



## למכור זה בטבע שלנו האמת המפתיעה על שכנוע האנשים בחייו

דניאל ה. פינק Daniel H. Pink

נולד (1964) וגדל בארה"ב, למד משפטים, שימש ככותב הנאומים של סגן הנשיא אל גור, והחל משנת 1997 החל לפרסם מאמרים וספרים בתחומי הניהול וביניהם **ראש אחר** ו-**מוטיבציה** אשר תורגמו לעברית. ספרו האחרון **WHEN** (קישור מטה) אשר יצא לאחרונה ועוסק ביצירת "התיזמן הנכון" (Timing) זוכה אף הוא להצלחה רבה. **מידע נוסף כאן.**



TO SELL IS HUMAN | Daniel H. Pink | Published: 2012  
גרסה עברית: מטר הוצאה לאור | 2018 | כריכה רכה | 242 עמודים  
לרכישה ישירה: [הוצאת מטר](#), [סטימצקי](#), [Amazon](#)

**השורה התחתונה:** ספר פרובוקטיבי, קריא ומרתק אשר מציע לנו להתבונן מחדש על עולם "המכירות" שכולנו עוסקים בו כך או אחרת, להבין את משמעותו עבורנו ולאמץ גישות, שיטות וכלים אשר יסייעו לנו "למכור" יותר... מומלץ למנהלים, יועצים, מאמנים, מרצים וכל מי שעוסקים בתהליכי שכנוע והשפעה בכלל, ומכירות בפרט.

### חלק א - כן! כולנו מוכרים, כל הזמן... וגם אתם!

עולם המכירות "הקלאסי" זוכה אצל רבים מאיתנו למוניטין מפוקפק ולתדמית שלילית אותה מייצג הסטראוטיפ של איש המכירות החלקלק והקשקשן אשר מנסה למכור לנו בכוח מוצרים ושירותים שאיננו צריכים... הוסיפו לכך את המעבר המואץ לרכישה ישירה ברשת, ותגיעו למסקנה כי מדובר לכאורה בעולם "מת" שאבד עליו הכלח... אז זהו, שלא... טוען פינק בחלקו הראשון של הספר, בו הוא מציג תמונה שונה לחלוטין: נכון, "סוכני המכירות" של פעם הולכים ומתמעטים, אך במקביל נדרשים כמעט כולנו "למכור" לאחרים רעיונות, דרכי פעולה, עמדות, ועוד ועוד, בתהליכים אותם מכנה פינק "מכירה ללא מכירה". את הגורמים לשינוי זה מוצא פינק ב-4 מגמות מקבילות:

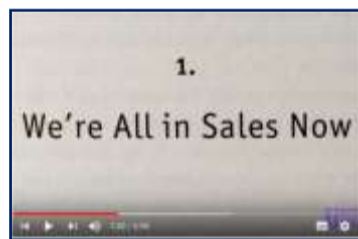
- עלייתם של העסקים הקטנים:** כ-30% מהעסקים בארה"ב (ומעל 90% מהעסקים בישראל - ע.ב.) הינם עסקים קטנים שבעליהם נאלצים, גם אם לא רצו בכך מלכתחילה, לעסוק באופן יום-יומי במכירה של מוצריהם ושירותיהם.
- שינויים מבניים בארגונים הבינוניים והגדולים:** בעוד שבעבר היו "אנשי המכירות" קבוצה קטנה ומובחנת בארגון, הרי שהיום כולנו מוכרים הלכה למעשה: בין אם באינטראקציות ישירות עם לקוחות הארגון, או ברמה הפנים-ארגונית בה אנו נאלצים "למכור" לעמיתינו ולממונים עלינו את הרעיונות, היוזמות ודרכי פעולה אשר נראות לנו נכונות יותר, כמו גם "למכור" לשותפינו ולכפופים לנו את הרעיונות, סדרי העדיפות והפעולות שאנו רוצים לקדם בשיתוף איתם.
- עלייתם המטאורית של תחומי החינוך והבריאות:** ניתוח היקפי המשרות בשוק העבודה האמריקאי בשנים האחרונות מראה זינוק של כמעט 50% (!) במספר המשרות בתחומי החינוך והבריאות, תוך צפי להמשך גידול מואץ בתחומים אלה גם בשנים הבאות. וכי מה לחינוך-בריאות ולמכירות? לטענתו של פינק גם כאן אנו מבצעים תהליכים של "מכירה ללא מכירה" – בהם עלינו לשכנע את תלמידינו ומטופלינו להקשיב לנו ולבחור את הצעותינו עבורם.
- שניים בחוקי המשחק וביחסי הכוחות:** אם בעבר היה איש המקצוע "בעל הידע" ומכאן גם האוטוריטה הברורה בתחומי עיסוקו והתמחותו, הגיעו ד"ר גוגל ומקביליו אשר מעניקים ללקוח מקורות ידע מקיפים הן באשר לאפשרויות הפעולה והן באשר לעלויות של משאבי כסף, זמן, סיכונים וכדומה. מכיוון שכך, כבר אין זה די באוטוריטה המקצועית ("אני יודע < אני קובע") או בעמדת הכוח העומדת לרשותנו ("אני השליט < אני המחליט") ועלינו "למכור" ללקוחותינו, כמעט בכל תחום אפשרי, את דרכי הפעולה הטובות והמתאימות ביותר עבורם, ולשכנע אותם בכך תוך הקשבה והבנה עמוקה של מכלול השיקולים המשפיעים על החלטותיהם ובחירותיהם.

