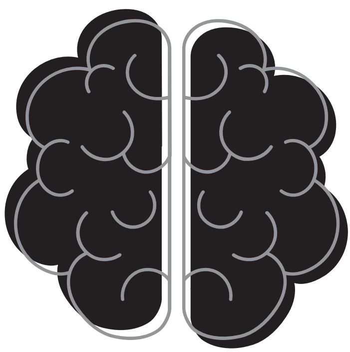
Official Bengali Edition of International Bestseller Author

Brian Tracy

দ্য সাইকোলজি অব সেলিং



ওয়াহিদ তুষার
অনূদিত

সূচিপত্র

চলুন শুরু করি ৭

দ্যা ইনার গেইম অব সেলিং ১৫

আপনি অনেক বেশি গুরুত্বপূর্ণ, যতটা ভাবেন তার চেয়েও বেশি . ১৬

আপনার ভেতরের মাস্টার প্রোগ্রাম ২৭

দ্য কিই রেজাল্ট এরিয়াস অব সেলিং ৩৪

আপনার সেলফ কনসেপ্টের রিয়েক্টর কোর ৩৮

বিক্রয় সাফল্যের বাধা ৪৪

আত্মসম্মান গড়ে তুলুন, আয় বৃদ্ধি করুন ৫৩

সেলস গোল নির্ধারণ করুন ও অ্যাচিভ করুন ৫৯

আপনার বার্ষিক আয়ের লক্ষ্য ৬০

আপনার বার্ষিক বিক্রয় লক্ষ্য ৬১

সুস্পষ্ট কাজের লক্ষ্য নির্ধারণ করুন ৬২

মানুষ কেন ক্রয় করে ৭৪

বেসিক মোটিভেশন ৭৪

চাহিদা শনাক্ত করা ৭৭

গ্রাহকের চাহিদা মেটানো ৮০

ক্রেতার সিদ্ধান্ত ইমোশনাল ৮৭

মুখ্য ও গৌণ চাহিদা শনাক্তকরণ ১০২

সৃজনশীল বিক্রয় ১১০

আপনার বিশ্বাস আপনার বাস্তবতা হয়ে ওঠে ১১১

চমৎকারভাবে সম্ভাব্য ক্রেতা শনাক্ত করুন ১১৩

কৌশলগত বিক্রয়ের চারটি চাবি ১১৫

নিবিড় বাজার বিশ্লেষণ ১১৭

সেরা বিজ্ঞাপন ১৩০

আরো অ্যাপয়েন্টমেন্ট পাওয়া ১৩৭
আপনি যে কোনো স্কিল শিখতে পারেন ১৩৭
সম্ভাব্য ক্রেতা শনাক্তকরণ প্রক্রিয়া ১৩৮
ইমপ্রুভ ইয়োর টেলিফোন প্রস্পেক্টিং ১৫৬

দ্য পাওয়ার অব সাজেশন ১৬৩
আপনার অভ্যন্তরীণ পরিবেশ ১৬৫
সাফল্যের জন্য পোশাক... ১৬৬
আপনার পণ্য উপস্থাপন করা.. ১৭০
মানের ছাপ তৈরি করুন ১৭৪

বিক্রয় করা ১৮৩
ক্রেতা ব্যক্তিত্বের ধরন ১৮৯
দৃশ্যমান বনাম অদৃশ্যমান পণ্য বিক্রি ২০৫
ভালো শ্রোতা হোন ২১৫
উপস্থাপনা পদ্ধতি ২২০

বিক্রয় সাফল্যের ১০ চাবিকাঠি ২২৯
সাফল্য অনুমান করা যায় ২২৯
পূর্ণ শক্তিতে এগোন ২৫২

চলুন শুরু করি

কল্পনা আসলে একধরনের কারখানা। এই কারখানায় বসেই মানুষ সব
কিছু বানায়—পরিকল্পনা, স্বপ্ন, ভবিষ্যৎ।
—নেপোলিয়ন হিল

এই বইটা লিখেছি খুব সাধারণ একটা কারণে। আপনি যেন আগের থেকে বেশি বিক্রি করতে পারেন, কম সময়ে। কিছু আইডিয়া আর টেকনিক দিব, যা সাথে সাথেই কাজে লাগাতে পারবেন। জাদুর মতো কিছু না, কিন্তু ঠিকঠাক ব্যবহার করলে কাজে দারুণ আসে।

আপনি নিজের কাজ থেকে, নিজের ভেতর থেকে, এমন কিছু বের করে আনতে পারবেন যা আগে হয়তো ভাবেননি। মাস দুই-তিনে আয় দ্বিগুণ—হয়তো তিনগুণ, এমনকি চারগুণও হতে পারে। অসম্ভব না।

এই বইটা আসলে আমার একটা অডিও প্রোগ্রামের লিখিত ভার্সন। নাম ছিল *The Psychology of Selling*। অনেক দেশেই সেটা দারুণভাবে কাজ করেছে—ষোলটা ভাষায় অনুবাদ হয়েছে, চব্বিশটা দেশে মানুষ এটা ব্যবহার করছে। সবচেয়ে বেশি বিক্রি হওয়া সেলস ট্রেনিং প্রোগ্রাম এটা।

কোটিপতি হতে চান?

