Gintaras Ignatavičius

ISTORIJŲ PARDAVĖJAS ŽALIU KOSTIUMU

Kaip *storysellingas* padeda surasti kelią į žmonių širdis

Gintaras Ignatavičius

ISTORIJŲ PARDAVĖJAS ŽALIU KOSTIUMU

Kaip *storysellingas* padeda surasti kelią į žmonių širdis

VILNIUS, 2025

Bibliografinė informacija
pateikiama Lietuvos integralios bibliotekų
informacinės sistemos (LIBIS) portale *ibiblioteka.lt*

Knygą rekomenduoja
Lietuvos pardavimų asociacija (LiPA)

LIETUVOS
PARDAVIMŲ
ASOCIACIJA

© Gintaras Ignatavičius, 2025
© Viršelio dizainas, Lina Kaselytė Ivanovienė, 2025
© Viršelio nuotrauka, Jurgita Kunigiškytė, 2025
© Iliustracijos, Dominykas Jankus, 2025
© Leidykla VAGA, 2025

ISBN 978-5-415-02853-5

Šią knygą skiriu savo mamos

Vitalijos Ignatavičienės (Labutytės) (1958–2020),

kuri man leido gyventi, atminimui.

Pats tikriausias ryšys – tai ryšys su mama.

Jis nenutrūksta net jai ir išėjus.

ĮSIMINTINIAUSIAS MAMOS (PA)LINKĖJIMAS „NUSIŠYPSOK SAU“

1985 M. RUGSĖJO RYTAS

Išlydėdama mane į mokyklą, pirštų galiukais mama timptelėjo mano skruostus ir tarė:

– Nusišypsok!

– Gerai, – linktelėjau galvą.

– Nusišypsok, – ragino mama, – plačiai nusišypsok sau!

Tąryt šyptelėjau sau tik lūpų kampučiais.

– Šypsena daro stebuklus, – pridūrė ji.

Ir dar spėjau išgirsti, kaip ji prie kiemo vartelių man įkandin šūktelėjo:

– Besišypsantiems žmonėms labiau sekasi!

Tąryt įprastą beveik dviejų kilometrų kelią į mokyklą pėsčiomis ėjau kažkaip labai ilgai... Ėjau ir septynmečio mąstymu ieškojau atsakymų, kam, kaip, beje, ir kodėl reikia šypsotis sau. Mano mama, kiek ją prisimenu, visuomet buvo pozityvi savo vidumi. Ji buvo teisi. Besišypsantiems žmonėms išties labiau sekasi. Man reikėjo laiko tai suprasti... Beje, šiandien ir aš tai kartoju savo vaikams.

Pradėkite savo dieną nuo šypsenos! Nusišypsokite sau. Nusišypsokite klientui.

Beje, ar kada pagalvojote, kiek kainuoja Jūsų šypsena pardavimų srityje?

Mano mama buvo buhalterė. Aš daug ko išmokau iš jos. Smalsiai stebėdavau, kaip ji skaičiuoja mediniais skaitliukais. Vėliau teko smagiai spaudalioti tokios masyvios elektrinės skaičiavimo mašinėlės mygtukus ir matyti žalius skaičiukus ekrane. Ji man daug pasakojo apie skaičius. Juk buhalterijoje geriausiai ir „žinomi“ skaičiai, t. y. tai, kaip mums sekasi pardavimų srityje. Širdimi jaučiu, kad ji ten, iš tų geresnių pasaulių, didžiuojasi tuo, ką darau.

Žmonės iš Jūsų pirks tik tada, kai papasakosite jiems ką nors vertingo.

GINTARAS IGNATAVIČIUS

ESU TAM, KAD...

Kai į mane žmonės kreipiasi ne mano vardu (Ignai), aš (su) reaguoju. Kai mane pavadina Hariu Poteriu – nebepykstu. Šypsausi širdimi, kai mane pristato kaip pardavėją žaliu kostiumu. Regis, ši mano asmeninė istorija pamažu tampa manąja legenda, kurią žmonės tikrai prisimins, nors ir pamirš mano tikrąjį vardą...

Aš esu istorijų pardavėjas. Istorijų pardavėjas žaliu kostiumu.

Negaliu įsivaizduoti pardavimų be pardavėjų istorijų.

Ir esu tam, kad besišypsančia širdimi padėčiau Jums atrasti parduodančių istorijų (angl. *storyselling*) galią ir įgalinčiau Jus lengviau parduoti savo kuriamą vertę pasitelkiant istorijas.

Aš įsivaizduoju pasaulį, kuriame kiekvienas žmogus gali kurti ir pasakoti parduodančias istorijas. Verta prisiminti, kad būtent istorijos ir yra tai, kas įkvepia žmones „tiksėti".

