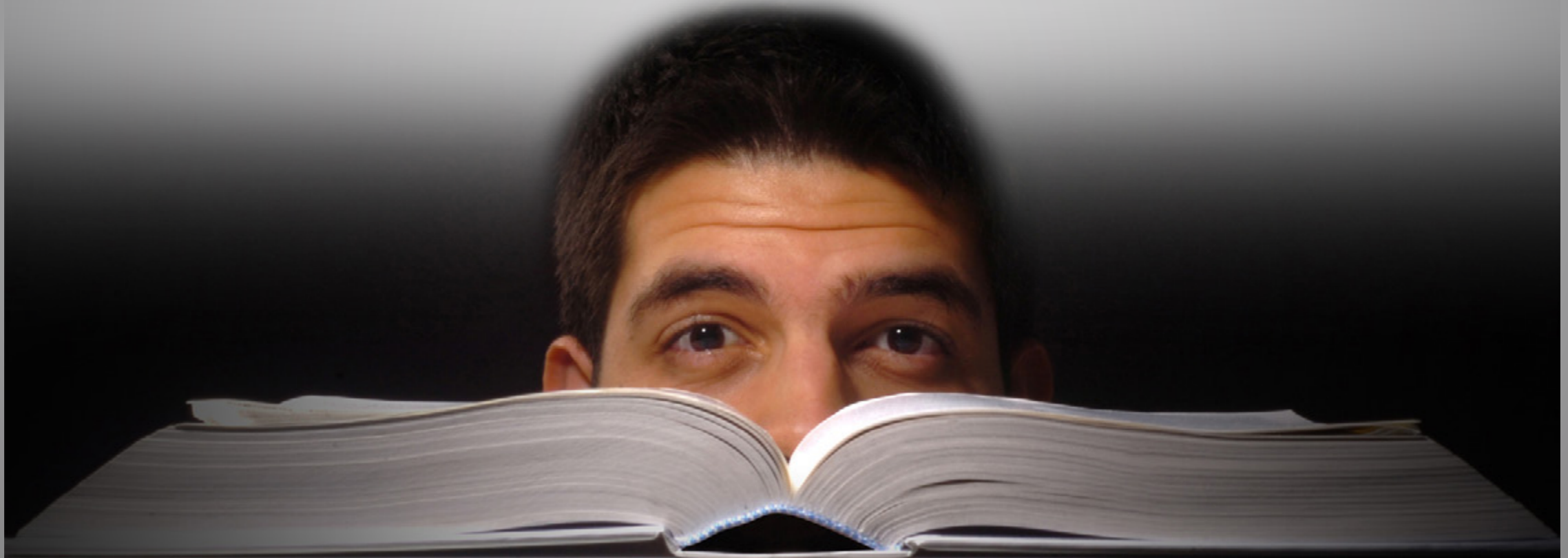


וכן גם:

- הצלחה וכישלון
- אהבה ושנאה
- זוגיות פוריה וגירושין



”אתה יכול למלא את חשבון הבנק
במיליון דולר או במיליון תירווצים -
לא בשניהם”



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



השקעה בעצמנו
היא ההשקעה
המשתלמת ביותר

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



אטלנטה, ספטמבר 1993...



לס בראון

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY





3.5 שנים - אוניברסיטה על גלגלים

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY





אפריל 1994

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



...1995



ביטוחים



מיכון משרדי



ריסוס ג'וקים

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



מאי 1996



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



ספטמבר 1996 תפסיק למכור מוצרים!



Brian Tracy

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



תפסיק למכור מוצרים!



אנשים

לא קונים מקדחה

בגלל שהם רוצים

לקנות מקדחה...

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



אנשים קונים מקדחה
בגלל שהם רוצים
חור בקיר!

אנשים לא קונים
מוצרים או שירותים,
הם קונים פתרונות
לבעיות וצרכים!



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



איזה רכב טוב יותר?



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



כלי הרכב שמשרת את צרכיי!



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



עסקים מצליחים vs. עסקים שורדים

שורדים מדברים על המוצר/שירות והתכונות שלו
(יפה, גדול, קטן, מהיר, חזק, שקט, איכותי, מצוין, הכי טוב וכדומה)

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



עסקים מצליחים vs. עסקים שורדים

שורדים מדברים על **המוצר/שירות והתכונות שלו**
(יפה, גדול, קטן, מהיר, חזק, שקט, איכותי, מצוין, הכי טוב וכדומה)

VS.

מצליחים מדברים על **מה שהמוצר/שירות עושה**
במונחים של:

- אילו בעיות הוא פותר!
- על אילו צרכים הוא נותן מענה!



ספק פתרונות לבעיות:

שיווק: עם אילו בעיות מתמודד הלקוח הפוטנציאלי שלך?
דבר במושגים של בעיות ולא מה אתה עושה.