এই প্রোগ্রামের একটা মজার ব্যাপার আছে। যারা পুরোটা মন দিয়ে শুনেছে আর প্রয়োগ করেছে, তাদের মধ্যে কোটিপতির সংখ্যা অন্য সব ট্রেনিংয়ের চেয়ে অনেক বেশি। এটা কোনো গুজব না, গবেষণায় প্রমাণিত।

আমি নিজে এই টেকনিকগুলো ব্যবহার করে সারা দুনিয়ায় কাজ করেছি। হাজার হাজার কোম্পানি, পাঁচ লাখেরও বেশি বিক্রেতা—সব পেশা, সব ইন্ডাস্ট্রির মানুষ। সবাইকে একটা জিনিসই শিখিয়েছি—যে বিক্রি

মানে শুধু জিনিস বিক্রি না, এটা একটা খেলা, আর আপনি যদি নিয়ম জানেন, জেতা খুব কঠিন না।

এই পদ্ধতিগুলো আসলেই কাজ করে। চোখ বন্ধ করে বিশ্বাস করবেন না, একটু চেষ্টা করে দেখুন।

আমার নিজের গল্প

আমি হাইস্কুলও শেষ করিনি। ক্লাসরুমের চেয়ে দুনিয়ার বড় ক্লাসটাই আমাকে টানতো বেশি। তাই ব্যাগ গুছিয়ে রওনা দিয়েছিলাম পৃথিবী দেখতে।

ভ্রমণ শুরু করার জন্য দরকার ছিল একটু পকেটভর্তি টাকা। কয়েক বছর খেটেছি—শরীর খাটা কাজ। তারপর একদিন চেপে বসি একটা নরওয়েজিয়ান মালবাহী জাহাজে। সেই জাহাজে করে পাড়ি দিই উত্তরের সমুদ্র, এরপর সাইকেল, বাস, ট্রাক, ট্রেন—যা পাই, তাই ধরে ঘুরে বেড়াই ইউরোপ, আফ্রিকা, শেষমেশ সুদূর পূর্বদেশে।

সব ঠিকঠাকই চলছিল, কিন্তু এক সময় কাজ মিলছিল না। পকেট ফাঁকা, মনও কেমন যেন। ঠিক তখনই জীবনের একটা 'বাধ্যতামূলক' সিদ্ধান্ত নেই—বিক্রির কাজ ধরি।

আজ ভাবলে হাসি পায়। জীবনের সবচেয়ে বড় সিদ্ধান্তগুলো কীভাবে নেই জানেন? রাতে হুট করে। তারপর সকালে ঘুম ভাঙে, সিদ্ধান্তটা মাথায় গাঁথা থাকে। ব্যস, শুরু হয়ে যায় এক নতুন অধ্যায়।

আমার ক্ষেত্রে সেটা ছিল সেলসের দুনিয়া।

শুরুর দিনগুলো

আমি চাকরি পেয়েছিলাম কমিশনের ভিত্তিতে। বেতন নেই, নিশ্চয়তা নেই। শুধু একটা মিষ্টি হাসি দিয়ে আমাকে বলা হয়েছিল: "এই যে আপনার ভিজিটিং কার্ড, এই পুস্তিকা নিন, আর ওই যে সামনে দরজা—চলে যান!"

এই ছিল আমার ট্রেনিং। তিন লাইনের এক কোর্স।

দিনে অফিসের দরজায় টোকা মারি, সন্ধ্যায় বাসার দরজায়। ‘হ্যালো, আমি একটা জিনিস দেখাতে এসেছি’—এই লাইনটা মুখস্ত হয়ে গিয়েছিল।

যিনি আমাকে নিয়েছিলেন, তিনি নিজেই তেমন বিক্রি করতে পারতেন না। কিন্তু দারুণ একটা থিওরি দিয়েছিলেন—"বিক্রি একটা সংখ্যার খেলা। যত বেশি মানুষের সঙ্গে কথা বলবে, ততই সম্ভাবনা বাড়বে। কেউ না কেউ কিনবেই।" এই পদ্ধতির নাম রেখেছিলাম 'দেয়ালে কাদা ছোড়া'। মানে, অনেকগুলো চেষ্টা করো, কিছু একটা ঠিকই লেগে যাবে।

ভাবলাম, যাক—করতে তো কিছু নেই, এটুকু অন্তত করা যায়।

এর মধ্যেই একদিন কেউ একজন বলল, “সংখ্যার খেলা না, এটা প্রত্যাখ্যানের খেলা।” মানে, যত বেশি না শুনতে পারবে, তত দ্রুত হ্যাঁ-টা পাবে।

আমি ওটাই ধরলাম। দিনভর ঘুরে ঘুরে না শুনি, আর ভাবি—এই তো, সফলতার কাছাকাছি চলে এসেছি।

বলা হয়েছিল, আমার 'ব্যর্থতার গল্পের উপহার' আছে। আমি সেটা গর্ব করে ব্যবহার করতাম। কারও চোখে আগ্রহ দেখলেই গলা চড়িয়ে বলতাম, “এই দেখুন...”

তবুও কিছু হচ্ছিল না। ক্রেতা পালায়, আমি দৌড়াই। বলি, বুঝি, ব্যর্থ হই। কিন্তু থেমে যাইনি।

জীবনের মোড় ঘোরানোর ঘটনা

ছয় মাস ধরে যুদ্ধ করলাম। যুদ্ধ বললাম, কারণ এটা সত্যিই ছিল বেঁচে থাকার লড়াই। এমনকি সেই ছোট গেস্টহাউজের সিঙ্গেল রুমেরও একটা অংশ ছেড়ে দিতে হয়েছিল কাউকে—ভাড়া দিতে পারছিলাম না।

এরপর একদিন একটা কাজ করলাম, যেটা আমার জীবনটাই উল্টে দিল।

আমি গেছি আমাদের অফিসের সবচেয়ে সফল ছেলেটার কাছে। বয়সে বেশি না—দুই-তিন বছরের বড় হবে। তাকে জিজ্ঞেস করলাম: "ভাই, আপনি এমন কী করেন, যেটা আমরা করি না?"

