

Антон Берсерк

ТОП-Результат в продажах



На то, чтобы написать это ценное пособие, его автору Антону Берсерку понадобилось 13 долгих лет. 13 лет проб и ошибок, взлетов и падений, набивания шишек и головокружительно успешных сделок. Итогом этой работы над собой, над навыками успешных продаж и множеством проектов стала книга «ТОП-Результат в продажах», вместившая более 160 приемов организации и управления продаж, увеличения их количества и качества.

Данное руководство будет жизненно необходимо всем, кто так или иначе занимается любыми видами продаж, начиная от собственников бизнеса и заканчивая руководителями групп и отделов продаж. Создаете ли вы свой бизнес с нуля или развиваете уже действующий, занимаетесь продажами сами или обучаете персонал, — эта книга станет вашим действительно толковым помощником. Она поможет вам стать берсерком в менеджменте — бесстрашным воином, молниеносным и яростным, который первым бросается в бой и мгновенно побеждает противника.

Антон Берсерк «ТОП-Результат» в продажах

Берсёрк или берсёркер (др. — сканд. berserkr) — в древнегерманском и древнескандинавском обществе воин, посвятивший себя богу Одину. Перед битвой берсерки приводили себя в ярость. В сражении отличались неустовостью, большой силой, быстрой реакцией, нечувствительностью к боли.

Википедия

От автора:

13 лет я «убил» на то, чтобы вывести те приемы продаж и управления продажами, которые я изложил в данном руководстве. 13 долгих лет...

ДЛЯ КОГО: Данное руководство будет жизненно необходимо всем, кто так или иначе занимается продажами (любой вид продаж).

Кроме этого, руководство «ТОП-Результат» будет необходимо руководителям различного уровня. Всем кто управляет продажами, начиная от

собственников бизнеса и заканчивая руководителями групп и отделов продаж.

Кроме этого, руководство будет архивовремя всем предпринимателям. Для создания бизнеса с нуля, для развития действующего бизнеса.

Если Вы занимаетесь обучением и развитием персонала в продажах, то я рекомендую также внимательно изучить все материалы.

Всего более 160 приемов организации продаж, управления продажами, увеличения количества и качества продаж + постоянные обновления!

Данная полубиографическая поэма посвящена продажам и всему, что с ними связано. НО...

Здесь найдется пища для размышления и для руководителя и для собственника бизнеса, для бизнес-тренера и для маркетолога.

Кроме этого, я рекомендую изучить данную книгу всем, кто стремится улучшить качество своей жизни, потому что описанные приемы можно применять и в обычной жизни.

Вся наша жизнь — это одна сплошная продажа...

Посвящается всем, кто так или иначе смог повлиять на создание данной книги...

Посвящается всем, кто на острие атаки...

Вместо вступления к книге

«Да пошел ты...!» — так закончилась моя 3-х летняя карьера продавца в одной из торговых компаний нашей необъятной страны. Это были последние слова руководителя отдела продаж, с которым я работал. Почему такой конец?

Расскажу...

Именно в этой компании я уяснил одно золотое правило, которое необходимо знать и активно применять любому продавнику, который хочет иметь ТОП-овые результаты в продажах.

ПРАВИЛО: «Хочешь много продавать... БУДЬ ЭГОИСТОМ!».

Предыстория

Когда я пришел в отдел новичком я попал в дикое болото антитрудоголиков, пессимистов и разгильдяев. Сейчас, оглядываясь назад, я понимаю что такое устройство свойственно практически любой компании, где отдел продаж существует более 2-х лет. Тогда я этого не знал.

Воспитанный дедом-колхозником, я горел диким желанием много работать и зарабатывать очень много денег. Но не тут-то было.

С первых дней я вынужден был подстраиваться под «не совсем нормальные»

правила и ритуалы БОЛЬШИНСТВА. Для всех это было нормой. Имитация бурной деятельности достигала катастрофических масштабов (на мой взгляд). Лучшие конечно были, но даже они были как-то «недоделанными» до конца.

ВООБЩЕМ... ЭТО БЫЛО НЕ МОЕ.

Но... деньги в компании были... и я решил действовать. И это положило начало и одновременно конец моей славной карьере.

За 3 последующих года я стал ЛУЧШИМ из ЛУЧШИХ и одновременно нажил себе «доброжелателей» в лице практически всего руководства нашего славного отдела продаж, что в конечном итоге привело к нашему расставанию.

История рождения системы «ТОП-Результат»

Первое, что я начал делать — устанавливать контакты со всеми подразделениями, которые могли быть мне полезны в своей работе. Логика моих действий была проста. Чем быстрее происходит процесс, тем охотнее клиент покупает.

Я познакомился с бухгалтерией, познакомился с отделом отгрузки, познакомился с рекламщиками, познакомился с отделом сервиса. Медленно, но верно... где-то лестью, а где-то шоколадками я проложил себе дорогу во все жизненно важные

отделы компании. Перезнакомился даже с секретарем директора, с уборщицей и всеми технарями и айтишниками.

И это стало приносить свои результаты. Где-то счета быстрее выставлялись, где-то я был первый в очереди на отгрузку... Дело пошло. Я начал набирать очки. **ПРИ ЭТОМ Я БЫЛ ОДИНОК В СВОЕМ СТРЕМЛЕНИИ...** и это было дикостью для меня в тот момент.

Второй маневр, который я начал совершать — **Я БРАЛ ВСЕ, ЧТО ТОЛЬКО МОЖНО БЫЛО ПРОРАБОТАТЬ.** Все входящие заявки, трезвонил с утра и до вечера по холодняку, рылся в архивах отработанных заявок...

Клиенты пошли... их было много и приходилось появляться в офисе раньше всех и уходить позже всех...

ПРИ ЭТОМ Я БЫЛ ОДИНОК В СВОЕМ СТРЕМЛЕНИИ... и это было дикостью для меня в тот момент.

Пошли продажи... **МНОГО продаж!!**

Третий пункт ... за свои деньги (подчеркиваю)... за свои деньги... я начал тренироваться. Я посещал различные тренинги, читал кучу книг, общался на форумах и в социальных сетях.

Это помогло довести свои навыки до **сверхИДЕАЛА!**

ПРИ ЭТОМ Я БЫЛ ОДИНОК В СВОЕМ СТРЕМЛЕНИИ... и это было дикостью для меня в тот момент.

Пошли продажи... МНОГО продаж!!

Четвертый пункт ... по природе я очень любопытный человек. На всех собраниях я задавал много вопросов, уточнял детали, спорил и говорил свое мнение.

Обратил на себя внимание директора компании. Это был первый пункт в моем «расстрельном» деле))))

ПРИ ЭТОМ Я БЫЛ ОДИНОК В СВОЕМ СТРЕМЛЕНИИ... и это было дикостью для меня в тот момент.

Эпилог к вступлению

За три года работы в компании я собрал всю возможную мотивацию, я трижды был лучшим менеджером по итогам года.

ЗА ТРИ ГОДА Я СТАЛ ВЫНУЖДЕННЫМ ЭГОИСТОМ, КОТОРЫЙ ДУМАЕТ ТОЛЬКО О СЕБЕ И СВОИХ РЕЗУЛЬТАТАХ...

Я стал эгоистом, потому что всем остальным было это не нужно... всем было «все равно»...

Я стал «балластом» для своего руководства, потому что своими результатами я показывал

неэффективность их работы...

В конечном итоге... «Да пошел ты...!».

ВЫВОДЫ ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ СТАТЬ ТОПОМ

Годы спустя я понял одну простую вещь: «Друзей в продажах не бывает». Каждый должен работать сам за себя. Никакой коллективизации.