מכירות: למחיר ולמוצר **אין שום חשיבות** עד שמצאת בעיה!
איך מוצאים בעיות? **שואלים שאלות!**

סגירת עסקה: אף אחד לא רוצה שימכרו לו!
לקוחות רוצים לקנות! עזור להם לקנות!





1997-1998

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



יוני 2001

מצטרף לחברת סטארט-אפ כושלת:
DBS Communications, Inc

- עובד שמיני בחברה
- מטרה: 3 חודשים להעלות היקף המכירות...



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



11 בספטמבר 2001



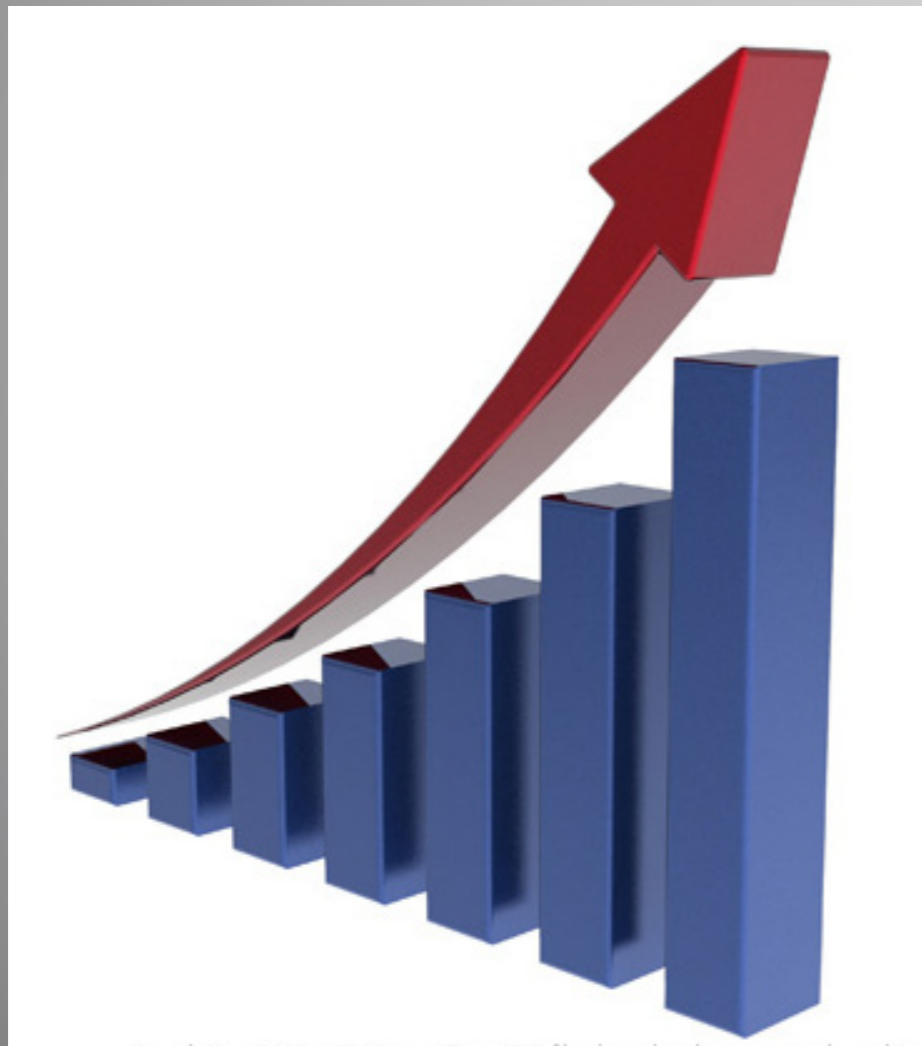
SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



2002

- DBS Communications ●
- מחזור שנתי \$7,500,000 דולר ●
- צמיחה של 87% ●



SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY





2006

DBS Communications ●

\$100,000,000 ●

**U.S.A. 100 Top
Privately-Held
Company Award**

**בין 100 החברות
הפרטיות הגדולות
בארה"ב**

**SUCCESS IS AN
INSIDE JOB**

RON SHIMONY





2001-2007
DBS Communications חברת
\$ 100,000,000

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



מודל תהליך המכירה הנפוץ

● 10% - בניית מערכת יחסים (זמנית)

מה העניינים? יאללה, בוא נעשה עסקים, יש לי/לנו הרבה נסיון, אין כמונו בשוק, יש לנו את המוצר/השירות האידיאלי בשבילך

● 20% - סינון

מוודא שללקוח יש כסף, משאבים, כרדיט...
"לפני שאבזבז איתו זמן"

● 30% - פרזנטציה

תראה איזה מוצר, זה משהו פנטסטי!
אתה לא יכול לטעות עם מוצר/שירות שכזה!