আমি তখন জান দিয়ে খেটে যাচ্ছিলাম। ভোর পাঁচটায় উঠে দিন শুরু করতাম। ছয়টায় প্রস্তুত হয়ে সাতটায় পার্কিং লটে হাজির—দেখি, কখন প্রথম সম্ভাব্য ক্রেতা আসে।

পুরো দিন শুধু দৌড়াদৌড়ি। অফিস থেকে অফিস, বাড়ি থেকে বাড়ি। সন্ধ্যায়ও থামতাম না। যেখানে বাসার জানালায় আলো জ্বলত, সেখানে গিয়ে টোকা দিতাম।

কিন্তু ওই ছেলেটার জীবন একেবারেই আলাদা। সে অফিসে ঢুকত প্রায় নয়টার সময়। কিছুক্ষণ পরই একজন সম্ভাব্য ক্রেতা আসত। তারা বসে আরাম করে গল্প করত, হালকা হাসাহাসি করত। কয়েক মিনিটের মাথায় লোকটা চেকবই বের করে আমাদের পণ্যের জন্য চেক লিখে দিত।

তারপর সে বেরিয়ে গিয়ে আরও কিছু বিক্রি করত। দুপুরে কারও সঙ্গে লাঞ্চ। বিকেলে আবার বিক্রি। সন্ধ্যায় ডিনার, হয়তো কারও সঙ্গে চুক্তিও।

দিন শেষে সে আমার চেয়ে পাঁচ-দশ গুণ বেশি বিক্রি করত।

কিন্তু ব্যাপারটা এমন না যে সে আমাদের মতো পরিশ্রম করত। সে পরিশ্রম করত, ঠিকই, তবে অন্যভাবে। বুঝলাম—এই খেলাটা শুধু দৌড়ানোর না। এটা বোঝার খেলা। কে কী করছে, আর কেন করছে।

প্রশিক্ষণই পার্থক্য গড়ে দেয়

সে ছেলেটা, যে আমার চেয়ে কম সময় কাজ করেও পাঁচ-দশগুণ বেশি বিক্রি করছিল, একদিন আস্তে করে বলল, "আমি আগে ফরচুন ৫০০ কোম্পানিতে ছিলাম।"

আমি তাকিয়ে থাকলাম। "ওই যে, বড় কোম্পানি, নাম শুনেছ নিশ্চয়ই।"

ওখানে তাকে ষোলো মাস ধরে কড়া ট্রেনিং দেওয়া হয়েছিল—পেশাদার সেলস নিয়ে। একটা এক্সপার্ট বানিয়ে ছাড়ে ওরা। সে বলল, এই স্কিল একবার আয়ত্তে এলে তুমি যেকোনো পণ্য, যেকোনো জায়গায়, যেকোনো মানুষকে বিক্রি করতে পারো।

তখনই আমার মাথায় আলোর ঝলকানি—এই মানুষটা জানে সে কী করছে, আর আমি শুধু জানি কীভাবে দৌড়াতে হয়।

আমি জিজ্ঞেস করলাম, "তুমি আলাদা কী করো?"

সে হেসে বলল, "তোমার সেলস প্রেজেন্টেশন আমাকে দেখাও। আমি বলি কীভাবে উন্নতি করা যায়।"

সেদিন বুঝলাম আমার জীবনের আরেকটা বড় সমস্যা—‘সেলস প্রেজেন্টেশন’ বলে কিছু যে আছে, সেটাই আমি জানতাম না। শোনা ছিল, দেখা ছিল না।

আমি তখন ঘাবড়ে বললাম, “তুমি আগে দেখাও তোমারটা। তারপর আমি দেখাবো আমারটা।”

সে একটুও বিরক্ত হলো না। বরং ধৈর্য ধরে বলল, “ঠিক আছে, দেখো। এটা হলো শুরু থেকে শেষ পর্যন্ত একটা স্ট্যান্ডার্ড সেলস প্রেজেন্টেশন।”

সে শুরু করল। ধাপে ধাপে দেখাল কীভাবে কথা বলতে হয়, কীভাবে প্রশ্ন করতে হয়। সে কোনো চটকদার কথা বলল না, কোনো অভিনয় করল না। শুধু কিছু সোজাসাপ্টা প্রশ্ন করল—একটা থেকে আরেকটা, যেন সিঁড়ি বেয়ে উপরে উঠছে।

প্রশ্নগুলো এমনভাবে সাজানো ছিল, যেন সম্ভাব্য ক্রেতা নিজেই বুঝে যায়—এই পণ্য তার দরকার। একদম শেষ প্রশ্নটা ছিল শুধু নিশ্চিত করার মতো, “তাহলে আপনি কী রঙটা নেবেন?”

এই একটা ব্যাপার আমার মাথায় বিস্ফোরণ ঘটিয়ে দিল।

এইবার সত্যি কাজে নামলাম

আমি কলম ধরলাম। পুরো প্রেজেন্টেশনটা লিখে ফেললাম। নতুনভাবে, গোছানোভাবে।

তারপর আবার পথে নামলাম—ক্রেতার দরজায় দরজায়। তবে এবার আগের মতো ‘বক্তা’ হয়ে না। বরং ‘শ্রোতা’ হয়ে।

আমি আর বলতাম না, “আমাদের পণ্য এত ভালো, এত সুবিধা...” আমি জিজ্ঞেস করতাম, “আপনার সমস্যা কী?” “কীভাবে আমি সাহায্য করতে পারি?”

এভাবে প্রশ্ন করতে করতে একদিন বুঝলাম—আমি যত কম বলি, ক্রেতা তত বেশি বিশ্বাস করে। ফলাফল? বিক্রি বাড়তে শুরু করল।

এরপর একদিন জানতে পারলাম, দুনিয়ার সেরা কিছু সেলস এক্সপার্ট বই লিখেছে। আমি তো জানতামই না এমন কিছু আছে!