Нужно быть порядочным эгоистом и рьяно отстаивать свои «шкурные» интересы. Именно тогда появляется ЗОЛОТАЯ ЖИЛАААА!!!

Можно сотрудничать, можно общаться... Но в конечном итоге... Каждый сам за себя. Тогда в выигрыше оказываются все... и бизнес... и владелец бизнеса... и руководство...

Быть эгоистом в продажах выгодно... И теперь это не дикость для меня. Это норма моей работы.

Настроение статьи может показаться маразмом... **НО ДЛЯ МЕНЯ ЭТО СТАЛО АКСИОМОЙ!!!**

И так зародились приемы...

Приемы Продаж в стиле ТОП-Результат...

Уровень первый. Продавай сам в стиле «ТОП-Результат»

Вступление

Данная часть посвящена вопросам личных продаж.

На мой взгляд — это самая важная часть в любых продажах. Именно от правильности реализации данных стратегий зависит многое.

Для кого:

— Если Вы работаете менеджером по продажам, Вам будет крайне необходимо перестроить себя на сверхрезультативный режим работы. Иначе зачем вообще заниматься продажами?

— Если Вы только планируете заниматься продажами, Вам будет крайне необходимо понимать суть продаж еще до того момента, когда Вы начнете продавать. Это сэкономит Вам массу времени, нервов и конечно итоге денег.

— Если Вы управляете продажами, то Вам будет крайне необходимо понимать душу продавца. Вы обязаны знать суть продаж в полях. Это

позволит Вам выстроить грамотные процессы управления, которые будут нацелены на способствование достижения сверхрезультатов.

— Если Вы собственник бизнеса, то Вам будет крайне необходимо понимать суть продаж Вашего продукта. Так Вы будете на одной волне со своими людьми. Это важно. Понимая людей и их сложности, Вы сможете построить сильный бизнес.

— Если Вы только-только пришли к идее создания собственного бизнеса, Вам крайне необходимо будет правильно запустить продажи, дабы не наломать дров и быстро выйти на окупаемость бизнеса. Иначе зачем бизнес создавать?

Что лежит в основе результативных продаж?

На самом деле все достаточно просто.

В основе больших продаж всегда лежит лишь один фактор: **СОЛИДНОСТЬ ПРОДАВЦА.**

Отсюда и растут все ноги. На это и нацелены все приемы описанные в данной части.

Продавец должен работать солидно. Солидность порождает спокойствие, последовательность и главное — продуманность всех действий при работе с клиентом.

Все приемы, которые мы будем с Вами разбирать в данной части нацелены на отработку этого важно качества.

Каждый прием поможет Вам в конечном

итоге обрести покой. Вы перестанете нервничать из-за мелочей, Вы сможете сконцентрироваться на главном.

Вы сможете сконцентрироваться на клиенте и на его потребностях.

Вы станете работать разумно, без суеты и спешки.

Все остальное вторично. Все остальное придет со временем.

Развивайте свою СОЛИДНОСТЬ и это принесет Вам ожидаемые результаты. Только так и никак иначе.

Работайте с данной частью как с черновиком. Подчеркивайте, выделяйте, выписывайте.

Не бойтесь превратить данную книгу в черновик своих идей. Она для этого и писалась. Не превращайте данный труд в очередной полочный талмуд. Сделайте его настолько книгой-раскраской.

Иначе... все мои труды будут напрасными...

Хотя... зернышко за зернышком...

Отличного Вам путешествия в мир «ТОП-Результат»! ПОЕХАЛИ...

Прием 1. Осознай свою уникальность и принадлежность к элитной касте

Лично я всегда за объективность.

Никогда ты не будешь продавать много, если

не признаешь свое внутреннее превосходство над обстоятельствами и людьми.

Это факт.

Поэтому прием, который я применяю достаточно прост. Есть манифест продажника, который я сочинил 10 лет тому назад. И этот манифест делает свое дело и по сегодняшний день.

Достаточно его прочитать раз 10 и все встает на свои места.

«Кто ты?»

Шестерка, шестеренка, винтик?

Нет.

Если смотреть объективно, то именно Ты являешься тем самым звеном, которое является сильным в цепи событий современности.

Благодаря кому работает экономика страны?

Конечно благодаря тебе. Именно тебе отведена роль серого кардинала, которого не видно и не слышно, но дела которого определяют роль мировой экономики.

По сути... именно ты заставляешь деньги людей работать по полной программе... именно благодаря твоим трудам совершается оборот наличности и безналичности в обществе...

Именно благодаря тебе платятся зарплаты... именно благодаря тебе платятся налоги... именно благодаря тебе развивается государство...

Ты незримый врач общества.

Ты избавляешь общество от застоя денежных средств. Ты заставляешь деньги клиента работать. И он работает и приносит ощутимую выгоду. Как ни крути.

Кто ты?

Сила...! Сила, которой нет равных... Ты обладаешь даром творить историю.

Именно благодаря тебе мировая история наполняется чудесными событиями: строятся школы, детские сады, учителя и врачи получают зарплаты, наша армия получает самые современные средства защиты государства и даже космос осваивается благодаря тебе...

Почему так?

Потому что, кто кроме тебя будет заниматься продажами?

Кто будет толкать прогресс?

Никто. Только ты.

Поэтому иди и делай свое дело. Иди и делай историю. Делай так, чтобы не было стыдно за каждый прожитый день.

Можем ли мы не ошибаться?

Нет. Идеальных людей не бывает.

Не все нас понимают, не все нас поддерживают... не все видят в нас пользу... не все хотят делать то, что делаем мы...

Но это и неплохо. Кто-то должен делать и

другие дела. Кто-то должен производить, кто-то должен управлять... кто-то... но не ты...

Твое дело продавать... Иди и продавай...

Не все поймут... Ну и ладно... Тебе это и не нужно.

Ты на острие атаки.

Зачем ты здесь?

Зачем ты в продажах?

Кому и что ты собираешься здесь доказывать?

Никому и ничего не доказывай. Просто зарабатывай деньги и получай удовольствие. Остальное тебя не волнует. Остальное дело техники.

По цепочке все произойдет само по себе.

Зарабатывай деньги. Зарабатывай как можно больше. Чем больше ты продаешь, тем зажиточней твоя страна, тем богаче твое государство, тем счастливей твоя семья...

Думай о тех, кому продаешь. Думай. Думай о тех, кто покупает.

— Не навреди клиенту...

— Не ври клиенту

— Не прожигай свое время впустую...»

Все очень просто. Главное — это прочувствовать важность своей работы. Главное понять свое место в системе. И тогда дела идут в гору автоматически.

Ну а если без пыли...

Хороший продавец — солидный продавец.

Солидный продавец — гордый продавец.

Я горжусь своей работой. Я люблю свое дело.

Все что я делаю приносит осязаемую пользу не только для меня, но и для общества в целом. Вот основной посыл.

Вы когда нибудь видели хоть одного чемпиона, который бы выходил на ринг без широко расправленных плеч и гордой улыбки. А все почему?

Все потому, что он знает свою миссию... он знает важность того, что он делает... он заряжен... он ракета...

Кого-то мотивируют деньги... но если честно, за деньгами всегда стоит идея... идея помочь родителям, идея помочь обществу, идея помочь себе...

Распечатайте данный текст. Дополните его своими утверждениями.

Читайте его и вдумывайтесь в каждое слово.

Свой смысл придет со временем и когда он придет, ты будешь готов побеждать. Ты будешь готов «рвать» всех.

Перечитывайте го 1 раз в день 30 дней подряд. Без выходных.

Зачитай его вслух и запиши себя на диктофон. Слушай запись в свободное время. Программируй

себя.

