



Jak sprzedawać, nie sprzedając (wywiad z Wojtkiem Woźniczką)

Transkrypt do wywiadu, który możesz odsłuchać tutaj:

<https://wynajmistrz.pl/jak-sprzedawac-nie-sprzedajac-wywiad-z-wojtkiem-wozniczka>

Grzegorz Grabowski (GG): Dzień dobry, Tu Grzegorz Grabowski, autor bloga Wynajmistrz.pl. Słuchasz podcastu Klucz do nieruchomości, czyli wywiady Wynajmistrza.

Tym razem do rozmowy zaprosiłem Wojtka Woźniczkę, którego ludzie z branży nieruchomości znają jako specjalistę od negocjacji. Okazję do rozmowy stworzyło szkolenie „Handel Mieszkaniem”, które organizuję jako Wynajmistrz i na którym Wojtek był prelegentem. Rozmowę przeprowadziliśmy na dzień przed szkoleniem, w jednym z warszawskich hoteli.

Z Wojtkiem rozmawialiśmy trochę o negocjacjach i o dwóch jego książkach na ten temat, ale skupiliśmy się głównie na sprzedaży. Trzecia książka Wojtka dotyczy właśnie tego tematu. W jaki sposób sprzedawać, nie sprzedając? Czyli o koncepcji „Nie sprzedawaj! #PozwólKupić”. Tak naprawdę każdy z nas codziennie coś sprzedaje. W branży nieruchomości tym bardziej umiejętności sprzedażowe są istotne. Oferujemy przecież nasze mieszkania czy pokoje najemcom, nieruchomości na sprzedaż – ich potencjalnym nabywcom, a jeśli prowadzimy biznes podnajmowy, to tym bardziej musimy sprzedawać nasze usługi właścicielom mieszkań. Na koniec wywiadu Wojtek ujawnił pewną niespodziankę, o której – według mojej wiedzy – po raz pierwszy wspomniał publicznie.

Zapraszam do posłuchania rozmowy z Wojtkiem. Notatki do tego podcastu znajdziesz pod adresem wynajmistrz.pl/010. Pod tym adresem możesz też skomentować wywiad.

GG: Cześć, Wojtek.

Wojtek Woźniczka (WW): Cześć Grzegorz, witaj.

GG: Bardzo dziękuję za ponowne przyjęcie zaproszenia do mojego podcastu. Nie wszyscy Cię jeszcze znają, więc czy możesz powiedzieć, kim jesteś?

WW: Przede wszystkim dziękuję Ci za ponowne zaproszenie. To już chyba 3 lata będzie, od kiedy coś razem robiliśmy?

GG: To było dokładnie w kwietniu 2016 roku. Wtedy na moim blogu pojawił się wywiad z Tobą.

WW: Czyli 3 lata. Tak więc co ja robię? Co ja tak naprawdę robię? Hm... To jest dobre pytanie. Bo kiedyś większość osób mogła mnie kojarzyć z negocjacji, bo to był mój konik przez wiele lat i z tymi negocjacjami gdzieś tam się pokazałem na rynku nieruchomości czy w ogóle wypłynąłem na rynku. Natomiast cóż, staram się cieszyć życiem. 😊 Czyli mówiąc krótko, robię wszystko, żeby być wolny finansowo, żeby nie pracować, mieć dochody pasywne, żeby inwestować w nieruchomości skutecznie i przede wszystkim żeby rozwijać umiejętności negocjacji i sprzedaży, bo za ich pomocą można tę wolność finansową i to szczęście w życiu znaleźć. Ja zawsze mówię, że za pieniądze szczęścia się nie



kupi, ale kupi się czas, prawda? I to jest chyba najlepsze, co można kupić za pieniądze, to chyba czas daje największe szczęście. Tak więc trochę inwestuję, trochę wydaję swoich książek, trochę szkole, trochę inwestuję, choć teraz już całkiem mało. Tak działam sobie w tej branży.

GG: Moi czytelnicy znają Cię przede wszystkim jako gościa – tak jak powiedziałeś – od negocjacji. I autora dwóch książek o negocjacjach.

WW: Zgadza się.

GG: Czy możesz powiedzieć coś więcej o tych książkach? Kiedy je wydałeś? Ile książek sprzedałeś? Czemu to są akurat dwie książki na ten sam temat?

WW: W grudniu minęło trzy lata, od kiedy wydałem pierwszą książkę, czyli można powiedzieć, że to było chwilę przed tym, kiedy się spotkaliśmy, to była końcówka 2015 roku. I to jest moje oczko w głowie, to jest „NEGOCJUI! Czyli jak zwyciężać w codziennych sytuacjach”. Już od jakiegoś czasu jest to bestseller, w tym momencie sprzedało się ponad 11 tysięcy egzemplarzy. I to jest taki podręcznik negocjacji, typowy, gdzie przeprowadzam czytelnika przez wszystkie etapy, od przygotowania mentalnego poprzez przygotowanie operacyjne, poprzez kwestie targowania się, ewentualnie jakichś problemów, wychodzenia z impasu i tak dalej. Plus taki poradnik negocjacyjny, jak kupić mieszkanie, jak dobrze kupić samochód, jak go sprzedać, jak sprzedać nieruchomość. To jest moja książka, z której jestem chyba najbardziej rozpoznawany. A po dwóch latach, czyli rok temu, doszła książka „NEGOCJUI 2”. Pojawiła się, ponieważ sporo osób mi pisało, że najważniejszą rzeczą w „NEGOCJUI!” jest to, że jest to książka pisana fajnym, prostym językiem i na przykładach. W związku z tym stwierdziłem, że mam trochę tych negocjacyjnych case’ów z życia, więc w takim razie napiszę książkę opartą tylko na przykładach. I takie jest właśnie „NEGOCJUI 2”. Można powiedzieć, że to jest suplement do jedyńki, w którym opisuję przykłady, co zrobiliśmy dobrze podczas jakiejś historii negocjacyjnej, co bym zrobił inaczej, czego się nauczyłem i tak dalej. Te dwie książki się uzupełniają. I później zastanawiałem się, jakie jeszcze umiejętności przydają się na drodze do wolności finansowej i tak powstało „Nie sprzedawaj! #PozwólKupić”.

GG: Zanim przejdziemy do tego głównego tematu naszej rozmowy, czyli sprzedaży, to chciałbym jeszcze wrócić do jednego tematu. Wiem, że Ty dużo szkolisz.

WW: Teraz coraz mniej.

GG: Książka to też swego rodzaju szkolenie.

WW: Tak, w tym sensie tak.

GG: I teraz trochę takie złośliwe pytanie.

WW: No dawaj!

GG: Jest takie powiedzenie, że ci, którzy coś potrafią, to robią to, co potrafią, a ci, którzy nie potrafią, to szkolą.

WW: 😊

GG: Więc jak odpowiesz na ten zarzut, że Ty tylko szkolisz, tłuczysz kasę na szkoleniach, a do praktyki Ci daleko?