যা পাই, পড়ি। সকালে দুই ঘণ্টা শুধু পড়া আর নোট নেওয়া—এই রুটিনে ঢুকে গেলাম।

তারপর একদিন কানে আসল অডিও ট্রেনিংয়ের কথা। জীবনটা তখনই বদলাতে শুরু করল।

সকালে অফিস যেতে যেতে শুনি, ফিরে আসার সময় আবার শুনি। শুধু শুনি না—বুকের মধ্যে গেঁথে রাখি। এমনকি ঘুমে মুখ দিয়ে বের হয়ে যায়, "ক্রেতাকে প্রথমে বুঝো, তারপর বলো।"

আরও বিক্রি বাড়ে।

তারপর একদিন গিয়ে হাজির হই এক সেলস সেমিনারে। আমি সত্যি ভাবছিলাম—আমি মারা গেছি, স্বর্গে চলে এসেছি।

যা শিখছি, তার পরিমাণে আমি অভিভূত। এত কিছু জানার ছিল, আমি কিছুই জানতাম না!

এরপর ঠিক করলাম, যত দূরেই হোক, যত খরচই হোক, প্রতিটা সেমিনারে যাব। আর তারপর থেকে—হ্যাঁ, তখন থেকেই—বিক্রি শুধু বাড়তে থাকল।

এইবার আমি ম্যানেজার

এক সময় আমার বিক্রি এত বেড়ে গেল যে কোম্পানি আর বসে থাকতে পারল না। একদিন অফিসে ডেকে বলল, "তোমাকে ম্যানেজার বানাচ্ছি। এখন থেকে লোক খুঁজে বের করো, আর তাদের শেখাও—তোমার মতো কীভাবে বিক্রি করতে হয়।"

আমি ভেবেছিলাম, 'এ আবার কী কাজ!'

তারপর রাস্তায় রাস্তায় খুঁজতে লাগলাম। সংবাদপত্রে বিজ্ঞাপন দিলাম—"বিক্রি শিখতে চাও?"

অনেকে এল। কেউ পকেট ফাঁকা নিয়ে, কেউ শুধু একটা সুযোগের আশায়।

আমি তাদের আমার পদ্ধতিটা দেখালাম। বললাম, "এইভাবে প্রশ্ন করো, এইভাবে বোঝো লোকটাকে, তারপর বলো তুমি কী অফার দিচ্ছো।"

লোকগুলো বুঝে ফেলল ব্যাপারটা। আর বুঝেই শুরু করল বিক্রি।

আজ, ওদের অনেকেই লাখপতি। কেউ কেউ কোটিপতিও। ভেবে ভালো লাগে—একটা সময় ওরা ছিল রাস্তার লোক, এখন ওরা রোল মডেল।

আর আমি? আমি শুধু তাদের পথটা দেখিয়েছিলাম।

সেরা হওয়ার খুব সহজ একটা নিয়ম আছে

আমার জীবন বদলে দিয়েছিল একটা ছোট্ট কিন্তু বিশাল শক্তিশালী ধারণা—

কার্য-কারণের নিয়ম।

এই নিয়ম বলে, "প্রতিটা ঘটনার একটা কারণ থাকে।"

সাফল্য হঠাৎ করে আসে না, যেমন ব্যর্থতাও আসে না। সবকিছুর পেছনে কিছু একটা থাকে।

যদি কেউ সফল হয়, তাহলে নিশ্চয়ই সে কিছু একটা ঠিকঠাক করেছে। আর যদি আপনি সেই কাজগুলো একদম একইভাবে বারবার করেন, তাহলে একদিন না একদিন, আপনিও একই ফলাফল পাবেন।

এটা কোনো মোটিভেশনাল বক্তৃতা না। এটা বাস্তব।

ভেবে দেখুন—আজ যারা সেলসের সেরা দশ শতাংশে, ওরাও একসময় নিচে থেকেই শুরু করেছিল।

সবাই শুরু করে লাইনের পেছন থেকে।

তারা শুধু একটা কাজ করেছে—শেখা।

শেখেছে, কীভাবে অন্য সেরা লোকেরা সফল হচ্ছে। তারপর সেটা করেছে। বারবার করেছে। থামেনি।

আর আপনি? আপনিও পারবেন। যদি চান, তাহলে পারবেনই।

তথ্য জানলেই হবে না, ব্যবহার করতে হবে।

আমি প্রায়ই মজা করে আমার সেলস শ্রোতাদের জিজ্ঞেস করি,

“আমেরিকার সবচেয়ে জনপ্রিয় হোম এক্সারসাইজ মেশিন কী?”

তারা ভাবে, একটু থামে। তারপর আমি নিজেই বলি—

ট্রেডমিল।

এতটাই জনপ্রিয় যে প্রতি বছর এক বিলিয়ন ডলারের বেশি বিক্রি হয়।

তারপর আমি আরেকটা প্রশ্ন করি,

“ট্রেডমিল যদি বাড়ি নিয়ে যান, তাহলে আপনি আসলে কতোটা লাভ করবেন?”

উত্তর একটাই—আপনি কতবার আর কীভাবে সেটা ব্যবহার করেন, সেটার উপর সবকিছু নির্ভর করে।

এই বইও তাই।

এই বইয়ের কৌশলগুলো, টেকনিকগুলো—সবকিছু ট্রেডমিলের মতো।

এইগুলো অলরেডি প্রমাণিত।

বিশ্বজুড়ে সবচেয়ে সফল বিক্রেতারা এগুলো ব্যবহার করে।

আপনি যদি সেগুলো নিয়মিত ব্যবহার করেন, অনুশীলন করেন, তাহলে সাফল্য ঠেকিয়ে কেউ রাখতে পারবে না।

আপনি পৌঁছে যাবেন আপনার পেশার সেরা দশ শতাংশের মধ্যে।

হয়তো একদিন, আপনার নামও থাকবে বিশ্বের সবচেয়ে বেশি আয় করা পেশাজীবীদের তালিকায়।

শুনে ভালো লাগছে?