Jei gali papasakoti, gali ir parduoti.

Linkiu šioje knygoje patirti parduodančių istorijų (angl. *storyselling*) stebuklą.

Gintaras Ignatavičius,
„Storysellingo" pradininkas Lietuvoje,
gintarasignatavicius.lt

TIK NESKAITYKITE ŠIO PUSLAPIO

Žmonėms neįdomu klausytis istorijų apie Tavo sėkmę, jie pirmiausia nori žinoti, kad Tau suprantamos jų nesėkmės.

•

Ir šioje knygoje aš pasakoju ne apie savo sėkmę, o apie didžiausius patirtus pardavimų iššūkius ir sunkumus, kuriuos man teko įveikti, kad tapčiau kitokiu pardavėju, – kliento vertės bendrakūrėju.

•

Kaip ir visos istorijos, jos nuo kažko prasideda.
Pirmuosius „pardavėjo batus“ pasimatavau
Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo laikais.
Savamokslis kramtomosios gumos
ir saldainių pardavėjas (1990 m.).
Kokie buvo Tavo pirmieji žingsniai pardavimuose?

•

Kelias į didžiuosius pardavimus.
„Kliento krikštas“ (2002 m.).
„Žalias“ verslo klientų vadybininkas žaliu kostiumu
telekomunikacijų bendrovėje (2004 m.).
Žalias kostiumas pavogtas. Nerastas...

•

Mano gyvenimą aukštyn kojom, gerąja prasme, 2015-ųjų pavasarį apvertė dramatiškiausia kelionė pas klientą (iš serijos „Pakeliui pas Jus“), kokios niekam nelinkėčiau patirti. Tai buvo lemtinga kelionė į parduodančių istorijų (angl. *storyselling*) pasakojimą.

•

Storysellingo pradininkas Lietuvoje (2015 m.).

•

Ar teko girdėti vienos tokios žalios knygos istoriją, t. y. apie pirmąjį klientų aptarnavimo (ne)standartą Lietuvoje, skirtą sunkumams lengviau įveikti pardavimų ir klientų aptarnavimo srityse (2022 m.)?

•

Kokią istoriją šiandien pasakoju sau?
„Pardavimų srityje turiu dirbti taip, kad ne aš ieškočiau klientų, o klientai ieškotų manęs."
Regis, istorija veikia! Kokią istoriją Tu pasakoji sau?

•

Įveikti sunkumus pardavimų srityje ir surasti kelią į klientų širdis man padėjo *storysellingas,* jis tapo ir mano tapatybės dalimi. Tapatybė – reikalas rimtas.

•

Pardavėjo žaliu kostiumu legenda atgimsta ir tęsiasi.
Seržas Gandžumianas man sukūrė naują žalią kostiumą – žalią kostiumą su istorija!

•

Esu Gintaras Ignatavičius – istorijų pardavėjas. Žinau, kad klientai neperka mūsų produktų ir paslaugų. Ir perka tik tas mūsų pasakojamas istorijas, kuriose jie (at)randa save.

NERIAM KARTU Į TAVO PARDAVIMŲ SĖKMĘ PASAKOJANT ISTORIJAS?

TURINYS

PADĖKOS / 17

VIETOJ PROLOGO
Pardavėjo piniginė / 19

ĮŽANGA
Savamokslis kramtomosios gumos pardavėjas / 25

PIRMAS SKYRIUS
Pardavėjas žaliu kostiumu

Papildoma mylia į sėkmę / 33
Kliento krikštas / 47
Pardavėjas žaliu kostiumu / 55
Pardavimų „superherojus“ / 65
Neįkainojama misija / 73
(Ne)atšauktas pardavimų seminaras / 81
Banko kortelių pardavėjas / 87
Pardavėjo batai / 99
Pardavimai ant galinės sėdynės / 109

ANTRAS SKYRIUS
***Storysellingas* – kelias į klientų širdis**

Pakeliui pas klientą – pakeliui į istorijas / 117
Tik viena papasakota istorija / 127

Storysellingas – kelias į klientų širdis / 137
Pranešimas apie istorijų pasakojimą be istorijų pasakojimo / 159
Kelionė į pirmąją istorijų šventę / 173
Pardavimai be istorijų / 189
Tūkstantis ir vienas skambutis / 207
(Ne)parduodantis el. laiškas / 221
Vienos tokios žalios knygos istorija / 237
„Story Café“ eksperimentas ir *storysellingo* priemonė įmonėms / 247
Parduodančių istorijų pasakojimo diena / 263