WW: Książka nigdy nie była pomysłem na zarabianie pieniędzy. Bo w sumie, jak określiłeś, że książka to szkolenie, to zacznę od książki. Książka była takim moim pozostawieniem czegoś po sobie, dla potomnych, żeby ta książka została, tak? Może kiedyś ktoś odkopie tę książkę i stwierdzi: wow, był taki gość, żył w XX/ XXI wieku i napisał taką książkę. Natomiast jeśli chodzi o szkolenia, to faktycznie, kiedyś nawet takie dowcipy chodziły o trenerach, że właśnie jak ktoś jest słabym sprzedawcą, to zostaje trenerem sprzedaży, a jak jest słabym trenerem sprzedaży, to zostaje coachem 😊

GG: 😊

WW: I ja szkolenia prowadzę z czystej pasji. Mama nauczycielka, więc dała mi jakiś pierwiastek daru pracy z ludźmi i odkąd pamiętam, mnie to kręciło, wystąpienia publiczne i tego typu rzeczy. I powiem Ci, że podobnie Piotr Hryniewicz mi opowiadał, że on sobie zrobił najpierw wolność finansową, najpierw inwestował w nieruchomości, później opowiadał, jak to robić. Tak samo ja najpierw negocjowałem, najpierw sam sprzedawałem, a później dopiero zabrałem się za to, żeby opowiadać, jak to robić. Dlaczego? Dlatego że na rynku szkoleniowym mamy jakby dwie grupy szkoleniowców. Jedni to są ludzie z podbudową, z backgroundem psychologicznym, psychologowie, którzy na przykład uczą się sprzedaży i później o tym robią szkolenia, albo sprzedawcy, którzy uczą się psychologii i później robią szkolenia, prawda? Ja zawsze chciałem należeć do tej drugiej grupy, czyli można powiedzieć, że zawiesiłem buty sprzedawcy, chociaż nie zawiesiłem, przecież cały czas sprzedaję, każdy z nas sprzedaje.

GG: Ale sprzedawcy czy negocjatora?

WW: Negocjatora... wiesz co, tak. Ale to z dwóch powodów. Tu paradoksalnie zauważyłem, że część osób, które są adeptami mojego szkolenia, są lepszymi negocjatorami ode mnie. Ja się nie boję o tym mówić. Dlatego że osiągają lepsze wyniki.

GG: Może dzięki Tobie.

WW: Wiesz co, mi się wydaje, że dzięki wiedzy, którą tam dostali, dzięki temu, czego się nauczyli ode mnie, to pewnie tak. Ale też dzięki temu, jaki mają typ osobowości 😊 Ja po prostu mocne miałem kłopoty, takie mentalne, czasami na tych negocjacjach. Oczywiście jak byłem profesjonalistą, to robiłem to już jakby z marszu, ale miałem z tym kłopot. Natomiast niektórzy nie mają żadnych oporów. I tam, gdzie ja bym odpuścił, to oni cisną. To może być pierwszy powód. A drugi powód może być taki, że ja już nic nie muszę i to jest to, że mi już tak nie zależy. Choć paradoksalnie, odkąd mi nie zależy, to mam lepsze wyniki. I jest jeszcze jedna rzecz. Jest taka rzecz, że już nie bardzo mogę negocjować, bo ludzie googlują. I miałem taki przypadek, śmieję się z niego zawsze, kupowaliśmy samochód do nas do domu i z facetem się dogadałem na wszystko i tam była taka kwestia, że najpierw trzeba było go wykupić z leasingu, więc ja musiałem część kasy przelać, on się bał, że mało który cywil się na to zgodzi, bo najpierw trzeba było przelać trochę kasy, później czekać na auto, oni musieli to wykupić z leasingu. Wiesz, klasyczna umowa warunkowa. Ale jak masz z drugiej strony przedsiębiorcę, to on wie, o co chodzi, więc nie było problemu. I dałem mu adres mailowy, żeby mi wysłał dokumenty. I słuchaj, on do mnie dzwoni za chwilę i mówi: ale cenę mamy ustaloną! Ja mówię, że oczywiście 😊 Ale o co chodzi? – Bo ja sobie pana wygooglowałem, pan tu będzie jakieś sztuczki stosował! Tak że już tego nie robię, robię to czasami albo dla siebie, albo dla inwestorów, którzy mają jakieś większe tematy, czyli na przykład jakieś hotele albo kamienicy, to gdzieś jeszcze biorę udział w takich negocjacjach. Ale to też z lenistwa. Bo kiedy ja miałem stawkę od wynegocjowanej kwoty, to kiedyś pracowałem za stawki, gdzie jechałem do obcego miasta, musiałem sobie tam hotel opłacić, pojechać raz, drugi i tak dalej. I nigdy nie miałem pewności, ile zarobię. Jeśli uzysk był 50 tysięcy i ja na przykład zarabiałem na tym 15%, to jest 7.500, to jest ok. Ale



jeśli był uzysk 20 tysięcy? A ja poświęcałem kilka dni, jeździłem i tak dalej, to w porządku, wtedy byłem młodszy i dużo się uczyłem. Natomiast teraz jeżeli uzysk jest milion złotych na kamienicy, to inaczej się rozmawia. 😊 Ale to już rzadko, rękawice negocjatora odwiesiłem na kołek.

GG: Tak naprawdę o negocjacjach i o nieruchomościach rozmawialiśmy wtedy w 2016 roku.

WW: Tak.

GG: Ja link do tego wywiadu z kwietnia 2016 roku dam w notatkach do tego wywiadu, więc nie będziemy się na tym skupiać. Spotkaliśmy się po to, żeby porozmawiać o tym drugim temacie, czyli o sprzedaży. Najpierw, zanim przejdziemy do tematu sprzedaży, to porozmawiamy o tej Twojej trzeciej książce. Czy możesz powiedzieć, kiedy ona wyszła? O czym ona jest?

WW: Ja przyzwyczailem swoich czytelników, że wydaję książkę co roku. Co rok to prorok, jak to się mówi. I co roku na Gwiazdkę, wiadomo dlaczego, to jest dobry okres. I teraz skąd pomysł? I o co chodzi? Obserwowałem sobie różne osoby w tej naszej branży nieruchomościowej, ale nie tylko, w Internecie i w branży sprzedażowej. I doszedłem do wniosku, że nie chcę być takim sprzedawcą, który wyskakuje z lodówki, który pompuje dziesiątki tysięcy złotych w marketing i jest go wszędzie pełno i nawija, jakich cudów on nie robi i tak dalej. Dlatego że po pierwsze zauważyłem, że jest to mało skuteczne. Po drugie, zauważyłem, że jest to dość ryzykowne. A po trzecie właśnie stwierdziłem, że wolałbym to robić w taki sposób, w jaki robią to tacy mistrzowie, którzy nie inwestują w marketing, za to świetnie sprzedają. I zacząłem się zastanawiać, co tacy ludzie robią, jak oni to robią i zacząłem trochę kopiować, zacząłem to podglądać, zacząłem to testować u siebie na swoich produktach. I trochę wiedzy z ubiegłych lat, z moich firm, bo ja tych firm trochę w życiu prowadziłem, większość sprzedażowych. I gdzieś to ubrałem w książkę, której głównym motywem jest to, żeby tak sprzedawać, nie sprzedając. Przekonywać, nie przekonując. Czyli sprawiać, żeby ludzie chcieli kupować. To tak ładnie brzmi, to jest dość trudne, ale jest kilka zasad, które mogą ci w tym pomóc i przede wszystkim sposób rozmowy z ludźmi i sposób promowania swoich produktów. I to są rzeczy, które wydaje mi się, że dość fajnie przedstawiam w „Nie sprzedawaj!”