তাহলে শুরু করি।

“মানুষ যা ভাবতে পারে, তা অর্জনও করতে পারে।”
—নেপোলিয়ন হিল

দ্য ইনার গেইম অব সেলিং

“আপনি যা চান, সেটা আগে কল্পনা করুন। চোখের সামনে এনে দেখুন। সেটাকে অনুভব করুন, বিশ্বাস করুন। মাথায় একটা নীলনকশা তৈরি করুন। তারপর শুরু করুন।”

—রবার্ট কলিয়ার

এই কথা আমি প্রথম যখন শুনি, তখন মনে হয়েছিল একটু সিনেমার ডায়ালগের মতো। কিন্তু পরে বুঝেছি, ব্যাপারটা খুবই বাস্তব। আপনি যেটা পরিষ্কারভাবে মনে দেখতে পারেন, সেটা বাস্তবে আনার পথও খুঁজে পাবেন।

আর যদি আপনি বিক্রেতা হন, তাহলে তো কথাই নেই—আপনি এই প্রক্রিয়ার একেবারে মাঝখানে আছেন।

একটা গুরুত্বপূর্ণ কথা বলি—বিক্রি না হলে, কিছুই হয় না।

হ্যাঁ, ঠিক শুনেছেন। কিছুই না।

আপনি যত চমৎকার পণ্য তৈরি করেন না কেন, যত সুন্দর পরিকল্পনা করেন না কেন—কেউ যদি তা না কেনে, সবই শূন্য।

এই কারণে বিক্রেতারা আমাদের সমাজের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ মানুষদের একজন।

আমাদের সমাজ যেটুকু চলাফেরা করে, যেটুকু ঘোরে, বাঁচে—সবকিছুর পিছনে ব্যবসা আছে।

আর ব্যবসার পেছনে আছে বিক্রয়।

ব্যবসা পণ্য বানায়, পরিষেবা দেয়, আয় করে, আয় থেকে সবার বেতন দেয়।

যে শহরেই যান, যে দেশেই যান—সেখানকার মানুষের জীবনযাত্রার মান বোঝা যায় ওই জায়গার ব্যবসা কেমন করছে, সেটা দেখেই।

এভাবে দেখলে, আপনি যদি বিক্রেতা হন, আপনি শুধু একটা পণ্য বিক্রি করছেন না—আপনি আসলে একটা সমাজ চালিয়ে নিচ্ছেন।

চিন্তা করে দেখুন, ব্যাপারটা কত বড়।

আপনি অনেক বেশি গুরুত্বপূর্ণ, যতটা ভাবেন তার চেয়েও বেশি

বিক্রেতারা আসলে একটা কোম্পানির হার্টবিট। তারা না থাকলে, সবচেয়ে বড়, সবচেয়ে আধুনিক কোম্পানিটাও ধপাস করে পড়ে যাবে।

বিক্রয় আসলে ব্যবসার ইঞ্জিনে স্পার্ক প্লাগের মতো—ওটা না থাকলে কিছুই চলে না।

একটা দেশের উন্নতি কেমন হবে, সেটা বোঝা যায় তার সেলস টিমগুলো কেমন করছে, সেটা দেখে।

যেখানে বিক্রি বেশি, সেখানে শিল্প বাঁচে। টাকা আসে। কর্মসংস্থান হয়। অর্থনীতি হাসে।

বিক্রেতারা শুধু পণ্য বিক্রি করেন না।

তারা স্কুল চালায়, হাসপাতাল টিকিয়ে রাখে, লাইব্রেরি তৈরি করে, পার্কে শিশুরা খেলুক সে ব্যবস্থা করেন।

হ্যাঁ, সরাসরি না হলেও—বিক্রির টাকায় হয় সবকিছু।

বিক্রির উপর দাঁড়িয়ে থাকে সমাজ।

বিক্রেতাদের ঘামের টাকায় আসে আয়কর, যার একটা অংশ যায় সবার জন্য কল্যাণে—স্বাস্থ্যসেবা, বেকার ভাতা, সামাজিক নিরাপত্তা।

তাই যদি আপনি বিক্রেতা হয়ে থাকেন, নিজেকে ছোট ভাবার কিছু নেই।

আপনি একটা বড় কিছুতে অবদান রাখছেন—আমাদের জীবনযাত্রার মানে, সমাজের গতিতে, দেশের ভবিষ্যতে। আপনি অপরিহার্য।

পাল্টে দেওয়ার ক্ষমতা সেলসের লোকদের হাতেই

প্রেসিডেন্ট ক্যালভিন কুলিজ একবার বলেছিলেন, "আমেরিকার আসল কাজ হলো—ব্যবসা।"

এই কথা শুনে কেউ কেউ হয়তো হাসবে, কিন্তু এটা পুরোপুরি সত্যি। আপনি যদি ওয়াল স্ট্রিট জার্নাল, ইনভেস্টর'স বিজনেস ডেইলি, ফোর্বস, ফরচুন, বিজনেস উইক বা যেকোনো বড় বিজনেস ম্যাগাজিনের পাতা উল্টান, দেখবেন একটা শব্দ ঘুরে ফিরে আসে—বিক্রি।

স্টক মার্কেট থেকে শুরু করে পণ্যের দাম, সুদের হার থেকে শুরু করে দেশের অর্থনীতির গতি—সবকিছুর পেছনে বিক্রয়ের ভূমিকা আছে। আপনি যদি একজন পেশাদার বিক্রেতা হন, তাহলে জেনে রাখুন—আপনি একজন 'চেঞ্জ মেকার'। আপনি আসলে সমাজে পরিবর্তন আনার লোক।

তবে প্রশ্ন একটাই—আপনি কত ভালো বিক্রি করতে পারেন?