Можешь сочинить свой текст манифеста.

Идея — это главный рычаг эффективной работы. Главный рычаг для реализации амбициозных целей.

Самопрограммирование себя — это важный элемент.

Когда чувствуешь принадлежность себя к глобальным процессам, всегда работаешь на 150 %.

Я повторяю себе постоянно: «Я самый крутой продажник и от моих действий зависит многое. И благополучие моей семьи и благополучие моей страны. За это стоит бороться.»

Прием 2. Запомни главные аксиомы продавца

Все просто. Когда понимаешь суть простых вещей перестаешь обращать на них внимание.

Главное — это беречь нервы.

Нервы — наше все.

Понимание дает возможность немного философски относиться ко многим вещам.

Это важно в результативных продажах.

Один из приемов, который лично я ценю больше всего.

Вообще можно и без них. Но с ними гораздо круче.

Познание аксиом мироустройства.

Это мои личные аксиомы. Я их вывел за последние 13 лет работы. Их я пропустил через себя и могу смело утверждать... я познал природу человека.

Если говорить более приземленно... эти аксиомы помогают мне не замечать многих вещей, через которые всегда сложно переступить...

Они помогают контролировать себя и беречь массу нервов. Они помогают работать с клиентами без лишних эмоций... без лишнего напряжения.

Их нужно понимать. Поймите их и Вы сможете «рвать» всех по результатам...

Аксиома 1.

Моя жизнь интересна только мне одному.

Безусловно в жизни ЧЕЛОВЕКА заинтересована мама и частично папа. Человек как инвест проект. В его жизни заинтересованы только спонсоры.

В остальном же... мы дико одиноки. Если повезет, то муж или жена будут о нас думать и помнить... если повезет, то дети также иногда вспомнят...

Но на 90 % наша жизнь интересна только нам.

Это важно понимать и воспринимать как факт. Это не повод сильно расстраиваться.

Если Вы хотите жить без проблем... то лучше активнее заботиться о своей жизни.

Еще раз подчеркну... это не проблема. Это факт, который имеет место быть.

Просто продавай и не пытайся никому и ничего доказывать. Зарабатывай себе на жизнь. Зарабатывай себе на хорошую жизнь.

Аксиома 2.

Достигнуть можно чего угодно.

Вопрос в реализации. Нужна стратегия.

Иногда стратегии и цели нужно менять. На всех высот не хватит. Если одна высота занята... лезьте на другую.

Либо скидывайте того, кто уже занял высоту.

Но еще раз... вопрос только в наличии стратегии.

Аксиома 3.

Ответы есть на любые вопросы.

Вопрос только в том, насколько активно Вы ищите ответы. Важно также... ГДЕ... Вы ищите ответы...

Аксиома 4.

Жизнь — это единственный повод жить.

Боритесь за жизнь любыми способами.

Существование того света еще никто не доказал... а вот существование этого света — это реальный факт. Хотя...

Оберегайте свою жизнь и здоровье. Сколько бы это не стоило.

Аксиома 5.

Борьба и компромисс — это единственный способ достигать в жизни того, чего хочешь.

Нужно идти до конца... нужно искать альтернативные пути для того, чтобы идти до конца... нужно уметь договариваться, для того, чтобы идти до конца...

Аксиома 6.

Спор не рождает истину. Обсуждение рождает истину.

Обсуждайте, а не спорьте.

Спор доводит до драки. Не более того.

Аксиома 7.

Деньги нужны.

В деньгах и счастье и покой.

Может когда-нибудь потом... в другой жизни... в другом возрасте...

Но не сейчас. Сейчас деньги нужны.

Аксиома 8.

Для того, чтобы учиться всегда нужен учитель.

И чем дороже учитель, тем выше вероятность того, что ты сможешь научиться.

Самоучители конечно могут помочь, но это потерянное время.

Аксиома 9.

Эмоции нужны только в сексе, при общении с родителями, любимыми людьми, друзьями и детьми.

Со всеми остальными эмоциями нужно прятать. Не распяляйтесь.

С клиентам нужно испытывать эмоции. С лаборантами в офисе испытывать эмоции не нужно.

Аксиома 10.

Тренируйте 3 уровня: физический, речевой, стратегический.

Важно все. Все имеет значение.

Тело, разум и речь, логика и реакции — это единое целое.

Можно тренировать тело отдельно, можно тренировать разум отдельно. Но лучше всего тренироваться комплексно.

Лучше каждый день минут по 30 минут на каждое направление.

Аксиома 11.

Все врут.

Примите это как факт.

Всегда перепроверяйте все. Всегда делите все на два.

Не переживайте по этому поводу. Это стандартная реакция человека. Это природа.

Не требуйте от людей нереального. Не требуйте от клиентов нереального.

Не расстраивайтесь из-за лжи. Это тоже самое, что расстраиваться из-за своей привычки дышать.

Аксиома 12.

Все в этом мире относительно.

Никогда и ничего не меряйте по себе.

Никаких догм.

Может быть все что угодно. Возможно все.

Не тратьте время впустую на объяснение непонятных вещей. Принимайте все как есть.

Почти все.

При работе с клиентами может происходить все что угодно. Воспринимайте все спокойно. Не мерьте по себе.

Аксиома 13.

Секс — это хорошо.

Как не крути. В любом возрасте.

Если у Вас в жизни нет секса — это не значит, что им не нужно заниматься. Это интересно, полезно и качественно развивает и тело и дух.

Хороший продавец активен везде.

Я не пропагандирую. Это мое личное мнение. Это моя аксиома, которую я вывел для себя.

От отсутствия секса возникает множество проблем в жизни человека.

Человек с эмоциональными проблемами продавать хорошо не может. Исключения конечно бывают. Но крайне редко.

Распечатайте данные аксиомы. И повесьте их перед собой.

Начинайте рабочий день с их прочтения.

Каждый раз когда клиент Вам врет... вспоминайте аксиому про ложь...

Каждый раз, когда Вы видите несправедливость... вспоминайте про Все относительно.

И так далее... все просто.

Прием 3. Тренируй нервную систему

Можно и без этого. Но с этим гораздо проще.

Есть несколько основных приемов, которые помогают натренировать нервную систему до пуленепробиваемого щита.

Зачем Вам хорошая нервная система?

А куда без нее в продажах?

Со слабыми нервами в продажах путь один... к алкоголизму...

Сталкиваясь с человеческими пороками и несправедливостями, нужно уметь уводить в сторону силу удара. Иначе никак.

Где мы больше всего теряем нервов:

— Переговоры с клиентами. Все виды. Начиная от обзвона и заканчивая живыми встречами.

- Диалоги с начальством
- Контакты с коллегами
- Контакты с родными и близкими
- Контакты с внешним миром. Новости, улица, транспорт.

Давайте с Вами распишем основные приемы контроля нервной системы.

Метод 1 «Дыхание»

Всегда контролируй свое дыхание.

Дыхание — наше все.

И деньги проще зарабатывать и людей проще убеждать.

Одни преимущества... Дышишь правильно — живешь!

Тренировать дыхание следует начинать с простых вещей.

◆ Способ 1. Слушай дыхание

Научись слышать свое дыхание. Для этого достаточно прислушаться к тому, как Вы дышите.

Этот прием меня всегда спасает в экстренных ситуациях. Сконцентрируйтесь на пару минут на своем дыхании. Услышите как работают Ваши легкие. 2 минуты и Вы в полном порядке.

◆ Способ 2. Дыхание по интервалам.

Опять же. В различных тупиковых ситуациях важно что? Спокойствие!