GG: Kiedy ta książka się ukazała?

WW: Premiera była pod koniec listopada, zaczęliśmy wysyłki na początku grudnia. Tak że to jest kilka miesięcy, książka ma pół roku.

GG: Jeśli to jest książka o sprzedaży, to możesz powiedzieć, ile sprzedałeś?

WW: Mogę, tak. Wiesz do, dobijamy do trzech tysięcy egzemplarzy. W sumie nie najgorzej, biorąc pod uwagę, że tak naprawdę reklama jest zerowa. 😊 Wiesz break-even przy self-publishingu jest dość nisko.

GG: Oj tak. To porozmawiamy o samej sprzedaży, już nie o książce. Czyli o sprzedaży, a tak naprawdę tak jak powiedziałeś – o jej braku. I wiem, że Twoje podejście to w dużym skrócie: nie sprzedawaj, a pozwól kupić. I szczerze mówiąc, podobne podejście stosuję również u siebie w firmie. Bo tak naprawdę my jako biuro rachunkowe nie mamy u siebie działu sprzedaży. A co więcej, tak naprawdę przez kilka pierwszych lat działalności nie mieliśmy nawet własnej strony internetowej. Nie robię takiej klasycznej sprzedaży, takiej, że dzwonię do ludzi i namawiam do produktów.

WW: Weź mnie, weź mnie! 😊



GG: No właśnie, dokładnie. A tak naprawdę nadal się rozwijamy, to znaczy nie narzekamy na brak osób chętnych do współpracy z nami. To podejście jest mi bliskie, więc czy możesz w takim dużym skrócie powiedzieć, na czym ono polega?

WW: No właśnie. Mnie, Grzegorz, tak olśniło w momencie, kiedy zrobiłem sobie tę, w cudzysłowie, wolność finansową. Moja wolność finansowa to nie jest taka wolność, że dzisiaj rozmawiamy sobie w Warszawie, a ja na przykład stwierdzam, że od jutra jestem na Malediwach od pół roku i tam jadę. To jest bardziej taka wolność finansowa na zasadzie, że gdyby nie dał Bóg coś mi się stało, albo gdybym stwierdził, że nie będę pracował przez najbliższe pół roku, to powiedzmy, że te dochody pasywne opłacą wszystkie moje rachunki, podstawowe potrzeby. Natomiast wówczas, kiedy już miałem to bezpieczeństwo w postaci dochodów pasywnych, to stwierdziłem – i to też się zbiegło z problemami zdrowotnymi – stwierdziłem, że odpuszczam, że będę robił mniej szkoleń, że będę prowadził mniej negocjacji, już prowadziłem ich dużo mnie. Ale generalnie stwierdziłem, że odpuszczę. I okazało się, że im bardziej ja zacząłem odpuszczać, tym więcej osób chciało kupić coś ode mnie. Do tego stopnia to urosło, że później świadomie... To znaczy, na początku wymyśliłem sobie, że będę po prostu – mówiąc brzydko – ściemniał, że nie mam terminów na szkolenia, ale później się okazało, że faktycznie nie mam tych terminów i to całkiem szybko się okazało, nie musiałem nawet ściemniać. I okazało się, że im bardziej ja nie mam terminów, to oni tym bardziej chcą. I zacząłem się zastanawiać, jak to działa, zacząłem mocno inwestować w swoją wiedzę dotyczącą sprzedaży, mocno zgłębiłem techniki sandlerowskie i szkołę sprzedaży Sandlera. I okazało się, że jest mi to bliskie i teraz na czym to polega? Odpowiadając bezpośrednio na Twoje pytanie. Jest kilka zasad, w mojej ocenie, które budują tę sprzedaż niewymuszoną. Pierwsza sprawa jest taka, pierwsza podstawowa zasada: nie wciskaj. Wiesz, nagrywałem kiedyś wideo z jednym człowiekiem i zależało mi na tym, żeby umieścić tam jak najwięcej treści dotyczących negocjacji. Natomiast mój rozmówca cały czas mówił: no, jak ci się podoba, to udostępnij, udostępnij teraz wszystkim! A teraz to udostępnij! 😊 Tyle razy to było, że ludzie zaczęli pisać pod tym wideo, czy to jest film dotyczący tego, jak negocjować, czy jak prosić o udostępnienia? Wtedy zauważyłem, że ludzi to irytuje, że ludzi to po prostu irytuje. Pierwsza zasada była taka: zrób dobry produkt, pokaż się z tym produktem, czyli pokaż jakiś ułamek wiedzy tego produktu, daj jakiś sampling, ale dużo daj, daj dużo za darmo, żeby ta ekonomia wdzięczności też zadziałała, to sami ludzie będą chcieli kupić więcej, oni sami przyjdą po więcej, tylko musisz dawać dobry content. Zresztą to nie jest nic odkrywczego, to też pamiętam, że Michał Szafranski powtarzał, jak kiedyś rozmawiałem z nim na ten temat, że właśnie po pierwsze musisz dawać dobry produkt. Tak więc myślenie od sprzedaży ja bym zaczął od dobrego produktu, żeby mieć naprawdę świetny produkt. I kolejna rzecz, czy dawanie świetnego produktu za darmo nie jest ryzykowne? Bo to się może pojawić. I ja tak patrzę na moją działalność i to jest tak, pytanie jest następujące: ile ty jesteś w stanie jeszcze później dać wartości ludziom, jeśli oni będą chcieli za to zapłacić? I jeżeli w podcastach można znaleźć w Internecie 70-75% wiedzy, jaką ja przekazuję, w książce jest reszta, jest opisana na przykładach i taka bardziej usystematyzowana, można to sobie spokojnie w książce przeczytać, to pytanie, po co ktoś ma iść na szkolenie? I teraz okazuje się, że zawsze musisz zostawić trochę tej wiedzy najbardziej robiącej różnicę – właśnie na szkolenie, żeby ludzie nie byli zawiedzeni, którzy później przyjdą, którzy zapłacą.

GG: Z drugiej strony jeśli jesteś w stanie w ciągu godzinnego czy dwugodzinnego podcastu przekazać całą wiedzę, to znaczy, że ta wiedza nie jest wiele warta.

WW: 😊 Dokładnie! To jest druga rzecz.

GG: To znaczy że przekazujesz tylko kawałek.