● 40% - סגירת העסקה

לסגור כמה שיותר מהר: ABC



מודל תהליך המכירה של עסק מצליח

● 20% - בניית מערכת יחסים על בסיס אמון!
(ע"י שאלות)

● 50% - זיהוי ואיתור בעיות וצרכים
(ע"י שאלות)

● 20% - פרזנטציה והצגת "הפיתרון"

● 10% - חיזוק, טיפול בהתנגדויות וסגירת עסקה

באיזה שלב אתם מדברים על המוצר או השירות שלכם?

כשאתם 70% בתוך הפגישה!



מודל תהליך המכירה של מצליחים מושטת ובנוי על:

1. בניית מערכת יחסים,
אמון ואמינות

2. העלאת ערך

3. מציאת בעיות כואבות



4 שלבי מכירה מנקודת מבט של המוכר:

1. בניית מערכת יחסים:

(תהייה מתעניין ולא מעניין)

שאלות מצב (שאלות מכוונות)

- היכן אתה מצפה להיות בעוד X חודשים/שנים?
- אילו מהלכים אתה מתכנן לעשות כדי...?
- מה גרם לך להחליט ש...? למה אתה רוצה ל...?

(שאלות מכוונות עוזרות ללקוח לחשוב באיזה מצב הוא נמצא ולאן הוא הולך)



4 שלבי מכירה מנקודת מבט של המוכר:

2. זיהוי ואיתור הבעיה או הצורך:

מטרת השאלות היא: "ניתוח פערים" = Gap Analysis (למצוא פער בין המצב הקיים של הלקוח לבין המצב בו הוא רוצה להיות בעזרת המוצר/השירות שלנו)

אם אין פער = אין מכירה!

3 מצבי פערים:

- א. הפער/בעיה/צורך: ברור
- ב. הפער/בעיה/צורך: לא ברור
- ג. הפער/בעיה/צורך: לא קיים



4 שלבי מכירה מנקודת מבט של המוכר:

אסטרטגיית שאילת שאלות

שאלות בעיה: מטרתן לזהות בעיות, קשיים וחוסר שביעות רצון:

- האם אתה מרוצה מ...? ● האם אתה מודאג מ...? ● האם קשה לך ל...?

שאלות השלכה: מטרתן למצוא את שורש הבעיה וההשלכות שלה:

- כיצד "הבעיה" משפיעה על...? ● מהן ההשלכות כתוצאה מ...?
- באיזה אופן זה מתבטא? ● מהי המשמעות של זה כלפי...?



שאלות פיתרון: מטרתן לגרום ללקוח להסביר לנו למה ה"פיתרון" חשוב לו:

- אם נוכל לשפר/ליעל/לזרז את... ● כמה חשוב לך לפתור את בעיית ה...?
- האם "הפיתרון" ישנה/יגרום/ישפיע על הבעיה?



4 שלבי מכירה מנקודת מבט של המוכר:

הערות

- **מרשם תרופות ללא דיאגנוזה = רשלנות רפואית!**
הימנעו מלקפוץ עם "הפיתרון" ברגע שאיתרתם בעיה!
- **למחיר ולמוצר אין שום משמעות עד אשר מצאנו בעיה או צורך!**
- הלקוח שואל: **"כמה זה עולה?"**
 - "בשלב זה אני לא יודע אם אני אפילו יכול לעזור לך..."
 - "ברשותך, יש לי מספר שאלות..."
 - "אשמח לתת לך מחיר, כשאבין את המצב שלך יותר לעומק..."



4 שלבי מכירה מנקודת מבט של המוכר:

3. פרזנטציה (הצגת הפתרון):

מטרתה להציג פיתרון מתאים בדיוק לגישור הפערים!
(מוצגת רק אחרי שמצאנו את שורש הבעיה וכל ההשלכות שלה)



הכנה: הפרזנטציה תפורה ללקוח!

הצגה: שימוש בתקשורת בין-אישית!



4 שלבי מכירה מנקודת מבט של המוכר:

4. חיזוק, טיפול בהתנגדויות וסגירת עסקה:



- התנגדות זה סימן חיובי!
 - הבהר את מטרת ההתנגדות
 - מצא את ההתנגדות האמיתית

הלקוח אומר: "המחיר יקר מדי!"
אתה שואל: "למה אתה אומר את זה?"



3 שלבי מכירה מנקודת מבט של הלקוח:

1. זיהוי צרכים:

- הלקוח מחפש התאמה ושואל את עצמו:
- האם זה מתאים לצרכים שלי?
 - האם זה חשוב לי וכמה זה שווה לי?
 - מצא את רשימת הקריטריונים
 - מצא את סדר העדיפויות



2. הערכת אופציה נוספת:

למה לקוחות רוצים לבחון אופציות נוספות?
כדי להוריד את הסיכון!