Снять напряжение очень просто. Попробуйте поработать над своим дыханием следующим образом: вдох на 4 секунды... выдох на 4 секунды. И так минут 5...

Снимает любое напряжение. Факт.

◆ Способ 3. Громкое дыхание

Очень хорошо снимает напряжение.

Попробуйте выдохнуть с криком... или с громким звуком. Лучше с криком.

Глубокий вдох и громкий выдох.

Когда меня все достает... я иду в коридор и там громко выдыхаю. Работает на все 100 %.

10-15 раз так выдохнешь и полный гуд.

◆ Способ 4. Дыхание с улыбкой.

Попробуйте совместить Прием 1, Прием 2 и банальную улыбку в 32 зуба.

Отличный прием.

2-3 минуты такого кайфа и Вам опять все ХОРОШО!

◆ Способ 5. Профессиональные тренировки.

Найдите тренера, который сможет правильно Вас тренировать различным дыхательным гимнастикам. Полезная штука — цигун.

Метод 2 «Зеркало»

Почаще смотришь в зеркало. Собственный вид успокаивает.

Накрыло?... Подойди к зеркалу и посмотри 5–7 минут на собственное отражение.

Метод 3 «Молчание»

Я лично стараюсь молчать большую часть рабочего времени.

Получается не всегда. Но стараюсь.

Наш мозг очень сильно напрягается от лишних разговоров.

Экономьте силы на работу с клиентом. Старайтесь в офисе и в дороге держать рот закрытым. Даже если Вам с усилием навязывают свои пустые разговоры коллеги и попутчики.

Метод 4 «Антивзгляд»

Старайтесь не смотреть людям в глаза в свободное от общения с клиентами время.

Я имею ввиду прохожих и пустословов.

Взгляд глаза в глаза отнимает очень много сил. Особенно у неподготовленного человека.

Когда я на улице, я всегда смотрю вперед на уровне груди или под ноги.

Кто чаще всего старается смотреть на улице в глаза?

Неудачники и слабаки. Либо мошенники.

Оставьте свой взгляд для клиента. Вот там

отрывайтесь по полной.

В спорте есть утверждение... никогда не смотри во время боя в глаза противнику. Это мешает сконцентрироваться и расслабиться.

Метод 5 «Записи»

Привычка вести записи успокаивает.

Когда человек пишет (не клавиатурой), он погружается в мини-транс. Потому что в этот момент работает мозг.

Лично я пишу рукой все: утренний план действий, заметки, наблюдения...

В день я совершаю до сотни записей. И это успокаивает.

Метод 6 «Еда»

Когда обедаете... жуйте по 30–40 раз. Это важно.

Не должно быть быстрых перекусов. Это вредно для желудка... но... это также вредно и для нервной системы. Нагружает дико.

Не торопитесь. Не ешьте на ходу. Это минимум удовольствия и при этом мозг гипер загружается.

Это касается также и курения. Никогда не курите на ходу. Лучше остановиться и покурить не

торопясь.

Вообще... учитесь все делать не торопясь. Это отличный тренажер для нервной системы.

Метод 7 «Контроль тела»

Отличный тренажер для нервной системы — это периодический контроль расслабленности тела.

Плечи опущены, дышим животом, лоб не сморщен, губы расслаблены, дыхание ровное, ладони и ступни расслаблены.

Лично я делаю эту процедуру по 10–15 раз в день.

Особенно перед входом к клиенту. Выдохнули, расслабились и пошли работать.

Результативность вырастает в разы.

Метод 8 «Порядок»

Порядок на столе — порядок в голове.

Каждое утро и вечер наводите порядок на столе и в сумке. Наводите порядок в карманах и в салоне автомобиля.

Успокаивает нервы. Проверено.

Метод 9 «Пешие прогулки»

Минимум 2 часа в день проводите на ногах.

Об этом сегодня много говорят и признаюсь я не каждый день могу себе это позволить. Но...

К этому необходимо стремиться.

Вышли на перекур... походите вокруг офиса.

Спускайтесь и поднимайтесь по лестнице.

На работу и с работы ходите пешком.

При желании, найти повод прогуляться можно всегда.

Метод 10 «Пауза»

Отличный прием по тренировке нервной системы.

Прежде чем отвечать на поставленные вопросы... берите небольшую паузу. Если Вы конечно не на детекторе лжи.

Отвечать нужно думая. От быстрых ответов обычно больше всего болит голова. Потому что отвечаем кое-как и невпопад.

Не бойтесь взять паузу и подумать над ответом. Контролируем дыхание. Расслабляемся и думаем.

Привычку напрягаться при ответах необходимо искоренять.

Избегайте в ответах и утверждениях таких слов как «нужно». Очень напрягающее слово. Вы берет на себя несуществующие обязательства, которые можете не выполнить.

Лучше иногда промолчать.

Метод 11 «Антиспор»

Всячески уходите от споров. Любых споров. Они дико напрягают мозг.

Лучше промолчать, лучше отвести взгляд. Очень... очень щадит нервную систему.

Метод 12 «Безразличие»

Старайтесь быть безразличными к окружающему Вас миру.

ВОТ ТЕПЕРЬ ПОДРОБНЕЕ.

Дословно. Старайтесь игнорировать окружающий Вас мир. Особенно офисный.

Внимательность — это одно. А вот попытка услышать и увидеть все происходящее — это огромный урон для нервной системы.

Если учесть, что там не происходит ничего интересного, то данный прием себя вполне окупает.

Займите себя чем-нибудь. Сплетни соседей слушать Вам ни к чему.

Подумайте лучше лишний раз о клиенте, чем обсуждать футбол к бездельниками.

Метод 13 «21 повторение»

Армейский принцип, который я перетащил в жизнь.

Хочешь, чтобы люди делали то, что ты просишь их сделать?... попроси их об этом 21 раз.

На моих глазах каждый день происходит гибель десятков тысяч нервных клеток из-за невыполнения данного правила.

Хочешь жить спокойно и без нервов?... не жди, что люди поймут тебя с первого раза... а уж тем более не жди, что делать начнут они все правильно без дополнительных напоминаний...

Метод 14 «Антиновости»

Старый добрый прием, который экономит мне кучу нервных клеток.

Существенно урежьте количество источников поступления новостей.

Я отключил дома телевизор и перешел на браузеры без новостей.

Я запретил коллегам обсуждать со мной новости мира. Я попросил не обсуждать со мной новости моих близких и друзей.

Оказалось, что есть куча народу с кем не о чем разговаривать. Вообще не о чем.

Экономит и нервы и время. А в конечном итоге и деньги.

Метод 15 «5 слов и точка»

В обычной жизни урежьте свой лексикон до коротких выражений. Отвечайте коротко и по делу. Без лишних эпитетов.

Оставьте эмоции и словоблудие клиентам.

Все остальное время старайтесь быть краткими и сдержанными. Это несложно.

Экономит нервы дико. Закаляет дико.

Метод 16 «Тренировка»

Утренняя зарядка, вечерняя зарядка. Дневная зарядка.

Загрузил Вас шеф на собрании?

Я обычно по лестнице хожу... походишь минут 10 и нервы приходят в порядок. Очень быстро.

Тело учиться и голова тоже.

Метод 17 «Все своё ношу с собой»

Не обсуждайте свои дела.

Не создавайте поводов для лишних вопросов.

Чем меньше Вы трепитесь на сторону о своих достижениях, тем меньше Вам задают вопросов.

Даже если и задают, всегда уходите в сторону от ответов.

Искреннего любопытства не бывает. Это бред.
Экономит нервы. Проверенно.

Метод 18 «Заполнение пауз»

Появилась пауза 10–15 минут?

Закройте глаза и помолчите.

Подышите носом. Глубоко глубоко.