TREČIAS SKYRIUS
Įkvepiančios pardavimo legendos

Genialiausias pasaulio pardavėjas / 271
Pardavimų kamanė / 279
Pardavimų karalius / 287
Geriausias automobilių pardavėjas / 295
Motyvacijos knygnešys / 303
Volstryto Vilkas / 311
Svajonių pardavėjas / 319
Įtakos pardavėjas / 327
Dviejų varžtelių pardavėjas / 335
Pardavimų burtininkė / 343

VIETOJ EPILOGO
Istorijų pardavėjas žaliu kostiumu / 351

Dešimt mano didžiausių pamokų, išmoktų iš pardavimo legendų / 361
(Ne)parduodantis palinkėjimas / 363

PADĖKOS

Apkabinu su dėkingumu savo nuostabią šeimą, ji yra mano istorijų lopšys ir mano istorijų tvirtovė. Su meile stipriai, stipriai glaudžiu savo mylimą žmoną Ingridą, kuri turi ne tik didžiulę širdį mane mylėti, bet ir begalinę kantrybę mane palaikyti, net ir tada, kai aš pats prarasdavau pasitikėjimą savimi ir tikėjimą savo istorijomis.

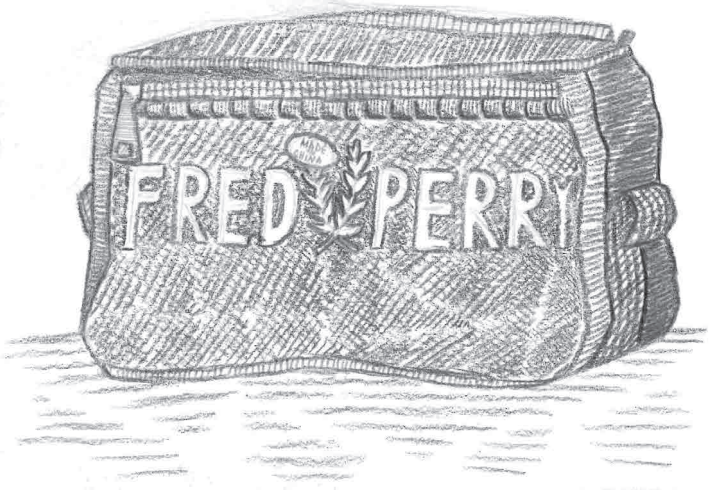
Ingrida, (ne)paprastas Ačiū Tau, kad esi mano gyvenimo istorijos dalis.

Tvirtai spaudžiu dešinę dizaineriui, įvaizdžio maestro Seržui Gandžumianui, sutikusiam padėti šiai legendai atgimti ir man individualiai sukūrusiam naują stilingą žalią kostiumą – žalią kostiumą su istorija.

Plačiausiai šypsodamasis dėkoju fotografei Jurgitai Kunigiškytei už fotoobjektyve sustabdytą istorijų pardavėjo „žalio“ žvilgsnio emociją.

Dainuojančia širdimi dėkoju Linai Kaselytei Ivanovienei už sukurtą išskirtinį knygos viršelį ir už lengvą paveikslų (schemų) dizainą knygoje.

Ir besišypsančiomis akimis dėkoju jaunajam talentui Dominykui Jankui už šios knygos praturtinimą pieštuku sukurtomis istorijų iliustracijomis.



Istorijos turi
ypatingą galią
paliesti ir sujaudinti
žmonių širdis.

PETER GUBER

VIETOJ PROLOGO

Pardavėjo piniginė

Būdamas vos dvylikos nė nenutuokiau, kad turėjau ir kurį laiką nešiojau ne šiaip sau rankinę (piniginę) ant juosmens, o „brendinę“, t. y. vardinę rankinę ant juosmens su užrašu „Fred Perry“, ir nesvarbu, kad pagamintą ne Italijoje („made in Indonesia“). Jaučiausi pakylėtas, laimingas, nes mano vaikystės draugai tokios neturėjo.

Šiandien sunku įsivaizduoti, kad tada nebuvo tokios galimybės gūgle paieškoti informacijos apie žmogų pagal vardą ir pavardę, kad sužinotum, kas ant tos mano rankinės užrašyta, nes Lietuvoje dar neturėjome interneto. Šypsotės? Deja, ne tokia ir tolima toji praeitis. Nors turiu prisipažinti, kad man tada nelabai ir rūpėjo, kas ten parašyta. Juolab niekas ir iš draugų neklausinėjo ir nesidomėjo. Linksma prisiminti, tačiau tada toji piniginė man buvo daug svarbesnė nei užrašas ant jos. Vėliau mama papasakojo, kad tai buvo deficitinė prekė.

Negana to, ši vardinė rankinė ant juosmens šiandien atskleidžia ir net ne vieną, o visas dvi istorijas. Kartais reikia laiko, kad suprastum.