WW: Kawaleczek, tak. I kwestia tego, jak rozbudowany jest to produkt. Bo na przykład kiedy sprzedajesz mp3, albo dajesz mp3 samplingową z całej płyty, to ona daje poczuć ten klimat, daje poczuć namiastkę tego, czego można się dowiedzieć. Jak sprzedajesz płytę, to też nie zastąpi ci to koncertu, tych ludzi, którzy tam są, tej atmosfery, tego odczuwania. Ja mam trochę łatwo, bo jeśli mam trening negocjacji, to żadna książka nie zastąpi trenowania, nie zastąpi tego, żeby się i z drugim człowiekiem rozmawiać, negocjować i tak dalej. Tak więc podstawowe zasady, o których chcę powiedzieć, to nie wciskaj, dawaj dużo za darmo, dawaj dobry content, doszlifuj ten produkt, pytaj ludzi o produkt, czy jest ok, co można w nim zmienić i tak dalej. I to są podstawowe rzeczy. Ale idąc dalej, jeżeli już coś sprzedajesz, to też nie rób tego nachalnie. Bardziej pokazuj: słuchajcie, mam coś fajnego, ciekawego, być może to was zainteresuje, ale nie wiem, czy to będzie was interesowało, ja wcale nie chcę tego sprzedać, ja mogę dopiero pozwolić wam to kupić. Czyli nie można przeinwestowywać w reklamę, lepiej się spotkać z influencerem i wzbogacić kanał, który on ma, o fajną wiedzę, być może dzięki temu on też doświadczy fajnych, nowych widzów i tak dalej, zadiata to obustronnie. Ale ty dzięki temu pokażesz fajny produkt, jego urywek, zamiast inwestować w reklamę na googlach czy Facebooku, czy w jeszcze inną formę reklamy. To jest kolejna rzecz. Co jeszcze? Sposób, w jaki reagujesz na obiekcje czy zastrzeżenia, to też ma duże znaczenie w sprzedaży. Czy ty od razu kontrargumentujesz? Czy robisz to w sposób taki, że na przykład przyznajesz rację drugiej stronie i w odpowiedni sposób rozmawiasz? Cała lingwistyka, która jest.

GG: Słowa, które sprzedają.

WW: Tak, o tym będę mówił na jutrzejszej konferencji, na której się widzimy.

GG: No właśnie, to żeby wyjaśnić sytuację – spotykamy się na dzień przed szkoleniem „Handel Mieszkaniem”.

WW: Tak.

GG: Na którym Wojtek będzie wygłaszał pierwszą prezentację, a ja ostatnią.

WW: Tak, właśnie. I chcąc, nie chcąc, właśnie nie sprzedając – sprzedaliśmy konferencję. 😊 Więcej o niej nie będziemy mówić, nie będzie Wam sprzedawać, bo i tak już dawno nie ma miejsc, tak?

GG: Właśnie, można kupić nagranie.

WW: A to sorry... I właśnie chodzi o to, że jest jeszcze jedna kwestia i to jest kwestia, gdzie myślę, że tu właśnie chowa się mój sukces i sukces osób, które obserwowałem, sukces sprzedażowy. Ludzie cię muszą najpierw polubić, po prostu ludzie muszą cię polubić! I teraz musisz być fajnym człowiekiem, musisz być człowiekiem do ludzi, musisz się interesować ludźmi, musisz z nimi rozmawiać, musisz być dostępny. Kiedy ja zrobiłem pierwszą książkę „NEGOCJUJ!” moduł do sprzedaży poprzez negocjowanie, na stronie, to wszyscy mówili, że jestem nienormalny.

GG: Pamiętam.

WW: Żebym zrobił jakiś skrypt, żeby pracownicy moi to robili i tak dalej. Ja powiedziałem, że nie, bo ja chcę mieć kontakt z czytelnikiem od początku. I wszystko fajnie do momentu, kiedy to było kilka, kilkanaście maili miesięcznie. Później nagrałem kilka podcastów, między innymi ten podcast z Michałem, który ma już chyba 400 tysięcy pobrań, odsłon. I powiedziałem: ludzie, negocjujcie ze mną, bo nikt nie negocjuje. I wtedy trochę stałem się ofiarą własnego sukcesu, bo okazało się, że tych



maili negocjacyjnych służyło po kilkadziesiąt dni, nowych. A to jest dopiero odpowiedź, a co dopiero prowadzenie negocjacji za pomocą maila. Z rekordystą wymieniłem 91 maili.

GG: A średnio ile wymieniałeś?

WW: Starłem się robić tak, żeby się zamykać w pięciu maksymalnie, że dwa, trzy maile to krótka przepychanka, a później do brzegu.

GG: Musiałeś sobie zrobić template. 😊

WW: Pozostawię to bez odpowiedzi. 😊 Natomiast powiem Ci taką ciekawostkę, i tu też jest dużo tej filozofii „nie sprzedawaj”. Bo ktoś przykładowo do mnie pisze „dobra, daję dychę”. I ja na przykład stosuję technikę udawanego zdziwienia „Ile??!!” Wiesz, piszę dwadzieścia wykrzykników, nawet nie piszę „dzień dobry”, nic takiego. I odpisując w ten sposób, ja już sobie weryfikuję, na ile ta osoba bardzo chce kupić, a na ile tylko mnie testuje. I okazuje się, że wszyscy, którzy chcieli kupić mój produkt, odpisywali „przepraszam, panie Wojtku, nie chciałem urazić, sam pan radzi, żeby negocjować...” Czyli widać było wyraźnie, że czują, że przegięli z tą ceną. I to tak naprawdę pozwala mi odfiltrować buyersów od non-buyersów, co jest zresztą też mega ważne, o tym powiem za chwilę dwa zdania, bo o tym piszę dużo w książce. Czyli osoby, które faktycznie są zainteresowane tym, co sprzedajesz i osoby, które faktycznie widzą w tym wartość i faktycznie będą miały wartość z tego, że to kupią. Bo to jest też mega ważne, prawda? Kolejnym elementem tego niesprzedawania jest to, że Ty musisz mieć tak dobry produkt, żeby on naprawdę robił różnicę Twoim klientom, żeby oni naprawdę coś zyskiwali, żeby oni naprawdę coś dostawali. To wtedy będą sami Cię polecać. Ale to wiemy obaj. I wiesz, później ktoś na przykład odpisywał „Tyle, co napisałem, 10 złotych, ha! I co teraz?” To ja odpisywałem „To chyba się nie dogadamy” i urywałem kontakt. I samo to, że pokazuję, że na siłę nie chcę nic sprzedać, to oznacza, że sam mam dużą sprzedaż i nie muszę sprzedawać, to oznacza, że to coś, co mam, jest warte twoich pieniędzy, więc nie można obniżać ceny. Wiesz, nawet w negocjacjach, mam takie przykłady z branży szkoleniowej, gdzie koledzy się – w cudzysłowie – sprzedają do firm po bardzo niskiej kwocie i później płaczą, że sampling zrobili tanio i później nie mogą wyjść wyżej nad tą cenę. I robią wiele szkoleń za bardzo marne pieniądze. Więc ta filozofia niesprzedawania, to nie jest tylko filozofia sprzedawania poprzez niesprzedawanie, ale to jest filozofia sprzedawania drożej, dzięki temu, że po pierwsze odfiltrowujesz tych non-buyersów, nie tracisz czasu na nich. Po drugie masz tak naprawdę klientów, którzy otrzymują realną wartość i kupują po to, żeby to im przynosiło korzyści i są w stanie więcej za to zapłacić.