Не нужно сразу лезть в свой смартфон или планшет.

Не разрушай свой мозг.

Метод 19 «5 минут тишины»

Обычно я ухожу в туалет и молчу. Просто молчу.

Каждый час. Чем чаще тем лучше.

Закрываю глаза и молчу. На зло врагам.

Или остаюсь после работы в офисе, когда никого нет и тишина в эфире.

Кайф.

Метод 20 «День тишины»

Утопия, но расскажу Вам о ней.

1 раз в месяц, Вы должны молчать.

Уезжать к чертовой матери и молчать. Всех по борту с их гемороями... Просто тишина.

Дети... жены... мужа... мамы... папы...
директора... сотрудники...

Всех в сад.

Лично я... отключаю мобильник... беру
удочки... и с раннего утра на любимый пруд...

Пачка сигарет... фляжка коньяка...
поплавок... и рыбки. И никаких уродов.

Метод 21 «Ранний отбой»

Ложитесь спать пораньше.

Больше здесь добавить нечего. Просто
ложитесь спать пораньше.

Это очень экономит Ваши нервы.

Рано ложись... рано вставай... рай.

Метод 22 «Ладони»

Клевый приемчик.

Купил я два тренажера для рук. Экспандер и
четки.

Очень четкий прием.

Чем больше Ваши ладони заняты, тем меньше
мозг реагирует на внешнюю среду.

Сам не ожидал.

Стараюсь при важном разговоре, всегда чем-то
занимать руки. Все нервы передаются в предмет.

Метод 23 «Спасибо»

Тоже наблюдение.

Чем чаще я культурный, тем спокойнее я становлюсь.

Не дураки были наши предки, которые сочинили культуру...

Культура спасает не наши души... культура спасает наш мозг.

Чем культурнее речь, тем меньше напряжения в голове.

Метод 24 «По имени»

Чем меньше Вы называете окружающих по имени, тем меньше Вы напрягаетесь.

Это собеседнику имя как бальзам. А Вам одно напряжение.

Оставьте эту привилегию клиентам.

Остальным можно и обождать.

Исключение для родных и близких.

Метод 25 «Питание вне дома»

Дико успокаивает нервную систему питание вне дома.

Завел привычку питаться в интересных ресторанах и кафе.

Дико нравится. Заметил, что перестал напрягаться из-за всякой бытовой ерунды.

Метод 26 «Звонок маме»

Почаще звоните своим родным и близким. Это расслабляет в любой ситуации.

Отличный прием.

Тренируйте.

Метод 27 «Коллекция фото и видео»

Отличный способ расслабиться и снять нервное напряжение — посмотреть фотографии из прошлой жизни.

10-15 минут и ты в полном порядке.

Заведите на работе альбом и периодически его просматривайте.

Метод 28 «Вредные привычки»

Извините... я не за пропаганду.

Но иногда... вечером выходного дня...

Очень помогает в некоторых ситуациях.

Главное — не перегибать палку.

Метод 29 «Летящей походкой»

Вы в курсе, что Ваша походка — это зеркало Вашей нервной системы.

Суетливая походка — напряженная нервная система.

Солидная походка — покой в голове.

Я лично всегда слежу за тем, как я хожу.

Широкий шаг, взгляд безумный...

Кроме шуток... Начните ходить солидно и нервничать станете гораздо меньше.

Метод 30. «Не критикуй»

Критика отнимает кучу нервов.

Никогда и никого не критикуй. Вообще. Никогда и никого.

В критике нет конструктива.

Отучай себя от этой привычки.

Политика, несправедливости нашего мира... все это должно проходить мимо тебя.

Закопай эту яму для себя и не попадайся в нее.

Каждый раз, когда возникает желание перемыть кому-нибудь или чему-нибудь кости... молчи. Молчи стиснув зубы.

Метод 31 «Не ной...»

Все решаемо.

Каждый раз, когда тебе хочется пожалеть

себя... помни. Это потеря нервов.

Ищи пути решения проблемы. Не ищи способы озвучить свою слабость.

Слабость — это удел слабаков. Победители всегда решают проблемы молча. Стиснув зубы.

Зачем тратить время на самобичевание и нытье?

Все равно придется решать вопросы... Вот и решай.

Метод 32 «Солидность»

Делайте все не торопясь. Смакуйте каждый момент своей работы.

Получайте удовольствие от каждого телодвижения.

Не суетитесь. Расслабьтесь.

Солидность побеждает.

Все достаточно просто.

Лично я... в той или иной мере прорабатываю все методики из данного приема.

Я давно убедился, что нервы нужно беречь.

Если честно, то все приемы я вывел самостоятельно... на собственной шкуре отработал. С удивлением потом некоторые приемы увидел в системах оздоровления.

Большинство я уже делаю на автомате.

Отработать данный прием просто.

Для начала выберите 2–3 методики, которые больше всего нравятся. Выпишите их на бумагу.

Возьмите обычный мобильный телефон и поставьте таймер на каждые 30–40 минут.

Выполните каждую методику... прочувствуйте и запустите таймер.

Таймер сработал... еще раз проработали методику. И так весь день развлекайтесь на здоровье. Таймер поможет не забыть.

Пару дней так поработайте и новые привычки начнут появляться.

Месяц другой так потренируйтесь и что-то обязательно прилипнет. Начнете уже более осознанно бороться за сохранение своей нервной системы.

В итоге:

◆ Наступили тебе на ногу в транспорте... подыши... подумай... и промолчи.

◆ Идешь по улице... смотри перед собой... не пялясь в глаза прохожим... иди... дыши и думай...

◆ Сидишь в офисе... молчишь... работаешь... соседи по борту... дышишь...

◆ Завыла пожарная сирена... остановись... подумай... спокойно проанализируй ситуацию... расслабься и посмотри по сторонам... потом решай проблему...

◆ Наорал на тебя клиент... промолчи...

подыши... расслабься... расслабь руки... возьми паузу и спокойно продолжай разговор...

Прием 4. Тренируй положительный настрой

Кроме лирики.

Отличное настроение — залог больших результатов.

И тренировать этот навык необходимо постоянно. Это факт.

Ну как продавать без улыбки?

Как дожимать без хорошего настроения?

Как сидеть на собрании с умным лицом и при этом не улыбаться собственному настроению? Дабы не впитывать негатив происходящего?

Как?

А никак... просто делай вот что:

Метод 1 «Улыбка»

Я 20 раз в день натягиваю на свое лицо улыбку.

Нет. Я нормальный и веселый парень

Но количество событий очень часто делает мою мимику в стиле Пьеро. По инерции.

Я заставляю себя улыбаться. Нравится мне это или нет.

И что вы думаете?... работает!

Медленно, но верно поднимает настроение.

Метод 2 «Нет Проблем»

Давным давно я встретил эту фразу и дико ее полюбил.

Это моя излюбленная магия хорошего настроения.

Это можешь?... Нет проблем...!

А это сделаешь?... Нет проблем...!

А это сможешь сделать?... Нет проблем...!

Говорите почаще это утверждение... так гораздо проще.

Вообще суперменом быть гораздо проще, чем гавнюком...

А при стремлении к большим результатам — это жизненно необходимо.

Метод 3 «Новый имидж»

1 раз в 6 месяцев меняй свой имидж.

Полностью меняй свой гардероб. Меняй прическу. Меняй цвет прически...

Меняй аксессуары...

Это бодрит. Очень бодрит.

Тем более, что этот метод помогает и при работе с клиентами... Радуйте своих клиентов своим новым обликом...

Какой артист в одном костюме выступает дважды...

Рекомендую...

Я меняю свой облик гораздо чаще.