– Kai užaugsiu, būsiu saldainių pardavėjas! – pasakojau savo draugams su paauglišku pasididžiavimu rodydamas šią mamos padovanotą rankinę ant juosmens.

Toks pardavėjo vaizdinys man greičiausiai susidarė todėl, kad kiekvieną vasarą Šv. Roko atlaiduose prie Lauksodžio (Pakruojo r.) bažnyčios matydavau „atlaidų“ saldainių ir įvairiausių cukrinių ledinukų pardavėjus, nešiojančius tokias rankines ant juosmens. Norėjau būti panašus į juos. Parduodi vaikui saldainį – sukuri laimę. Tikras (laimės) pardavėjas!

Stabtelkime akimirką ir kartu pasidžiaukime, koks prasmingas yra pardavėjo darbas. Spręsti klientų problemas ir kurti klientams vertę (laimę).

Šypsausi širdimi, tyliai džiaugiuosi ir didžiuojuosi, kad dirbu pardavimų srityje. Ir ne todėl, kad nieko kito geriau daryti nemoku, o todėl, kad man patinka bendrauti su žmonėmis ir jiems padėti. Išsprendi kliento problemą – sukuri laimę. Juk tai nuostabus jausmas! Išmokai pardavėją padėti klientams – sukuri dvigubą laimę. Juk tai nepakartojama, tiesa? Juk apie tai svajoja kiekvienas save gerbiantis pardavėjas.

Ir koks netikėtas sutapimas? Nejau svajoti reikia atsargiai, nes svajonės ima ir išsipildo?!

Tuomet (1990 m.) tikrai nemaniau, kad taip prisikalbėsiu ir kad vieną dieną vilkėdamas žalią kostiumą pradėsiu savo kelią „B2B“ pardavimų srityje.

AR ŽINOJOTE, KAS YRA FRED'AS PERRY'IS?

Frederick'as John'as Perry'is – britų teniso ikona, čempionas, tapęs pirmuoju žaidėju (būdamas 26-erių), laimėjusiu karjeros „Didžiojo kirčio" turnyrą 1935 metais. Fred'as Perry'is buvo savamokslis tenisininkas, net tris kartus iš eilės laimėjęs Vimbldono čempionatą (1934–1936 m.).

Didžiulės sėkmės sulaukę Fred'o Perry'io polo marškinėliai (1952 m.) šiandien primena ne tik šios teniso legendos istoriją, bet ir tai, kad Fred'as Perry'is buvo medvilnės verpėjo sūnus.

Tai išties išskirtinė ir asmeninio prekių ženklo istorija. Beje, šioje knygoje kartu gilinsimės ir į asmeninio prekių ženklo svarbą pardavimuose.

KOKIĄ KITĄ ISTORIJĄ ATSKLEIDŽIA ŠI VARDINĖ RANKINĖ?

Žvelgdamas į tą nutrintą vardinę rankinę ant juosmens, mintimis ir emocijomis tarsi laiko mašina sugrįžtu į tą išties išskirtinę pardavimo patirtį vaikystėje, atskleidžiančią savamokslio kramtomosios gumos pardavėjo istoriją. Papasakosiu Jums ją šios knygos įžangoje.

Ši „pardavėjo piniginė" man primena ne tik dvylikamečio vaiko svajonę tapti tikru pardavėju, bet ir pirmuosius lemtingus žingsnius pardavimų srityje, kurioje su didžiule aistra dirbu ir šiandien.

Tuo pat metu man ji primena ir tai, kad kaip pardavimų praktikas ir pardavimų mokymų treneris šiandien aš ir kitiems padedu lengviau ir sėkmingiau parduoti, taikant vertės pardavimo per istorijas (angl. *storyselling*) strategiją, t. y. pažadinant Jūsų klientų norą pirkti iš Jūsų. Verta prisiminti, kad

klientams visada patinka pirkti, tačiau jiems nepatinka, kada pardavėjai jiems pardavinėja.