GG: To pokazuje, że ta sprzedaż zaczyna się zanim ją zaczniesz. Może to źle brzmi, ale generalnie tak jest. Czyli tak naprawdę musisz najpierw albo to przygotowane, albo mieć co najmniej koncepcję dobrego produktu.

WW: Dokładnie, dokładnie. Lepiej mieć przygotowane. Są różne opinie, bo niektórzy mówią, że...

GG: Najpierw sprzedaj, później zrób.

WW: Tak, mówią, żeby najpierw sprzedać, potem zrobić. Ja też uważam, że zasada: zrezygnuj z perfekcji na rzecz zrobienia czegośkolwiek – jest dobrą zasadą. Chyba Robbins tak kiedyś mówił. Ja przyjmuję taką zasadę przy pisaniu książki, że nie wymyślam na początku całej książki i potem ją piszę, tylko co chcę w niej zawrzeć, to piszę, a później dopiero układam to w proces i tak dalej. Ale w przypadku sprzedaży uważam, że to może być para w gwizdek, że ty zrobisz show, pozyskasz jakieś audytorium...



wynajmistrz.pl

<http://wynajmistrz.pl>

wynajmistrz@wynajmistrz.pl

GG: A później nie dowiesz.

WW: A nie dowiesz później. 😊 Nie ma nic gorszego niż to, że nie dowiesz, prawda?

GG: Dobra, czy przypadkiem nie idziemy w takim kierunku, że jak masz dobry produkt, dobrze dopasowany do tej grupy docelowej, do której chcesz sprzedać, to ten produkt się sam sprzedaje, to nie potrzebujesz sprzedaży? I to jest łatwo powiedzieć. A co jeśli jest sprzedawca, gdzie produkt niekoniecznie jest taki prosty, niekoniecznie jest taki super, a mimo wszystko trzeba go sprzedać?

WW: Ja myślę, że przede wszystkim szukałbym efektywności, ja to nazywam tak, mam taki rozdział w książce „sell to buyers, not to non-buyers”, czyli przede wszystkim szukałbym efektywności wśród klientów, którzy rzeczywiście kupują tego typu produkty. Podam Ci przykład. Swego czasu wymyśliłem, że sobie zrobię konferencję, to jest jeden z moich odpalonych pomysłów, nigdy w życiu nie robiłem żadnej konferencji, więc od razu zrobiłem konferencję na 500 osób, stwierdziłem: a co mi tam! Na Facebooku zrobię wydarzenie, parę postów puszczyć, sprzeda się samo. Jak zapewne wiesz, samo się nic nie sprzedaje.

GG: Czasami się sprzedaje.

WW: Na początku coś tam się sprzedawało i później koniec. I okazuje się, że nie wiem, co robić, mam salę na 500 osób, w najlepszym przypadku zaproszę rodzinę, znajomych, sprzedam nerkę, opłacę, będzie dobrze, prawda? Oczywiście mówię to w formie żartu. I teraz okazuje się, że zacząłem wracać do wiedzy, którą z różnych szkoleń posiadałem i przypomniał mi się Jordan Belford, wilk z Wall Street, byłem u niego na szkoleniu.

GG: Sprzedaj mi ten długopis.

WW: Tak, ja mam akurat inną historię na myśli. On opowiadał o takiej historii, jak gazetę sprzedawał na osiedlu, takie bogate przedmieścia Stanów. Było 300 domów, obszedł 150, które nie miały gazety i próbował coś tam sprzedać. Nic nie mógł sprzedać, bo okazało się, że tak naprawdę ci ludzie, którzy nie mają gazety, w ogóle nie chcieli z nim rozmawiać. I później jakiś wujek mu powiedział na drugi dzień „idź teraz do tych, którzy mają gazetę i przekonaj ich, żeby kupowali od ciebie, a nie od konkurencji”. I akurat miał trochę szczęścia, bo do pierwszego domu, do którego przyszedł, okazało się, że zraszacz zmoczyły gazetę i taką paćkę facetowi pokazał... zapukał, pretekstem było, że ma paćkę dla niego, taką mokrą, facet tam aferę ukręcił, on później umiejętnie dokręcał ten ból, czyli pytał o konsekwencje i tak dalej. A w końcu wyciągnął swoją gazetę, opakowaną w piękną folię, niezmokniętą ani nic i szybko podpisał umowę. Ja myślę, że odpowiadając na Twoje pytanie, że najpierw szukałbym efektywności u klientów, którzy kupują, bo ich będzie łatwiej przekonać, żeby kupowali więcej, albo żeby po prostu zwiększyli zakupy, albo żeby dokupili coś nowego. Bo oni ci ufają. Czyli najpierw musisz zdobyć to zaufanie, tak? Ja mam takich klientów, którzy mi piszą na temat książek, ostatnio miałem takiego klienta, nawet chyba opublikowałem tę wiadomość, że facet mi napisał „Wojtek, jestem ci tak wdzięczny, po twoich obecnych książkach, tak mi pomogły, że jak czwartą książkę napiszesz o wypychaniu wiewiórek, to i tak ją kupię.” Niekoniecznie przeczytam, ale i tak ją kupię. 😊 Tak więc ja myślę, że szczególnie...

GG: To fani, a nie klienci.

WW: Tak, wiesz, ale Grzegorz, ale szczególnie, kiedy masz trudny produkt i taki – jak sam mówisz – który się sam nie sprzedaje, to szczególnie wtedy musisz zadbać, żeby ten człowiek Cię wysłuchał, żeby on najpierw Ciebie kupił. A druga rzecz, wydaje mi się, że wtedy musisz się szczególnie skupić na



rozmowie i na zadawaniu pytań i na poszukiwaniu chociażby bólu, który ma, kiedy nie ma tego produktu. Bo ból jest zawsze bardziej motywujący do zakupu niż korzyść.

GG: Ja bym do tego dodał jeszcze jedną rzecz. Oprócz tego, że musisz mieć dobry produkt, to jeszcze musisz być święcie, ale to święcie przekonany o tym, że to jest dobry produkt, wierzyć w niego. Bo nawet, jeśli masz super produkt, ale w niego nie wierzysz, to nie ma szans, żebyś go sprzedał.