Метод 4 «Подборка любимого видео»

Какое настроение без любимого видео.

Лично я поклонник Гади Хреново Петрович.

Могу смотреть бесконечно.

У меня есть секретный файл, где я собираю ссылки на любимые фильмы и видеоролики.

Обычно — это юмор. Хотя и есть классические фильмы и даже трагедии.

В любой момент... есть минутка?... поставь любимый ролик... и полный порядок...

Моментальное поднятие настроения...

Я не рекомендую копаться в Интернете долго... обычно начинаешь наткаться на всякую чушь... грустную...

А так... 5 секунд и настроение работает...

А обновлять такую подборку лучше вечером... перед сном... включите планшет и посмотрите, что нового в мире юмора...

И то... не чаще 1–2 раз в месяц.

Все достаточно просто.

Посмотрите на отработки методик укрепления нервной системы.

Все по той же схеме.

Ничего нового.

Кстати у методик укрепления нервной системы есть побочный эффект... они в том числе и поднимают настроение... так что используйте их в комплексе.

Прием 5. Сформируй стратегию работы с клиентом

Запомни одну простую вещь.

При работе с клиентом нужен четкий план действий. И этот план должен опираться на реальную стратегию.

Не работай спонтанно и хаотично. Это работа в никуда.

Пару раз сработает... а потом опять придется возвращаться к созданию плана действий.

Создавай план и работай по нему.

Это гораздо эффективнее.

Правила стратегий в продажах:

1. Плохих клиентов не бывает. Бывает только недоработка менеджера. Бывают клиенты не наши — это факт. Но таких нужно правильно продиагностировать и вовремя отсеять.

2. Продажа — это многократный контакт с клиентом. Чаще всего клиент покупает после 3–4 контактов с продавцом.

2. Не продавай в лоб. В 90 % случае продажа с первого контакта — это миф. Бывают исключения, но это всего лишь исключения. Не более того.

3. Все стратегии в продажах — это комбинация по формуле: Утверждение + Положительный момент + Обратная связь + Подведение итогов. Каждый контакт должен происходить по этой формуле.

4. Любая стратегия должна завершаться конкретным предложением.

5. Любое предложение должно завершаться договоренностями или подведением итога.

6. Любое предложение должно быть подкреплено письменным предложением. Можно прочитать, можно посмотреть. Обсуждение на пальцах недопустимо.

7. Временные интервалы между контактами должны быть минимальными. Чем больше времени проходит между контактами, тем быстрее остывает клиент.

8. Каждый контакт должен идти на положительном моменте. Положительный момент — это юмор, подарок, бонус, выгода.

Безусловно... это непростая задача и без опыта ее реализовать достаточно сложно. Но это не значит, что ее не нужно реализовывать.

В основном такие задачи должны ложиться на маркетологов и руководителей отделов продаж.

Именно в функции данных персонажей входит формирование стратегий.

Но если Вы оказались в одиночестве перед данной дилемой, то запомните одно простое правило и следуйте ему постоянно.

1. Постарайтесь разбить работу с клиентом на 4 контакта.

— 1 контакт: Знакомство + договоренности о втором контакте

— 2 контакт: Показ продукта + договоренность о третьем контакте

— 3 контакт: Формирование предложения + договоренность о четвертом контакте

— 4 контакт: Подведение итогов по предложению + переход ко второму предложению

— 5 контакт: Завершение сделки.

2. Не валите в кучу. Делайте паузы для того, чтобы клиент мог переварить вышесказанное. Каждый контакт не более 20–30 минут. Паузы могут быть разными. Все зависит от обстоятельств.

3. Разбавляйте контакт приятными для клиента моментами. Подарите маленький подарок, дежурные шутки, побольше смеха и положительного настроения.

Стратегии бывают разные. Формулы могут быть разными. Суть одна.

Мы разбиваем работу с клиентом на несколько контактов. Каждый контакт должен быть

логически завершенным и прописанным по пунктам.

Например:

Формула 4/10/30 — 4 встречи+10 звонков+3 предложения

Формула 1/10/3 — 1 встреча + 10 звонков + 3 предложения

Формула 5/3 — 5 звонков+3 предложения

Формула 5/3/3 — 5 звонков+3 емейла+3 предложения

Формула 1/3/2/4 — 1 посетитель+3 предложения+2 емейла в догонку+4 звонка

Все зависит от специфики бизнеса. Но важно одно... контактов должно быть несколько.

Чем больше контактов с клиентов, тем выше вероятность продажи. Дробление должно быть.

Еще раз повторяюсь... исключения возможны, но чаще всего это всего лишь исключения. Чаще всего все работает именно по этой схеме.

Почему так:

1. Когда клиент видит или слышит Вас в первый раз, он боится Вас и для того, чтобы привыкнуть к Вам ему необходимо время. Банальная психология. Именно поэтому я не рекомендую продавать в лоб. Сначала нужно побороть страх клиента и лишь потом можно переходить к продаже.

2. Когда страх клиента прошел, необходимо

поэтапно разогреть клиента. Для этого требуется еще 1–2 контакта. Если клиент замотивирован, то контактов будет меньше. Если клиент холодный, то контактов будет больше.

3. Когда клиент разогрет, то необходимо поэтапно дожать клиента. Дожимать в кучу неправильно. Разделите дожим на 2–3 предложения и поэтапно прорабатывайте их в течение нескольких контактов. Кучей клиент просто напросто не усвоит информацию.

Еще раз. Каждое действие должно соответствовать формуле: Действие + Положительный момент + Обратная связь + Подведение итогов.

Что нужно сделать для формирования стратегии:

1. Берем лист бумаги и расписываем работу с клиентом по контактам.

— 1 контакт. Что нужно подготовить к первому контакту, что нужно сделать во время первого контакта, что нужно сделать после первого контакта. Чем разбавляем положительным первый контакт.

— 2 контакт. Что нужно подготовить ко второму контакту, что нужно сделать во время второго контакта, что нужно сделать после второго контакта. Чем разбавляем положительным второй контакт.

— 3 контакт. Что нужно подготовить к третьему контакту, что нужно сделать во время третьего контакта, что нужно сделать после третьего контакта. Чем разбавляем положительным третий контакт.

— 4 контакт. Что нужно подготовить к четвертому контакту, что нужно сделать во время четвертого контакта, что нужно сделать после четвертого контакта. Чем разбавляем положительным четвертый контакт.

2. Полученный алгоритм прогоняем при работе с реальными клиентами и отсеиваем рабочие и нерабочие моменты. Доводим алгоритм до идеала.

3. Фиксируем полученный алгоритм на бумаге и используем как шпаргалки при работе с клиентами.

Прием 6. Формируй разогревочный комплект технологий

На самом деле все просто.

Слово неправильное... разогрев. Ну да ладно.

Что такое разогрев?

Разогрев есть трех видов:

1. Эмоциональный
2. Предметный
3. Стратегический

Эмоциональный разогрев

Само название говорит за себя.

Доведения клиента до такого состояния, при котором возникает симпатия и положительное отношение к Вам, к продукту, к компании.

Предметный разогрев

Осознание клиентом ценности продукта, сервиса при котором клиент начинает испытывать интерес и положительное отношение.

Стратегический разогрев

Действия продавца и компании в целом, при котором у клиента возникает симпатия и положительное отношение к продукту, продавцу и компании.

Вот это Вы и должны понимать. Вот это мы сейчас и обсудим.

Давайте разложим все по полочкам.