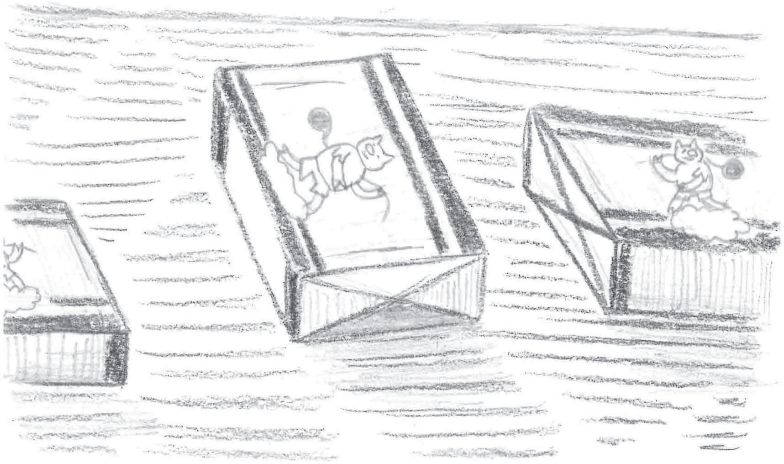
Tad šioje knygoje pasakoju tikras ir atviras istorijas apie išmoktas ir (ne)išmoktas pamokas pardavimų srityje, nuoširdžiai dalijuosi įgyta vertinga patirtimi ir praktikoje patikrintais autoriniais *storysellingo* įrankiais, pasakoju įkvepiančias pardavimo legendų istorijas, kad galėtumėte lengviau įveikti įvairiausius iššūkius ir sunkumus pardavimuose.

Jų apstu ir šiandien.

Šios knygos tikslas – padėti Jums pardavimų srityje atrasti, pasitelkti ir patirti parduodančių istorijų (angl. *storyselling*) pasakojimo stebuklą, kad klientai pirktų iš Jūsų.

Tad nieko nelaukdamas, dainuojančia širdimi kviečiu Jus šioje knygoje kartu leistis į parduodančių istorijų meistrystę, kuri padėtų Jums kuo greičiau surasti trumpesnius kelius į žmonių širdis, tvinksinčias po devyniais užraktais, padėtų Jums lengviau įveikti sunkumus pardavimuose ir leistų dauginti savo kuriamą vertę dar didesnei pardavimų sėkmei pasitelkiant istorijas.

Leidžiamės kartu į išties jaudinančią pardavimų kelionę šioje knygoje?



Istorijos, kurios
mums nieko neparduoda,
nekeičia mūsų.

GINTARAS IGNATAVIČIUS

ĮŽANGA

Savamokslis kramtomosios gumos pardavėjas

1990-ųjų vasara. Pirmieji atkurtos Lietuvos žingsniai. Šalis izoliuota Sovietų Sąjungos. Lietuvai paskelbta ekonominė blokada.* Tuščios parduotuvių lentynos.

Ir aš, būdamas vos dvylikos metų vaikas, žengiau pirmuosius žingsnius pardavimų srityje. Niekada nepamiršiu tos patirties. Nepamiršiu dar ir to, kad savo kailiu patyriau ir vadinamojo „blato“** reiškinį. Tad nieko nelaukdami iškart ir leiskimės į šios istorijos užkulisius.

Nepriteklius ir ilgiausios eilės prie parduotuvių dėl saujelės sausainių ar kavos jau nieko nebestebino. Ką jau kalbėti apie kitas prekes. Visko trūko. Nors kaimyninėje Latvijoje situacija prekių atžvilgiu buvo kiek kitokia. Ten visko buvo daugiau. Gyvenome šiaurinėje Lietuvos dalyje (Lauksodžio k., Pakruojo r.), tad didesniems apsipirkimams mama

* Lietuvos ekonominė blokada (1990) – sovietų ekonominė sankcija, taikyta nepriklausomybę paskelbusiai Lietuvai.

** Blatas – produktų ar paslaugų gavimas pasinaudojant pažintimis.

periodiškai vykdavo į Rygą. Prisimenu latviškų žuvelių ir guminių kaliošų kvapą. Tiesa, dar ir latviškus kvepalus „Dzintars“.

Ir tų pačių 1990-ųjų vasarą mama man iš Rygos parvežė dovanų – vardinę rankinę ant juosmens su užrašu „Fred Perry“. Aš buvau be galo laimingas. Turėjau išties deficitinę prekę. Visur pasididžiuodamas nešiojau ją ir savo draugams garsiai pasakojau, kad užaugęs būsiu saldainių pardavėjas.

Svajonė mane pasivijo labai greitai, nes jau tų pačių metų rudenį mokykloje aš tapau savamoksliu kramtomosios gumos pardavėju ir savarankiškai mokiausi pardavinėti kramtomąją gumą „Paršiukas Čiukas“.

Kartą nugirdau mamos pasakojimą tėčiui, kad į Lietuvos pašto skyrių, kuriame ji dirbo, atvežė 1 dėžutę (20 vnt.) kramtomosios gumos „Paršiukas Čiukas“. Dėžutė kainavo 3 rublius. Man visą vakarą nesiliovė suktis mintys apie tą kramtomąją gumą. Pamenu, kaip labai, labai, labai norėjau jos.