WW: Tak. Wiesz, jest masa całych przekonań, ja te przekonania widziałem na przykład u pracowników banków, z którymi długo pracowałem, przez kilka lat pracowałem z bankami. To ludzie nie mieli przekonania do tego, co sprzedają. A jak nie mieli przekonania, to nie sprzedawali. 😊 Tylko to nie był ich produkt, to był narzucony im do sprzedaży. Nam, przedsiębiorcom jest trochę łatwiej, bo my te produkty sami budujemy, tworzymy i trudno jest nie wierzyć w swoje produkty. Natomiast jeśli macie takie produkty, które Wam ktoś narzuci, to po pierwsze, musicie sobie przypomnieć – ja zawsze mówię o psie, nazywa się Sir Lancelot bis, można to wygooglować, jak by ktoś chciał. Jest to pies rasy labrador, który kosztował 150 tysięcy dolarów. I teraz pytanie, czy zapłaciłbyś pół miliona za labradora? No nie zapłaciłbyś. I o co chodzi? Okazało się, że jakieś tam małżeństwo z Florydy, Nina i Edgar Otto, utkwili mi w pamięci, mieli labradora, małego labradora, który wpadł pod auto. A że nie mieli dzieci, nie mieli w ogóle rodziny, byli już staruszkami, wszystkie pieniądze, które zgromadzili okazało się, że chcą przeznaczyć, aby odzyskać tego labradora i zapłacili za klonowanie. Za klonowanie psa. I dostali dokładnie takiego samego psa, jakiego mieli wcześniej. Za 150 tysięcy dolarów. I teraz zasada – to że ja nie kupię, nie znaczy, że nie kupi nikt inny. To jest zasada, która mi przyświecała, kiedy zaczynałem swoją – w cudzysłowie – karierę w korpo, na kasie w banku. To ja miałem takie podejście: co za idiota bierze kredyt? Przecież to jest bez sensu, przecież lepiej sobie uezierać. Wiesz, teraz mam tyle hipotecznego kredytu, że lepiej nie liczyć. 😊

GG: Przed chwilą o tym rozmawialiśmy.

WW: Rozmawialiśmy, tak, że jakby nie miałem wystarczającej liczby doświadczeń, żeby zmienić przekonanie. Teraz już wiem, że kredyt hipoteczny przyjmę w każdych ilościach. Jak by ktoś chciał mi dać, to nie ma problemu, czekam. 😊

GG: W tej branży mamy problem, że chcemy brać kredyty...

WW: Tylko nikt nie chce dać.

GG: Nikt nie chce dać.

WW: Tak, tak. Ostatnio rozmawiałem ze znajomym, taka ciekawostka, pewnie sporo osób z nieruchomości nas słucha. Ten znajomy jest wiceprezesem dużego banku. I właśnie mówię mu, czy czasem nie podlega mu kredyt hipoteczny. On mówi: akurat mi podlega. Ja mówię: słuchaj, może byśmy zrobili wspólnie taki produkt dla osób, które inwestują w nieruchomości.

GG: Taki buy-to-let.

WW: No dokładnie. I on mówi: idź do jakiegoś niszowego banku, może oni się zgodzą. 😊 Ja pytam, dlaczego? To jest zbyt ryzykowna branża, ludzie od ryzyka by tego nie puścili. O to chodzi. Dlatego chyba zniknął, nie wiem, czy Własny Kąt Biznes jeszcze jest w PKO. Właśnie dlatego. Zresztą ja pamiętam, że on był etapami, były problemy, bo ja go brałem dwa razy. I kiedy raz go brałem, to nie było w ogóle problemu, a kiedy brałem go drugi raz – to taka ciekawostka – to okazało się już, że



musiałem dostarczyć im cesję z umowy najmu, cesję wierzytelności z umowy najmu. Więc mój najemca musiał podpisać, że jeżeli ja nie będę płać kredytu, to on będzie płać do banku. A wcześniej tego nie było, tak że to ryzyko gdzieś tam istniało.

GG: Rozumiem, że problem tego, dlaczego w Polsce jeszcze nie ma prawdziwego buy-to-let, to jak rozumiem rozmowa z bankami, ze specjalistami od kredytów.

WW: Myślę, że tak. Wiesz, branża ryzyka, grupa ryzyka, tabelki scoringowe i tak dalej.

GG: To dobrze, że wróciliśmy do nieruchomości, bo tak naprawdę obydwaj w tej branży działamy.

WW: Najlepsza branża na świecie.

GG: Zresztą to podcast o nieruchomościach.

WW: I najlepsza branża na świecie. 😊

GG: Dokładnie, więc wróćmy do nieruchomości. Natomiast chciałbym to połączyć, to Twoje podejście „nie sprzedawaj, tylko pozwól kupić” z nieruchomościami. Wśród moich słuchaczy czy też czytelników jest sporo osób, które komuś coś wynajmują, najczęściej są to mieszkania, którzy podnajmują mieszkania, którzy robią wynajem krótkoterminowy.

WW: Sprzedają flipy?

GG: Sprzedają flipy, czyli kupują i sprzedają. Czyli na jednym etapie muszą siebie sprzedać, na przykład żeby wynająć mieszkanie od właściciela i później je podjąć albo znaleźć okazję, a później mają ten produkt, który muszą sprzedać, znaleźć najemcę albo nabywcę na to mieszkanie. W jaki sposób to, o czym teraz rozmawialiśmy, można przenieść na tę branżę?

WW: Na przykład ta filozofia „nie sprzedawaj”, weźmy za przykład sprzedaż mieszkania.

GG: Tak, transakcja sprzedaży jest najczęstsza na tym rynku.

WW: Tak, teoretycznie obecnie jest łatwo, bo i tak w końcu sprzedasz, ale mamy taki rynek, jaki mamy. Nie wszyscy mają super mieszkania do sprzedaży, niektórzy mają jakieś nietypowe mieszkania albo takie, które są mniej chodliwe, w cudzysłowie.

GG: Albo po prostu chcą je sprzedać drogo.

WW: Albo tak. I teraz sam sposób, w jaki nawet odbierasz telefon i co mówisz na pytanie, czy jest aktualne? To już jest filozofią „Nie sprzedawaj! #PozwólKupić”. Na przykład ktoś dzwoni i pyta: dzień dobry, dzwonię w sprawie ogłoszenia, czy jest aktualne? I teraz najlepiej jest odpowiedzieć: teoretycznie tak. 😊 O co chodzi?

GG: Reguła niedostępności.