অনেক বছর ধরে, বিক্রয়কে একটু নিচু চোখে দেখা হতো। অনেকে পরিচিতদের বলতেই লজ্জা পেত, "আমি সেলস করি।"

বিক্রেতা মানেই যেন ঘাড়ে ব্যাগ ঝুলিয়ে দরজায় টোকা মারার লোক—এমন একটা ধারণা গেঁথে গিয়েছিল সমাজে।

একবার এক সাংবাদিক এক ফরচুন ৫০০ কোম্পানির প্রেসিডেন্টকে জিজ্ঞেস করলেন, "আপনাদের কোম্পানিতে সেলস কী অবস্থানে?"

প্রেসিডেন্ট হালকা হাসলেন, বললেন—"সেলস? ওটা তো আমাদের ব্যবসার একটা অদ্ভুত দিক।"

অদ্ভুত?

যা ছাড়া কোম্পানি চলে না, সমাজ চলে না, দেশের অর্থনীতি হাঁটতে শেখে না—সেই জিনিসকে "অদ্ভুত" বলা হয় কেবল তখনই, যখন তার গুরুত্ব বোঝা হয়নি।

তাই যদি আপনি সেলস করেন, মাথা নিচু করে নয়—মাথা তুলে চলুন। আপনি শুধু পণ্য বিক্রি করছেন না, আপনি দুনিয়ায় বদল আনার কাজ করছেন।

সেরা কোম্পানিতে সেরা বিক্রেতারাই থাকে

আগে বিক্রয়ের পেশা একটু কোণঠাসা ছিল। এখন কিন্তু সেই দিন পাল্টে যাচ্ছে।

আজকের দিনে—সেরা কোম্পানিগুলোর ভেতরে থাকে সেরা বিক্রেতারা। দ্বিতীয় সারির কোম্পানিতে থাকে দ্বিতীয় সারির বিক্রেতা। আর তৃতীয় সারির কোম্পানিগুলো? তারা বাজার থেকে গায়েব হয়ে যাচ্ছে। সোজা হিসাব। আপনি বিক্রি জানেন মানে আপনি ব্যবসা বাঁচাতে জানেন।

আজ দুনিয়ার যত সফল প্রতিষ্ঠান আছে, সবগুলোই বিক্রয়ে এক্সপার্ট। আর একটা দারুণ খবর—শত শত বিশ্ববিদ্যালয় এখন পেশাদার বিক্রয় প্রশিক্ষণ দিচ্ছে। যেটা আগে কল্পনাও করা যেত না।

অনেক তরুণ এখন কলেজ শেষ করেই বড় কোম্পানির বিক্রয় পদের খোঁজ করছে। আগে যেখানে সবাই চাইত মার্কেটিং, ফাইন্যান্স বা অপারেশন—এখন চাইছে সেলস। কারণ তারা জানে, এই পথেই উপরে ওঠা যায়।

ফরচুন ৫০০ কোম্পানির অনেক CEO এখন আসছেন বিক্রয় পেশা থেকে। কারণ তাঁরা জানেন, যে জানে কীভাবে মানুষকে বোঝাতে হয়, সে জানে কীভাবে কোম্পানি চালাতে হয়।

আমেরিকার অন্যতম শক্তিশালী ব্যবসায়ী কার্লি ফিওরেনা—স্ট্যানফোর্ড থেকে মধ্যযুগীয় ইতিহাসে ডিগ্রি নিয়ে চাকরি শুরু করেছিলেন AT&T-তে, সেলস ডিপার্টমেন্টে।

তারপর একসময় পৌঁছে যান হিউলেট প্যাকার্ডের CEO পদে। আরেকজন, জেরক্সের প্রেসিডেন্ট প্যাট মুলকাহি—তিনিও শুরু করেছিলেন বিক্রয় থেকে।

এখন পৃথিবীর অনেক বড় বড় কোম্পানিই চলছে প্রাক্তন বিক্রেতাদের নেতৃত্বে। তারা জানে—এই খেলাটা কে কীভাবে খেলছে, তার ওপরই ভবিষ্যৎ দাঁড়িয়ে থাকে।

উচ্চ আয় আর নিশ্চিন্ত ভবিষ্যৎ—এটাই সেলস

আপনি যদি একজন বিক্রয় পেশাজীবী হন, তাহলে গর্ব করার মতো যথেষ্ট কারণ আছে আপনার। কারণ আপনার বিক্রয় ক্ষমতা শুধু আপনাকে ভালো আয়ই এনে দিতে পারে না, দিতে পারে আজীবন নিরাপত্তাও।

অর্থনীতির যতই হাল বদলাক না কেন, একটা জিনিস কখনও বদলায় না— সেরা বিক্রেতাদের প্রয়োজন সবসময়ই থাকবে। বাজারে কোম্পানি উঠে, নামে। শিল্প বদলায়। কিন্তু যিনি বিক্রি জানেন—তিনি কোথাও না কোথাও নিজের জায়গা ঠিক খুঁজে নেন। একজন ভালো বিক্রেতা কখনোই বেকার থাকে না।

আপনি যদি সেলসে সত্যিকারের দক্ষ হন, তাহলে যেকোনো আর্থিক লক্ষ্য—ছোট হোক বা বড়—নিজেই অর্জন করতে পারবেন।

আপই কি জানেন, আমেরিকায় স্ব-নির্মিত কোটিপতিদের ৭৪ শতাংশই উদ্যোক্তা? তারা এমন একটা পণ্য বা সেবা খুঁজে পায়, যা অন্যরা দিতে পারে না। আর তারপর নিজের ব্যবসা শুরু করে। এদের সফলতার পেছনে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ স্কিল?