Kad ir kaip labai norėjau, tačiau iškart susidūriau su pagrindinėmis problemomis. Pirmoji problema buvo ta, kad neturėjau pinigų tai kramtomajai gumai nusipirkti. Antroji problema jau nuo manęs nepriklausė, nes suvokiau, kad prekė yra deficitinė ir parduotuvėse, t. y. rinkoje, jos tiesiog nėra pakankamai. Išorinė problema buvo susijusi su rinka, tai man tapo puikia galimybe suprasti ir patirti pardavimo dėsnius.

Motyvacija įsigyti tą visą dėžutę buvo tokia didžiulė, kad čia ir patyriau savo pirmąjį „blato“ reiškinį. Iš pradžių paprašiau mamos (mažo) kredito, kad ji man paskolintų 3 rublius. Ji manęs ilgai ir įtariai klausinėjo, ką aš su tais pinigais ketinu daryti. Papasakojau. Mama abejojo. Po to paprašiau, kad ji man atidėtų ir nupirktų tą visą „Paršiuko Čiuko“ kramtomo-

sios gumos dėžutę. Iš jos akių buvo aiškiai matyti, ką ji galvoja... Nepasidaviau. Buvau atkaklus.

Aš jai nuoširdžiai paaiškinau, kad pardavinėsiu tą kramtomąją gumą mokykloje. Nors ji ir labai abejojo, tačiau sutiko. Pinigų tiesiogiai mama nepaskolino, tačiau kitą dieną po darbo ji man parnešė kramtomosios gumos dėžutę namo ir, įduodama ją man į rankas, pridūrė:

– Tikiuosi, kad manęs nenuvilsi!

Emocijos vis dar gyvos. Šiurpuliukai nubėga per nugarą, nes kuo puikiausiai prisimenu tą stiprų jausmą, kurį išgyvenau tą akimirką. Man pavyko įtikinti mamą. Gavau pirmąjį pasitikėjimo kreditą. Tai buvo mano pirmasis svarbiausias pardavimas – idėjos pardavimas.

„Blatas“ suveikė. Kramtomoji guma – deficitinė prekė. Džiaugiausi, kad mama pasitikėjo manimi. Neslėpsiu, knietėjo atsidaryti tą dėžutę, išsiimti bent vieną gumos gabalėlį ir pakramtyti, tačiau duotas žodis nenuvilti mamos buvo kur kas didesnis už šį troškimą. Duotas žodis pardavimuose – reikalas šventas. Tiesa? Ir aš nepalūžau.

Ar galite įsivaizduoti, kad į pašto skyrių buvo atvežta tik viena dėžutė (20 vnt.) kramtomosios gumos? Ir toji dėžutė buvo mano rankose! Nors mano tėtis juokavo, kad tai tik lašas jūroje, tačiau tądien buvau turbūt laimingiausias vaikas žemėje su kramtomosios gumos dėžute.

Akimirksniu išpakavau dėžutę ir žaliai spalvotus „Paršiuko Čiuko“ kramtomosios gumos gabalėlius susidėjau į mamos padovanotą vardinę rankinę (piniginę) ant juosmens. Ji kuo puikiausiai tiko šiam tikslui. Jaučiausi tobulai pasiruošęs pirmiesiems savo pardavimams.

Kad galėčiau kuo greičiau grąžinti mamai skolą, nutariau vienam gumos gabalėliui nustatyti dvigubą antkainį. Vieno

gumos gabalėlio kaina buvo 15 kapeikų, aš pardavinėjau po 30 kapeikų. Pirmąją dėžutę (20 vnt.) pardaviau per pirmąsias dvi dienas. Grąžinau mamai skolą ir kišenėje turėjau jau pirmuosius tris savo uždirbtus rublius. Mama buvo sužavėta, ji buvo baigusi buhalterijos mokslus, tad kuo puikiausiai žinojo, ką reiškia uždirbti pinigus. Jaučiau, kaip iškart sustiprėjo jos pasitikėjimas manimi. Deja, džiaugsmas ilgai netruko, nes kramtomosios gumos trūko. Mokykloje vaikai ėmė teirautis dar kramtomosios gumos, teko laukti kito tiekimo.

Ramus buvau jau ne tik dėl „blato“ ir užsitarnauto didesnio pasitikėjimo, kad mama man ir vėl atidės visą dėžutę, – žinojau, kad šįkart aš investuosiu jau savo uždirbtus pinigus.