- עודד את הלקוח לבדוק אופציות נוספות
- אל תתווכח עם הלקוח



3 שלבי מכירה מנקודת מבט של הלקוח:

נקודות החוזק vs **נקודות הפגיעות:**

בגלל הסיכון והפחד, הלקוח מחפש יתרונות וחסרונות של "הפיתרון" שלך!

התמקד בנקודת החוזק שלך שאין לאף אחד:

"כשאתה בודק אופציות נוספות,

תתחשב בעובדה החשובה ביותר שהיא..."

(נקודת החוזק הטובה ביותר שלך!)

"לקוח נכבד, כשתגיע להחלטה, תזכור

שהדבר החשוב ביותר הוא **מספר החברות**

שעזרתי להן להכפיל את המכירות!"



3 שלבי מכירה מנקודת מבט של הלקוח:



3. סילוק חששות ודאגות:

● "אני עדיין לא בטוח, מה אם אני עושה טעות?"

המטרה שלך:

● להיות הספק עם הסיכון הנמוך ביותר!

● להיות הספק עם הדיל הטוב ביותר,

ולא הספק עם המחיר הנמוך ביותר!

"אתה תמיד יכול למצוא מחיר נמוך יותר, אם אתה מוכן לקחת סיכון שכזה!"



2 סוגי עדויות:

1. עדות לא-שימושית

2. עדות מנצחת



1. עדות לא-שימושית

”רון שמעוני הוא בעל כישורי הנהגה
יוצאים מן הכלל וביכולתו להנהיג
כל עסק להצלחה!”

Jim Goodwin
Former Chairman and CEO,
United Airlines

ג'ים גודווין
יו"ר הדירקטוריון ומנכ"ל
חברת יונייטד אירליינס לשעבר



1. עדות לא-שימושית

”כישורי המכירה של רון שמעוני היו
אבן היסוד והגורם המרכזי לצמיחתה
והצלחתה של חברת DBS”

Robert L. Growney
President, Motorola, Inc.

רוברט גרווני
נשיא חברת מוטורולה העולמית



2. עדות מנצחת

”קורס המכירות של רון שמעוני סיפק לי כלים שעזרו לי להעלות את מחירי שרותיי ב-100% ולהרחיב את מעגל לקוחותיי בלמעלה מ-300%”



אפרטיק נוספיק והקלרו:
03-6448064 / 054-7994998
gal@galshoshi.com

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



2. עדות מנצחת

”בעקבות כלים שקיבלתי בקורס של רון שמעוני, סגרתי עיסקה גדולה עם לקוח חדש ללא הנחה מהצעת המחיר המקורית.
מבחינתי, מחיר הקורס שולם תוך שבוע מסיומו.”



050 - 20 20 20 8

www.studio-T.co.il

tamar@studio-T.co.il

תמר שפיר

סטודיו T





SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



מה משותף ל...

● טקסטיל

● פלדה

● מכוניות

● אלקטרוניקה



הנוסחה להשגת יעדים בחיים:

1. הגדרת מטרה ספציפית
2. קביעת תאריך יעד מדוייק
3. איתור המחסומים להתמודדות
4. זיהוי שת"פ - אנשים / חברות / קבוצות
5. בניית תוכנית פעולה
6. זיהוי תכנים וכישורים ללמידה
7. זיהוי התועלות עבורי



מתכון המצליחנים:
שאל שאלה איכותית
ורשום 20 תשובות אפשריות

איך אני יכול ל.....?



**איפה נהיה
בעוד 5 שנים**

?

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



**המקום בו נהיה בעוד 5 שנים תלוי ב:
1. הצבת יעדים ומטרות**

SUCCESS IS AN
INSIDE JOB

RON SHIMONY



המקום בו נהיה בעוד 5 שנים תלוי ב:

1. הצבת יעדים ומטרות

2. פיתוח כישורים בינאישיים



המקום בו נהיה בעוד 5 שנים תלוי ב:

1. הצבת יעדים ומטרות
2. פיתוח כישורים בינאישיים
3. שימוש בדיבור חיובי מעצים



המקום בו נהיה בעוד 5 שנים תלוי ב:

1. הצבת יעדים ומטרות
2. פיתוח כישורים בינאישיים
3. שימוש בדיבור חיובי מעצים
4. התחברות למצליחנים



המקום בו נהיה בעוד 5 שנים תלוי ב:

1. הצבת יעדים ומטרות
2. פיתוח כישורים בינאישיים
3. שימוש בדיבור חיובי מעצים
4. התחברות למצליחנים
5. השקעה בדיסקים, ספרים, קורסים, סדנאות



לפרטים נוספים:

www.ronshimony.com



Ron Shimony

אני מאמין בכל אחד מכם