বিক্রয়।

অ্যাকাউন্টিং, লিগ্যাল, টেকনিক্যাল—সবই শেখা যায় বা কাউকে দিয়ে করানো যায়। কিন্তু বিক্রি? যদি সেটাই না পারেন, তাহলে ব্যবসাই দাঁড়াবে না।

আর ৫% কোটিপতি—ওরা সেলস পেশাতেই থেকেছে আজীবন। অন্য কারও কোম্পানিতে কাজ করেই উঠে গেছে সেরা আয়কারীদের তালিকায়।

আজকের দিনে, একজন ভালো বিক্রেতা ডাক্তার, আইনজীবী, এমনকি পিএইচডিধারীদের থেকেও বেশি আয় করে—এটাই বাস্তবতা।

বিক্রয় পেশা লাভজনক। এখানে আয়ের কোনো ছাদ নেই। আপনি যদি ঠিকমতো শিখেন, সঠিক জিনিস সঠিক বাজারে বিক্রি করেন—তাহলে কত টাকা আপনি আয় করবেন, সেটা আপনি ছাড়া কেউ ঠিক করতে পারবে না।

সেলস এমন একটা জায়গা, যেখানে আপনি ছোট একটা শুরু করতে পারেন—প্রথমে হয়তো কিছুই জানতেন না, পকেট ফাঁকা ছিল। কিন্তু মাত্র তিন থেকে বারো মাসের মধ্যেই আপনি এমন একটা জীবন গড়তে পারেন, যেটা আগে কল্পনাও করেননি।

৮০/২০— খেলার আসল নিয়ম

বিক্রি শুরু করার শুরুর দিকে, একদিন একজন আমাকে বলল—"শুনছো, একটা নিয়ম আছে, নাম প্যারেটো নীতি। এটাকে বলে ৮০/২০ নিয়ম।"

আমি বললাম, "মানে?"

সে হেসে বলল, "মানে হলো, শীর্ষ ২০ শতাংশ বিক্রেতা আয় করে ৮০ শতাংশ টাকা। আর বাকি ৮০ শতাংশ লোক ভাগে পায় মাত্র ২০ শতাংশ।"

বাহ!

আমি তখনো অনেক ছোট। কিন্তু ওই একটা বাক্য আমার চোখ খুলে দিয়েছিল। ঠিক সেদিনই আমি মনে মনে ঠিক করেছিলাম—আমি ওই ২০ শতাংশের দলে থাকব। পরে বুঝলাম, এটা শুধু একটা ভালো সিদ্ধান্ত না, এটাই ছিল আমার জীবনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ টার্নিং পয়েন্ট।

ভাবুন তো, একদল মানুষ আছে যারা পুরো টাকার ৮০ শতাংশ কামিয়ে নিচ্ছে! আর বাকি বিশাল দল কেবল ২০ শতাংশের জন্য দৌড়াচ্ছে! তাই যদি আপনি বিক্রয়ে আছেন, আপনার লক্ষ্য হওয়া উচিত—এই শীর্ষ ২০ শতাংশের ভেতরে ঢুকে পড়া।

আর শুধু এখানেই শেষ নয়। এই নিয়ম আবার ওই ২০ শতাংশের মধ্যেও কাজ করে। মানে, ২০ শতাংশের ভেতরের ২০ শতাংশ—মানে একদম ওপরের ৪ শতাংশ— ওরাই আবার মোট আয়য়ের ৮০ শতাংশ করে।

মানে এক কথায়, প্রতিটি বড় সেলস টিমে ১০০ জন থাকলে, তার মধ্যে মাত্র চার-পাঁচজন লোক থাকে, যারা এত বেশি বিক্রি করে যে বাকি ৯৫ জন মিলে যা করে, তার সমান!

এটা জানার পর আপনার মাথা ঘুরে যেতে পারে, কিন্তু যদি আপনি ঠিক করেন—“আমি ওই চারজনের একজন হবো”, তাহলে খেলার দিকটাই ঘুরে যাবে।

টাকা নিয়ে মাথা ঘামাতে হবে না

শীর্ষ ২০ শতাংশে যাবেন কেন? আরও ভালো করে বলি—শীর্ষ ৪ শতাংশে উঠার জন্য কেন চেষ্টা করবেন?

কারণ একটা জায়গা আছে যেখানে পৌঁছালে টাকা নিয়ে আর কখনো চিন্তা করতে হয় না। চাকরি থাকবে কি না, বস রাগ করবে কি না, এই মাসে কত আয় হবে—এই চিন্তাগুলো মাথা থেকে মুছে যাবে।

শীর্ষ ২০ শতাংশের ভেতরে যারা আছে, তারা শুধু সফল না—তারা আমাদের সমাজের সবচেয়ে নির্ভার, সবচেয়ে সুখী মানুষ। কিন্তু যারা এখনো নিচের ৮০ শতাংশে, তাদের গল্পটা আলাদা।

তারা সকাল বেলা ঘুম থেকে উঠে ভাবে, "এই মাসটা আবার কীভাবে চলবে?" দুপুরে ভাবে, "এই জিনিসটা দরকার ছিল, কিন্তু এখন

কেনা যাবে না।" রাতে বাসায় ফিরে এসব নিয়ে কথা কাটাকাটি হয়— কে কত খরচ করলো, কে বাঁচালো না।