Vieną rytą iš draugo išgirdau, kad gretimame kaime parduotuvėje, kurioje dirbo jo mama, yra gautos dvi dėžutės tos pačios „Paršiuko Čiuko“ kramtomosios gumos. Iškart paprašiau jo paslaugos, kad jis paprašytų savo mamos vieną dėžutę atidėti man. Sumanymas pavyko. Kitą dieną iškart po pamokų savo vaikišku mėlynuoju dviračiu „Ereliukas“ energingai myniau į gretimą kaimą (apie 5 km) parsivežti dar vienos dėžutės kramtomosios gumos. Pardavimai mokykloje tęsėsi.

Padvigubinau savo uždarbį iki 6 rublių. Mama man Lietuvos pašto skyriuje atidėdavo visą gautą gumą, tad čia tiekimą, galima sakyti, kontroliavau. Mokykloje atsirado pavienių pardavėjų, kurie iš gretimų parduotuvių nusipirkę po gabalėlį ar du gumos taip pat norėdavo užsidirbti.

Susidūriau su konkurencija ir tokia realybe, kad parduoti už dvigubą kainą darėsi vis sunkiau. Kramtomosios gumos rinkoje dar kurį laiką sugebėdavau „gauti“ daugiausiai ir, kad išsiskirčiau iš konkurentų, sugalvojau savo pardavimams tokį reklaminį (rinkodaros) šūkį: „Kramtyk neišėjęs iš klasės!“

Reklaminis šūkis „paėjo“ ir per pertraukas būdavau ir vėl nuolat ieškomas moksleivių. Tą rudenį aš savarankiškai užsidirbau daugiau kaip 80 rublių, kas, pagal Statistikos departameto turimus duomenis, sudarė daugiau kaip 30 proc. tuometinio vidutinio mėnesio atlyginimo. Kiek prisimenu, tėtis ironiškai palygino, kad viršijau jo (kolūkio darbininko statybininko) vidutinį mėnesio atlygio dydį. Buvau labai laimingas ne tik todėl, kad aplenkiau tėtį ir turėjau savarankiškai užsidirbtų pinigų, bet ir todėl, kad man patiko pardavinėti.

Nepriklausomoje Lietuvoje, atsirandant naujiems prekybos ryšiams, palaipsniui ėmė keistis ir situacija parduotuvėse bei pašto skyriuose, didėjo ir kramtomosios gumos prieinamumas bei pasirinkimas. Atsirado ir gerokai daugiau rūšių kramtomosios gumos, tokios kaip „Donald“, „Love is“, vėliau „Turbo“ ir kt. Gana greitai mokykloje išaugo konkurencija. Suvokiau, kad turiu ieškoti naujo išskirtinumo. Nutariau keisti produktą.

Jau pavasarį kartu su broliu mokykloje ėmėme prekiauti namuose virtais pieno ir cukraus saldainiais. Pardavimai kurį laiką ir vėl klestėjo.

Beje, pardavimus labai mėgstu ir šiandien! Dar daugiau – šiandien kolekcionuoju parduodančias istorijas, jos tapo pačia didžiausia mano aistra versle, pardavimų ir klientų aptarnavimo srityse.

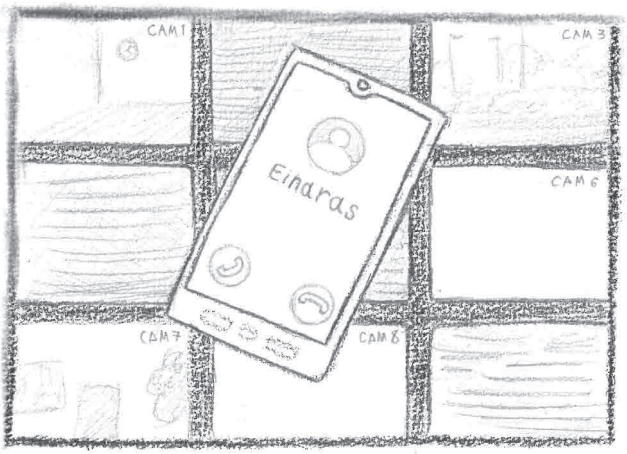
Visi kuo puikiausiai žinome, kad pardavimas vyksta iš širdies į širdį, nes perka žmonės. O istorijos būtent yra tai, kas ne tik paliečia ir atrakina žmonių širdis, bet ir sukuria stiprų emocinį ryšį, keičia elgesį.

Susitinkame istorijose, kurios padeda parduoti?

PIRMAS SKYRIUS

Pardavėjas žaliu kostiumu

Šiame knygos skyriuje įsimintiniausios istorijos ir nieko daugiau, išskyrus įsimintiniausias pardavimų srityje istorijas apie įveiktus sunkumus, didžiausias pamokas, įgytas vertingas patirtis, auginančias pardavėjo asmenybę ir formuojančias pardavėjo tapatybę.



Sėkmė priklauso
ne nuo likimo,
o nuo įdėtų pastangų.