Элементы эмоционального разогрева:

1. Внешний вид продавца
2. Положительный настрой продавца
3. Подарки
4. Лесть
5. Смех
6. Жестикуляция на Удар

Элементы предметного разогрева:

1. Все способы попробовать продукт и детальное разъяснением
2. Все способы попробовать сервис и

детальное разьяснением

3. Все способы узнать компанию и специфику ее работы

4. Все способы прочувствовать профессионализм продавца

Элементы стратегического разогрева:

1. Многоступенчатая система работы без жима

2. Пунктуальность и исполнительность

3. Система обучения и вовлечения

4. Всесторонняя вовлеченность всех уровней

Вот теперь момент истины.

Хочешь много продавать?

Ответь на следующие вопросы максимально откровенно и ты поймешь, что тебе необходимо сделать.

1. Что ты знаешь про деловой стиль одежды? Сколько у тебя костюмов и какого они качества? Как часто ты чистишь обувь? Как часто ты бухаешь на протяжении рабочей недели? Как часто ты делаешь маникюр? Как часто ты освежаешь дыхание?

2. Как часто ты улыбаешься? Как часто ты ноешь от нереальности задач? Как часто ты критикуешь клиентов?

3. Как часто ты даришь подарки? Готов ли ты тратить собственные деньги на подарки клиентам? Как часто тебе дарят подарки и что ты при этом

испытываешь?

4. Как часто ты говоришь людям приятные для них вещи? Как часто ты делаешь комплименты себе? Сколько положительных моментов есть в тебе? Сколько положительных моментов есть в твоём соседе?

5. Ты умеешь смеяться? Посмейся сейчас... громко и откровенно! Как часто ты радуешься простым вещам? Оглянись... тебя радует небо над твоей головой?

6. Ты умеешь разговаривать и махать руками? Что ты знаешь о жестикуляции? Попробуй разговаривать 5 минут и помогать себе руками... Сложно? А теперь смейся, говори и маши руками одновременно.

7. Ты понимаешь разницу между рассказать и показать? Ты знаешь что значить дать клиенту попробовать самостоятельно воспользоваться продуктом? Сколько способов показать свой продукт ты знаешь? Я знаю 10 способов как показать свой... А ты? Способен разговаривать о своём продукте 20–30 минут без остановки... А ты? Я знаю минимум 10 технических свойств и характеристик своего продукта... А ты? Я знаю 10 способов как можно применить мой продукт... А ты? Ты задаешь вопросы клиенту, когда показываешь свой продукт? Ты получаешь обратную связь?

8. Ты понимаешь разницу между рассказать и показать? Ты знаешь что значить дать клиенту попробовать самостоятельно воспользоваться сервисом? Сколько способов показать сервис компании ты знаешь? Я знаю 10 способов как показать свой... А ты? Способен разговаривать о сервисе компании 20–30 минут без остановки... А ты? Я знаю минимум 10 технических свойств и характеристик сервиса... А ты? Я знаю 10 способов как можно применить сервис... А ты? Ты задаешь вопросы клиенту, когда показываешь сервис? Ты получаешь обратную связь?

9. Клиент знает где располагается офис твоей фирмы? Клиент видел твоего директора? Ты собираешь отзывы клиентов? А твой клиент читал их? А ты спрашивал, что он думает по поводу отзывов?

10. Ты объясняешь клиенту свой профессиональный опыт? Ты говоришь с ним о своих достижениях в продажах продукта? Ты говоришь ему сколько счастливых клиентов ты сотворил? Ты показываешь ему свои сертификаты и отзывы клиентов о твоей работе? Клиент знает о том, что ты готов сделать все что угодно, чтобы помочь ему досконально разобраться с продуктом?

11. Ты продаешь на первой встрече? Сколько в среднем контактов ты тратишь на одного клиента? У тебя есть план работы с клиентом? У

тебя есть список подарков, которые ты ему подаришь? Ты знаешь в какой момент нужно переходить к дожиму? Как определить разогретость клиента?

12. Ты вовремя приходишь к клиенту? Ты своевременно звонишь клиенту? Что ты знаешь об обязательствах? Ты обязательный человек?

13. Ты готов потратить 2 часа на то, чтобы досконально обучить клиента по работе с продуктом? Твоя компания обучает клиентов? Платно или бесплатно? Ты имеешь план обучения клиента? Твой руководитель готов вместо тебя обучить клиента? **ТВОЙ РУКОВОДИТЕЛЬ ЧАСТО ПОМОГАЕТ ТЕБЕ?** У тебя есть пошаговая инструкция по использованию продукта?

14. Твой руководитель может позвонить клиенту просто так... для знакомства? Ты можешь пригласить клиента в офис компании для знакомства?

Весело получилось. Но именно ответы на данные вопросы тебе покажут реальную картинку.

Вопросов на самом деле гораздо больше. Я привел основные. Копать можно глубоко. Но копать придется.

Отвечайте на вопросы и помечайте план своих действий.

Чего у Вас нет... делайте. Что сделать нет

возможности... записывайте в список будущих дел.

Разогрев — это последовательность действий, направленных на создание положительных эмоций у клиента, а также действия направленные на вовлечение клиента в процесс знакомства с продуктом, компанией, сервисом, продавцом и так далее.

Действуйте. Начинайте действовать.

Важный момент...

Записывайте все. Пишите шпаргалки для себя.

По мере формирования привычки шпаргалки уже будут не нужны. Но сейчас... записывай все. И перечитывай.

20,30-100 раз... Перечитывай и делай.

Прочитал и не сделал у клиента = 0.

Разогретому клиенту продать в 2–3 проще, чем не разогретому. Факт.

Важнейший секрет сверхрезультативных продаж.

Прием 7. Составь список способов сбора информации о клиенте

Я специально поместил данный прием после разогрева, чтобы сначала разогреть Ваш мозг и вложить в него истину.

Зачем собирать информацию о клиенте?

Все просто. Чем больше ты знаешь о клиенте,

тем проще продать. Больше Вам ничего не нужно знать и понимать.

Если я знаю, что клиент любит красный цвет... Как Вы думаете, какого цвета подарки я буду выбирать ему?

Если я знаю, что клиент любит оплачивать счета с 9 до 10 утра... Как Вы думаете, когда я постараюсь приехать к нему со счетом на оплату?

Если я знаю, что директор женщина... Как Вы думаете, стоит ли мне обратиться еще раз свое внимание перед встречей на то, как я выгляжу?

Важно все... любые детали. И собирать их нужно уметь.

Прием простой. Необходимо составить список вопросов, на которые Вы хотите получить ответы. Ориентируясь на данный список, Вы с легкостью сможете оценивать любого клиента.

Я приведу Вам пример того, как я обосновываю диагностику для себя. Прежде чем работать с клиентом, я открываю свой список вопросов и внимательно перечитываю его.

Простой пример, который легко переделать под себя.