এই টাকার দুশ্চিন্তা একটানা মাথায় ঘুরতে থাকে। এটা কোনো জীবন না। ভাবুন তো, আমরা ইতিহাসের সবচেয়ে ধনী সময়ে বেঁচে আছি।

তবু বেশিরভাগ মানুষ সময় কাটায় টাকা নিয়ে দুশ্চিন্তায়। এটা থামানোর উপায় আছে। আপনি যদি ঠিক করেন—"আমি সেরা হবো," তাহলে এই চিন্তা থেকে মুক্তি পাওয়ার পথ একেবারে খোলা।

সেরা যারা, তারা সত্যিই অনেক আয় করে

একটা কথা শুনে আমি থমকে গেছিলাম—শীর্ষ ২০ শতাংশ বিক্রেতা, নিচের ৮০ শতাংশের চেয়ে গড়ে ১৬ গুণ বেশি আয় করে।

ভেবে দেখেন, একজনে যা আয় করে মাসে, আরেকজন সেটা দিনে করে ফেলে। আর ওই শীর্ষ ২০-এর মধ্যে যারা শীর্ষ ৪ শতাংশে আছে? তারা আবার নিচের ২০ শতাংশের চেয়ে ১৬ গুণ বেশি! অবিশ্বাস্য শোনালেও এটা সত্যি।

এটা কেবল 'ভালো কাজ করলে ভালো আয় হবে' ধরনের কথা না—এটা বাস্তব হিসাব।

একটা বড় বীমা কোম্পানি কয়েক হাজার এজেন্ট নিয়ে এই ৮০/২০ নিয়মটা যাচাই করেছিল। ওরা যা দেখল, তাতে নিজেরাই চমকে গিয়েছিল। একেকজন এজেন্ট ছিল, যে একাই ২০-৩০ জন দক্ষ, প্রশিক্ষিত সেলসম্যানের সমান বিক্রি করছিল।

একই শহরে, একই অফিসে, একই দামে, একই প্রতিযোগিতায়। মানে কী? মানে—সাফল্য কেবল পরিস্থিতির উপর নির্ভর করে না, এটা নির্ভর করে আপনি কেমন খেলোয়াড়।

এক বছর আমি দুইটা ভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির সেরা দলগুলোর সঙ্গে কথা বলেছিলাম। সবাই শুরু করেছিল রাস্তা থেকে, খবরের কাগজে চোখ রেখে ক্লায়েন্ট খুঁজে। সবাই ছিল কমিশনের ওপর নির্ভরশীল, একবারে একটার বেশি বিক্রি হতো না। কিন্তু ওই দলের লোকগুলো বছরে ৮৩৩,০০০ আর ৮৫০,০০০ ডলার করে আয় করছিল।

আর ওই দলে কিছু লোক? ওরা বছরে কয়েক মিলিয়ন ডলার আয় করছিল, শুধু বিক্রি করে। বেতন না—সরাসরি কমিশনে!

তাই লক্ষ্য কী হওয়া উচিত? প্রথমে শীর্ষ ২০ শতাংশে ঢোকা। তারপর ১০ শতাংশ, ৫ শতাংশ... তারপর সেই একেবারে ওপরে থাকা ৪ শতাংশে।

এই বইয়ের মূল উদ্দেশ্যই আপনাকে ওই জায়গায় পৌঁছাতে সাহায্য করা। এটা শুধু পণ্যের বিক্রির কথা না, এটা এমন একটা স্কিল শেখার কথা যা আপনাকে নিয়ে যেতে পারে যেখানেই আপনি যেতে চান।

লক্ষ্য একটাই—আপনাকে আপনার ইন্ডাস্ট্রির সবচেয়ে বেশি আয় করা মানুষদের একজন বানানো।

জেতার পদ্ধতি খুব আলাদা কিছু না

যদি একেকটা ইন্ডাস্ট্রির শীর্ষ ২০ শতাংশ বিক্রেতা ৮০ শতাংশ আয় করে—আর সেরা ২০ শতাংশ কোম্পানি ৮০ শতাংশ মুনাফা তুলে নেয়—তাহলে একটা প্রশ্ন উঠে আসবেই। ওদের মধ্যে আসল পার্থক্যটা কোথায়?

উত্তরটা সহজ—ওরা একটা "বিজয়ী সুবিধা" তৈরি করেছে। এই 'বিজয়ী সুবিধা' ব্যাপারটা একবিংশ শতাব্দীর সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ম্যানেজমেন্ট আর সেলস আইডিয়াগুলোর মধ্যে একটা।

এটার মানে কি?

ছোট একটা পার্থক্য—ধারাবাহিক হলে—বড় ফল আনে।

সবচেয়ে ভালো পারফর্মার আর মাঝামাঝি পারফর্মারদের মধ্যে আসলে কোনো বিশাল প্রতিভার ফারাক নেই। তারা একেকজন অ্যালবার্ট আইনস্টাইন না। তারা শুধু কিছু জিনিস, **একটু ভালোভাবে, নিয়মিত করে।**

এখানেই খেলাটা। একটা ছোট অভ্যাস, একটা বাড়তি প্রশ্ন, একটা বাড়তি শ্রদ্ধাশীল ভঙ্গি—এই ছোট ছোট পার্থক্যগুলো দিনের শেষে বিশাল ব্যবধান তৈরি করে।

তাই যদি জিততে চান, একবারে সব পাল্টানোর দরকার নেই।

শুরু করুন ছোট কিছু দিয়ে—আর সেটা বারবার করুন, যতক্ষণ না সেটা আপনার 'বিজয়ী সুবিধা' হয়ে দাঁড়ায়।