WW: Tak. I już ktoś sobie myśli: o kurczę, teoretycznie, to pewnie już ktoś tam jest, pewnie jakieś rozmowy były, no dobra pewnie jeszcze nie ma podpisanej żadnej umowy, ale ktoś się kręci. I automatycznie samo to już wzmaga chęć zakupu takiej nieruchomości. Dlaczego? Bo pewnie jest dobra. Bo są inni, którzy się interesują, a w myśli tego, co Cialdini pisał: jeśli inni się interesują, to znaczy, że jest dobre. Kolejna rzecz. Odpowiadanie na pytania, kiedy pokazujesz tę nieruchomość,



albo zadawanie pytań samemu. Ja zawsze mówię, że ten prowadzi rozmowę, kto pyta. Kiedy czasem nagrywamy na moich treningach negocjacji scenki negocjacyjne, to wyraźnie widać, kto ma przewagę w rozmowie. Kto ma przewagę w rozmowie? Ten, kto pyta. Wydać wyraźnie, że nawet jeżeli ktoś sprzedaje mieszkanie, to przecież może zadawać pytania kupującemu, na podstawie których może później bardzo fajnie to mieszkanie mu podprowadzić. Znaczący, podprowadzić... Zaproponować, bo podprowadzić to trochę złe słowo. Przykład. Co się spodobało w ogłoszeniu, że akurat to mieszkanie państwo wybrali? To jest taki szlagierowy przykład. I teraz ta osoba sama sobie sprzedaje to mieszkanie, prawda? „A wie pan, tutaj fajna lokalizacja, ja tu kiedyś chodziłem do szkoły...” i tak dalej. I dostajesz dwie rzeczy. Sam sobie sprzedaje, to jedno. Ale drugie – wiesz, jak odpowiadać na każde pytanie. A jak tu jest z dojazdem? – No jak pan wspominał, tutaj jest komunikacja, pewnie jak pan tu dawno mieszkał, to jeszcze nie było tramwajów... i tak dalej. I już możesz mówić pod to. I kolejna rzecz, w jaki sposób reagować na wszelkie zastrzeżenia? Na przykład zastrzeżenia potencjalnych najemców, gdzie masz mieszkanie na pokoje, a oni przychodzą i mówią: panie, ale jedna łazienka na pięć osób?! I teraz sporo osób w myśl sprzedaży takiej nachalnej, to będzie to argumentować, żeby od razu mówić: bo to, bo to, bo to... Prawda? I znowu, jak by zadziałała tutaj filozofia „Nie sprzedawaj! #PozwólKupić”? Można to zamienić na pytanie, zapytać się: jak rozumiem jest jakiś kłopot, tak? Ale co jest dokładnie problemem w tej sytuacji? Albo można od razu użyć techniki odwracania, typu myśli, myślało, okazało. Typu: no wiem, wiem, co pan myśli, ja też na początku się zastanawiałem, jak to będzie funkcjonować, ale kiedy pojawili się tu pierwsi najemcy, okazuje się, że tu nie ma żadnego problemu, bo to, to, to... Albo można odpowiedzieć na totalnym luzie, na zasadzie „nie zależy mi na sprzedaży”, czyli: a co, jedna łazienka na pięciu najemców? – No tak.

GG: Ja też się tego nauczyłem od Ciebie, to jest bardzo dobre.

WW: To wszystko pokazuje, że Ty mniej chcesz sprzedać niż ktoś chce kupić. Podam Ci jeszcze lepszy przykład. Czasem ciężko nam się gra negocjacyjnie z ludźmi, którzy grają swoją BATNĄ. BATNA to jest ta alternatywa, uproszczone to. Na przykład ktoś przyjeżdża do Ciebie na mieszkanie i mówi: wie pan co? Ja bym to kupił, ale cena taka wysoka... wie pan, bo ja w sumie dosłownie blok dalej widziałem takie samo, podobne, oglądaliśmy, wie pan, też trzy pokoje i w ogóle... ale tam 20 tysięcy taniej. No i znowu, jak ty zareagujesz na to? Czy Ty zaczniesz argumentować, że Twoje jest lepsze, bo bliżej tramwaju, bo coś tam, bo coś tam.. To znowu nie idziesz w myśl idei „nie sprzedawaj”, tylko idziesz w myśl idei „po prostu wciskaj”. Co trzeba zrobić? Można zaryzykować i powiedzieć: poważnie? Dwa bloki stąd jest takie mieszkanie? Wie pan, to może faktycznie lepiej tamto kupić. Dlaczego możesz tak zrobić? Bo skoro tamtego nie kupił, to znaczy, że coś tam jest nie tak. Szczególnie na takim rynku jak teraz, gdzie ludzie się rzucają na mieszkania i jak tylko są na mieszkaniu, to już zadatek dają. Śmiało się kiedyś z Pawłem Czerwińskim, to chyba na handlu mieszkaniami zrobił, prawda? Dał ogłoszenie na początku...

GG: Z bardzo niską ceną, 80 telefonów w trakcie szkolenia

WW: Tak i jeden człowiek z tekstem: jadę z pieniędzmi, nie wiem gdzie. 😊 To wiesz, jeśli ktoś Ci mówi: jadę z pieniędzmi, nie wiem, gdzie... To Ty możesz maksymalnie to wykorzystać jako sprzedający. Kolejna rzecz w myśli filozofii „nie sprzedawaj”. Kiedyś mówiłem ludziom: wystawiaj wysoko i jeśli się nic nie dzieje, to stopniowo obniżaj cenę, przynajmniej nie zaryzykujesz, że nie sprzedaż poniżej jakiejś tam wartości, którą mógłbyś uzyskać. A teraz mówię inaczej: wystaw rynkowo. Ale każdego, kto zadzwoni, mów, że teoretycznie jest aktualne, zbieramy właśnie oferty, bo jest wielu zainteresowanych, w sobotę jest dzień otwarty. I wiesz, ściągasz ich na dzień otwarty. Oni przychodzą na dzień otwarty i okazuje się, że przychodzi wiele osób, oni się mijają w drzwiach i tak dalej, i znowu Ty nie musisz nic sprzedawać, bo oni sami chcą kupić, prawda? Mało tego, możesz



sprzedać drożej niż chciałeś sprzedać, tylko: a, bo jest taka sytuacja, bo są już oferty, nawet wyższe niż ofertowa... I obserwujesz, co się dzieje.

GG: Tylko to można robić na rynku, gdzie popyt jest wyższy od podaży.

WW: Tak. A na takim rynku, gdzie tak nie jest, to mówimy o nieruchomościach, no to duże znaczenie ma zasada, którą też opisuję w książce, czyli najlepiej widoczny, widocznie najlepszy. I tutaj niesamowite znaczenie ma klikalność Twojego ogłoszenia na portalach. Ja ostatnio dużą, fajną wiedzę posiadam na ten temat, akurat jeszcze nie pisałem o tym w książce, pewnie będę chciał tę wiedzę usystematyzować i pewnie zrobić wideo albo na konferencji o tym opowiedzieć, bo okazuje się, że chociażby same algorytmy na portalach ogłoszeniowych, gdzie mamy wybrane sortowanie domyślne, czyli tam gdzie nie jest premiowane na przykład termin włożenia ogłoszenia albo coś innego, na przykład cena rosnąco, malejąco i tak dalej, w większości przypadków jest sortowanie domyślne, nie wiedziałem, że tak jest, dopiero się dowiedziałem od ludzi, którzy zarządzają tym portalem, no to się okazuje, że niewiele elementów w tym ogłoszeniu może zwiększyć jego klikalność wiele, wielokrotnie. I to są takie elementy, przykładowo przy sprzedaży domu, okazuje się, że jeżeli ogłoszenie ma na miniaturce pomieszczenia wewnętrzne, to ma o wiele mniejszą klikalność niż zdjęcie budynku. Bo ludzie, którzy kupują dom wiedzą, że to w środku można przearanżować dowolnie.