GINTARAS IGNATAVIČIUS

Papildoma mylia į sėkmę

„Ar galiu ateiti rytoj?“ – toks buvo mano spontaniškas klausimas, 2002-ųjų vasarą man atvėręs duris į svajonių darbą. Šiandien šis klausimas pardavimų srityje man atveria duris pas svajonių klientus. Iš šios istorijos Jūs suprasite, kodėl verta nueiti papildomą mylią (angl. *extra mile*) dėl svajonių kliento, kokią didesnę bendrakūros (angl. *co-creation*) vertę ji leidžia sukurti, ir atrasite daugiau naujų galimybių savo sėkmei.

Vertės bendrakūra (angl. *value co-creation*) – tai pardavimų ateitis šiandien.

Leiskimės į šią istoriją.

2002-ŲJŲ LIEPA

Rankose laikau Šiaulių universiteto bakalauro diplomą, liudijantį, kad Fizikos ir matematikos fakultete baigiau fizikos krypties ir informatikos studiją programą ir kad man suteiktas fizikos bakalauro kvalifikacinis laipsnis ir mokytojo profe-

Gintaras Ignatavičius (g. 1978) – *storysellingo* pradininkas Lietuvoje, istorijų rinkodaros strategas, parduodančių istorijų pasakojimo dienos „Storyselling Day“ iniciatorius, parduodančių istorijų klubo „StorysellingLAB“ įkūrėjas, storysellingo forumo „Return on Stories“ bei pardavimų forumo „Value Up“ sumanytojas ir organizatorius, mokymo paslaugų įmonės „Mokymų akademija“ įkūrėjas ir vadovaujantis partneris.

Ši knyga – tai įkvepiantis, patikimas ir patikrintas pačios veiksmingiausios pardavimo per istorijas meistrystės vadovėlis kiekvienam XXI a. pardavimo profesionalui.

Tai pirmasis istorijų rinkodaros pavyzdys Lietuvoje.

„Ne kiekvienas pardavėjas sugeba ateiti ir papasakoti taip, kad klientui neliktų nieko kito, tik pirkti. „Istorijų pardavėjas žaliu kostiumu“ – tai ne eilinė knyga apie pardavimą, tai – gyvais pasakojimais pulsuojantis parduodančių istorijų gidas su praktiniais patarimais, modeliais, pasiruošimo klausimais ir smagia dinamika. Gintaras dalinasi patirtimi ir įtraukia į savo pardavimo pasaulį.

Šioje knygoje teorija ir praktika susijungia gyvose iliustracijose. Nuo šalto skambučio iki elektroninio laiško rašymo Gintaras dekonstruoja pardavimo procesą naudodamas gyvenimiškus pavyzdžius, pergalių ir nusivylimų istorijas bei asmenines pamokas. Tai atgaiva bet kuriam pardavėjui. Bus naudinga tiek naujokams, tiek patyrusiems pardavimų vilkams.“

– **Darius Pietaris, derybų ir pardavimo mokymų pradininkas**

„Parduodančių istorijų (angl. *storyselling*) biblija lietuvių kalba. Pirmiausiai – labai jautru. Išjausta iki širdies gelmių. Asmeniška. Galinga. Skaitydama nuolat mąsčiau, kaip gražiai Gintaro pasakojamos istorijos atliepia ir manąsias, tik kartais darbinėje rutinoje užsisukę nesusimąstome, o kodėl, išties, klientas pas mus atėjo ar neišėjo? Linkiu visiems pardavimų žmonėms perskaityti šią knygą ir atsirinkti, kurias savo istorijas pasakosite Jūs.“

– **Lina Gelažnikienė, pardavimų, marketingo ir komunikacijos ekspertė**

„Pirmiausia mes renkam patirtį, o tada – dalijamės ja. Gintaro knyga yra būtent tai: kelionė, istorijos, pamokos ir atviri pasidalinimai. Tai dovana, kurią kiekvienam pardavėjui tiesiog būtina išpakuoti.

Žmonės perka iš žmonių. O istorijos – jos padeda pardavimus nuspalvinti tikrumu, emocija, ryšiu ir pasitikėjimu. Skaitydamas Gintaro istorijas, jaučiausi lyg būčiau šalia: patiriu tuos pačius išgyvenimus, girdžiu balsus, matau veidus, gyvenu kartu su juo. Kviečiu ir Tave patirti šios knygos vertę – čia ne tik apie pardavimus, bet ir apie žmones. Apie mus.“

– **Mindaugas Jasiūnas, pardavimų, derybų, DISC mokymų lektorius ir konsultantas**

ISBN 978-5-415-02853-5
9 785415 028535
www.vaga.lt