### חלק ב - איך עלינו "להיות" כדי להצליח במכירות?

כדי לשפר את יכולות ההנעה, השכנוע והמכירה שלנו מציע לנו פינק לאמץ "מיינדסט" חדש ובו A-B-C חדשים: **התכווננות (Attunement):** היכולת לראות את מי שמולנו "מתוך ראשו" ולהתאים את המסרים הנכונים עבורו. **כושר "ציפה" (Buoyancy):** היכולת "להתעשת", לשאול את עצמך שאלות ולהתאים את עצמך לכל סיטואציה. **בהירות (Clarity):** במציאות בה הצד שמולנו עמוס במידע, שחלקו רק יוצר אצלו בלבול ומקשה על החלטותיו, עלינו לדעת לסייע לו להגדיר ולהמשיג מחדש את "הבעיה" הרלוונטית, ורק אז להציע לו את הפתרונות שלנו. המשותף לכל היכולות הינו המעבר מתפיסת "איש המכירות היודע ושולט" ל-"איש המכירות המקשיב והגמיש".

### חלק ג - אז מה לעשות?

בחלקו האחרון והתכליתי יותר של הספר מציע פינק גישות וכלים פרקטיים אשר ישפרו את יכולותינו, ב-3 תחומים: **נאום המעלית החדש:** 6 וריאציות עדכניות להעברת מסרים קצרים בעל-פה ובמצגות (ראו סרטון קצר מטה). **להשתמש באימפרוביזציה:** המעבר מפעולה ע"פ תרחישים קשיחים ומבוססי שליטה להתאמה יצירתית לסיטואציה. **לשרת:** הפיכת כל אינטראקציה לאישית יותר (מיקוד באדם) וכן המחשת משמעות הפעולה וההקשר הרחב שלה. בכל אחד מהתחומים מצרף פינק "ארגז כלים" ודוגמאות" הכולל הנחיות מפורטות ודוגמאות מוחשיות ושימושיות.



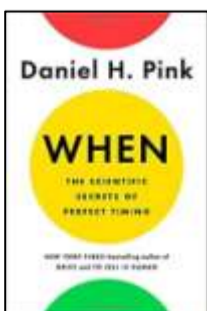
**אתר הבית של פינק**  
[אתר הבית של דניאל פינק](#)  
הכולל שפע מידע נוסף עליו ועל ספריו, גישה לניוזלטר דו-שבועי, סרטוני וידאו, פודקאסטים קצרים ועוד...

**וידאו 4:45 דקות**  
דניאל פינק מציג את 6 סוגי "נאומי המעלית" החדשים: פיקסאר (סיפור), דוא"ל (תועלת, סקרנות) חרוזים, שאלות, ציורים, "מילה אחת"

**וידאו 6:48 דקות**  
שורה של אנשי מקצוע מתחומי עיסוק שונים מסבירים מדוע הם אהבו את הספר (הנגשה, המשגה והיכולת לספר סיפור) ומה מצאו בתוכו עבור עצמם.

**וידאו 3:25 דקות**  
דניאל פינק על 3 התכוונות הנדרשות כיום להצלחה בעולם המכירות החדש: התכווננות (Attunement) ציפה (buoyancy) ובהירות.

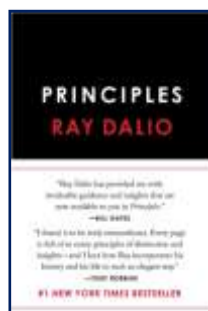
## חדשים על המדף: ספרי ניהול מומלצים נוספים שיצאו לאחרונה בישראל ובעולם



**WHEN**  
Daniel Pink



**Innovation By Design**  
Thomas Lockwood



**PRINCIPLES**  
Ray Dalio



**למכור כאילו יש מחר**  
לוטן סגל



**ענן של אפשרויות**  
מייקל לואיס



**למה? מרו ליביו**  
מרו ליביו

## BookReport | מפגשי הכרות עם מיטב ספרי הניהול - אצלכם בארגון

הזדמנות להכרות מהנה ומהירה עם אחד מספרי הניהול החדשים והמבוקשים בארץ ובעולם בהרצאה תכליתית ואנגרטית המלווה בסרטוני וידאו ושפע דוגמאות מעשיות להמחשה ויישום. מומלץ להעשרת מפגשי מנהלים, צוותי שירות, שיווק ומכירות, צוותי מש"א, ועוד... לתיאום מפגש ולמידע נוסף: 04.8312264, 054.4534227, [idan@managingbythebook.com](mailto:idan@managingbythebook.com)