GG: Czyli kupują zewnętrzną bryłę, a nie wnętrza.

WW: Tak, w zewnętrznej bryle już wiele nie zmieniają, tam już niewiele da się zrobić, jest to drogie po prostu, remont elewacji, to są grube tysiące. Takie niuanse... czyli wtedy, kiedy jest gorzej, ty musisz być najlepiej widoczny, widocznie jesteś najlepszy, widocznie twoja oferta jest najlepsza. Jeśli już mam coś kupić, to kupię to. I tych niuansów jest wiele, chociażby to, kto szuka ogłoszeń. Okazuje się, że większość to są jednak kobiety. Większość osób szuka na smartfonach, więc znowu znaczenie tego pierwszego zdjęcia. Kwestia języka korzyści, jaki tam jest umieszczony. Śmiałyśmy się ostatnio, że jeśli mieszkanie jest na parterze, to trzeba napisać: idealne dla seniora.

GG: A jeśli do remontu, to...

WW: Do aranżacji. 😊 To słowotwórstwo. Może nie słowotwórstwo, ale lingwistyka.

GG: O tym będziesz opowiadał jutro na szkoleniu, to już nie będziemy wspominać.

WW: Nie będziemy, tak. I to jest śmieszna rzecz, że w tej filozofii „Nie sprzedawaj! #PozwólKupić” nie tylko są techniki, jak nie sprzedawać, jak nie sprzedając, sprzedawać, ale są też właśnie takie niuanse, które mogą czasem zdecydować o tym, że ktoś kliknie albo nie. Co ciekawe, informacja była taka od analityka z tego portalu, że samo dodanie dokładnego adresu nieruchomości już zwiększało klikalność chyba o 20%.

GG: To ten algorytm, który sortuje?

WW: Tak, ten algorytm wyżej wyrzuca, przez to że jest algorytm, który promuje dokładny adres w ogłoszeniu. Tych niuansów jest sporo i gdyby je tak zebrać razem, to się okazuje, że wcale nie musisz sprzedawać, wystarczy, że pozwolisz kupić.

GG: No właśnie i tym optymistycznym akcentem... mam jeszcze ostatnie pytanie.

WW: Dajesz!



GG: Wspomniałeś w kularach, że pracujesz nad kolejną książką. Czy możesz w paru zdaniach powiedzieć, o czym ona będzie i kiedy?

WW: A to widzisz, to mnie zaskoczyłeś, nie spodziewałem się tego pytania. Tak, to znaczy... ach to powiem od razu, o co chodzi. Piszę czwartą książkę, miałem się tym jeszcze nie chwalić, bo w maju nie ma co się chwalić, że się pisze książkę, jeśli się ją wyda w grudniu, wiesz jak jest. Natomiast...

GG: Będziesz miał motywację, żeby dowieść. 😊

WW: Tak, właśnie! I przeraziłem się tak jak z tą konferencją, ogłosiłem na Facebooku, to muszę zrobić. Wiesz co, stwierdziłem, że chcę pomóc trochę bardziej ludziom... zresztą ja w ogóle tak zauważam, że niesamowitą frajdę sprawia mi pomaganie. Nota bene nie wiem, czy wiesz, ale dziesięć tysięcy egzemplarzy „NEGOCJUJ!” został wylicytowany w sumie za ponad 1200 zł.

GG: Gratuluję.

WW: Super, niesamowicie się cieszyłem, bo te pieniądze trafiły do takiego chłopczyka, któremu groziła amputacja ręki. I mieliśmy taką rozmowę z człowiekiem, który to kupił i on mnie zainspirował trochę, żeby napisać taką książkę, bo on powiedział właśnie, że przydałaby się taka książka dla ludzi młodych, albo dla rodziców, którzy będą chcieli pomóc dzieciom, żeby dać im jakieś wskazówki, rady związane z inteligencją finansową, z jakimś pomysłem, co robić i jak dojść do tej wolności finansowej. Ja zadałem takie pytanie na uczelni, wśród studentów, kto z was chce być wolny finansowo? I prawie wszyscy podnieśli dłoń do góry, więc jest to dążenie ludzkości, żeby nie musieć nic robić. I stwierdziłem, że gdyby ktoś mi te 20 lat temu powiedział to wszystko, co ja wiem teraz, to...

GG: To byłbyś teraz w zupełnie innym miejscu.

WW: Byłbym prawdopodobnie dużo szybciej na tej wolności, dużo mniej bym zniszczył zdrowie i pewnie bym był gdzie indziej. Znacząca jest gdzie jestem, gdzie jestem, żeby nie było. Ale generalnie stwierdziłem, że ja dam coś od siebie tym ludziom i napiszę książkę, która będzie miała tytuł, prawdopodobnie taki będzie tytuł: Na drodze do wolności finansowej. Tam właśnie opisuję takie efekty motyla w życiu, czyli kwestia studiów, co warto robić, czego nie warto robić, czy warto iść na studia, kwestia pracy w korporacji, czy warto iść, a jeśli tak, to przez ile, jeśli tak, to co robić w tej korporacji, żeby na drodze do tej wolności finansowej skrócić dystans. Kwestie biznesów, które robiłem. Co mnie do wolności finansowej zbliżało, co mnie oddalało.

GG: Taka trochę autobiograficzna.

WW: Trochę tak, ale właśnie nie chcę pisać autobiografii, tylko chcę napisać przyspieszoną ścieżkę do wolności finansowej na podstawie własnych doświadczeń. I będzie to krótsza książka, myślę, że będzie miała mniej niż 200 stron. Dlaczego? Dlatego że młodzi ludzie nie mają za bardzo flow, żeby czytać, chcę ją zrobić bardzo przystępną. Oczywiście będę się starał pisać bardzo na przykładach, żeby była jak dobry kryminał, jak zwykle.

GG: Pewnie będzie to komiks.

WW: Nie, ale przede wszystkim będzie tańsza niż inne moje książki, żeby była też bardziej dostępna. Czyli będzie mniejsza, ale przez to mam nadzieję, że będzie też tańsza i bardziej dostępna dla ludzi, taki jest plan.

GG: Super. To w takim razie tym optymistycznym akcentem bardzo dziękuję za rozmowę.



wynajmistrz.pl

<http://wynajmistrz.pl>

wynajmistrz@wynajmistrz.pl

WW: Ja również.

GG: I podejrzewam, że do usłyszenia, nie wiem, za rok, za dwa?

WW: Miejmy nadzieję. Wiesz, Grzegorz, Ty mi jeszcze obiecałeś, a to się nagrywa, chyba że się to wytnie, ponieważ wiesz, że pomału rozkręcam vloga na YouTube, że pogadamy sobie o wolności finansowej, ale w kontekście płacenia podatków.

GG: Jak najbardziej, podtrzymuję.

WW: Yes! Super! Mam publiczną deklarację. Jak tego nie wytniesz, to będzie dobrze. 😊 Super, dziękuję za zaproszenie.

GG: Dzięki wielkie, Wojtek.