Диагностика клиента имеет 3 уровня:

- ◆ Стратегическая
- ◆ Техническая
- ◆ Психологическая

Стратегическая диагностика

- ◆ Опыт использования продукта
- ◆ Сколько платили раньше
- ◆ Осведомленность о продуктах конкурентов
- ◆ Какие продукты были использованы (марки, названия, характеристики)
 - ◆ Какая компания раньше продавал продукт клиенту
 - ◆ Причина отказа
 - ◆ Как давно перестали пользоваться
 - ◆ Проходили ли обучение
 - ◆ Кто в организации принимает решение по оплате счетов
 - ◆ Как выглядит процедура принятия решений
 - ◆ Есть ли юрист
 - ◆ Есть ли системный администратор
 - ◆ Есть ли коммерческий директор
 - ◆ Есть ли опыт использования сервиса
 - ◆ Пользуются ли источниками получения информации по продукту (сайты, газеты и пр.)
 - ◆ Как часто пользуются Интернетом для сбора информации по продукту
 - ◆ Какие сайты используются для сбора информации
 - ◆ Кто из знакомых пользуется и чем
 - ◆ Какая цена приемлема и допустима (с точки зрения разового платежа и ежемесячного платежа)

Техническая диагностика

- ◆ Находим и изучаем сайт клиента (сколько разделов, страниц, наполняемость, обновляемость)
- ◆ Проверяем информацию по клиенту через поисковую систему (новостные ленты, анонсы, участие в выставках)
- ◆ Оцениваем современность клиента (красивые номера, соц сети, 8800, примочки к сайту, автоответ по телефону, атс)
- ◆ Находим данные о руководстве
- ◆ Оцениваем район расположения офиса
- ◆ Оцениваем бизнес-центр (возможные затраты на аренду)
- ◆ Оцениваем офис клиента (ремонт, отделка, мебель, кухня, отдельные кабинеты)
- ◆ Оцениваем оргтехнику клиента (компьютеры, принтеры, мониторы, ноутбуки)
- ◆ Оцениваем аксессуары (мобильные телефоны, брелки от машин, ювелирные украшения)
- ◆ Взаимоотношения сотрудников (наличие дисциплины, иерархия, системность)

Психологическая диагностика

- ◆ Степень уютиности в офисе (наличие руки

хозяйки)

- ◆ Как клиент реагирует на шутки
- ◆ Как клиент реагирует на комплименты и лесть
- ◆ Как клиент реагирует на вопросы про ЛПР
- ◆ Степень интереса к предложению
- ◆ Реакция на разговоры по цене (в том числе и реакция на скидки)
- ◆ Реакция на подарки и бонусы
- ◆ Общее впечатление по типу клиента (весельчак, скептик, середнячок, моль)
- ◆ Общее впечатление по открытости клиента (солюю все что знаю, отвечает... но не на все вопросы, полностью закрытый клиент)

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ДИАГНОСТИКИ:

1. Чем больше мы знаем о клиенте, тем больше зон воздействия мы имеем для продавливания своих интересов

2. Чем больше мы знаем и понимаем о клиенте, тем больше вероятность быстрой продажи (экономит время от знакомства до совершения сделки)

3. Чем больше мы понимаем клиента, тем проще его разогреть и в конечном итоге убедить

Отработка приема

Переделайте данный список под свои цели.

Включайте только значимые вопросы, которые действительно будут полезны Вам при продаже.

Выучите этот список вопросов наизусть, чтобы они были у Вас в голове.

Напишите вопросы на бумажке и используйте как шпаргалка.

Одно НО...

Я привел пример с указанием направлений для рытья... Вопросы безусловно необходимо формулировать по науке.

Я не буду останавливаться на принципах формирования и правил задавания вопросов. Об этом сегодня написано предостаточно информации.

Прием 8. Разработай стратегии дожима

Запомните одну простую вещь. Нет дожима — нет сделки.

И еще один важный момент. Нет предложения — нет дожима.

Это очень важно понимать.

Для примера.

Можно ли жениться не сделав предложение девушке? Теоретически можно... а по факту... вряд ли...

Можно ли жениться, сделав предложение и не подав заявление в загс с выбором даты бракосочетания? Теоретически... даже теоретически вряд ли...

А еще... ты предложение сделал, а девушка отказывается... Что ты делаешь?

Правильно... еще раз все с ней проговариваешь, даешь ей время на подумать, даришь подарки, просишь своих папу или маму с ней поговорить, просишь ее маму или папу с ней поговорить, просишь друзей с ней поговорить...

А еще... ты говоришь, что можно подать заявление и до бракосочетания всегда есть возможность передумать (мы же лукавим зная, что главное получить согласие)... А еще ты говоришь... «Любимая... если ты усомнишься во мне, мы в любой момент можем расторгнуть брак... это же формальность?»

Дабы не давить, ты берешь паузу, чтобы вернуться к данному разговору еще раз через пару недель или месяцев...

Знакомо?

А можно ли иначе? Вряд ли... девушки же такие непостоянные, такие все сомневающиеся... такие все воздушные...

Лошара отступит сразу же после одного отказа... А вот настоящий герой, любящий герой всегда будет пробовать... пробовать и идти до

конца.

О чем говорит данный пример?

Все просто.

Чтобы продать, необходимо сделать предложение клиенту. Конкретное предложение.

Сделав предложение, необходимо получить обратную связь и согласовать все детали сделки.

Если готовность клиента минимальная, то ты начинаешь действовать по схеме жениха...

И при этом... если ты действительно любишь своего клиента, если ты веришь в необходимость сотрудничества, то идти ты будешь до самого конца... пока не услышишь заветное ДА...!

Как Вы думаете с чего я начну?

Все правильно... старая занудная долбилка.

Дожим бывает 3-х видов. Угадайте какие?

Правильно:

1. Эмоциональный

2. Предметный

3. Стратегический

Эмоциональный дожим

Давим на эмоции клиента

Предметный

Давим на конкретные, физически реальные факторы.

Стратегический

Работает по заранее отработанным схемам вовлечения сторонних факторов.

Эмоциональный дожим

- Давление на совесть
- Давление на пережитые моменты
- Давление на высокие материи
- Давление на расставание
- Давление на жалость
- Давление на профессионализм
- Давление на амбиции
- Давление на комфорт и удобство
- Давление на жадность

Предметный дожим

- Давление на продукт/сервис
- Давление на разнообразные финансовые

схемы

- Давление на бонусы и подарки

Стратегический дожим

- Вовлечение новых персонажей
- Паузы с рывками
- Смена сбытовых стратегий

Давление на совесть

Я же столько времени отдал на то, чтобы Вам все показать...

Ну имейте совесть... это же Вам необходимо!

Давление на пережитые моменты

А помните Вы говорили, что Вам понравилось это...

Ну Вы же сами говорили, что Вам понравилось это и это...

Давление на высокие материи

Безусловно, став наши клиентом Вы совершите великий поступок...

Это будет настоящий праздник... мы ценим Ваше доверие...

Давление на расставание

Я так привык к Вам... А Вы?

Это будет неправильно... мы созданы друг для друга...

Давление на жалость

Блин... меня же уволят... если я не выполню план...

Мне немного не хватает до плана... Помогите!

Давление на профессионализм

Но Вы же профессионал... Как без этого работать?

Я знаю, что Вы как настоящий профессионал оценили наш продукт...

Давление на амбиции

Пора подтверждать свой статус... Вы достойны этого!

Очень достойно... очень винтажнo... надо брать.

Давление на комфорт и удобство

Вы созданы друг для друга... посмотрите Как Вам удобно!!

Это действительно комфортно... Ну?!

Давление на жадность

Мы сейчас все продаем по ценам 2014 года...
Дальше будет дороже...

Таких скидок больше не будет...

Давление на продукт

Мой железный принцип... никогда не
продавать kota в мешке... и Вы в этом убедились...

Давайте я еще раз покажу продукт...

Давление на финансовые схемы

Есть отличная возможность все это купить в
кредит...

Специально для Вас я выбил рассрочку на 2
месяца...

Поздравляю... я уломал руководителя...
оплатить сможете завтра...

Мы готовы работать от поставки до
поставки...

Специально для Вас я приберег сюрприз...
СКИДКА 15 %!!!!!!

НЕ ПРОБЛЕМА... ПОМИМО НАЛИЧКИ
МЫ ПРИНИМАЕМ КАРТЫ И ЭЛЕКТРОННЫЕ
ДЕНЬГИ...

В любом случае мы гарантируем возврат
средств на случай если что-то Вам не понравится...

Давление на бонусы и подарки

Сегодня день сюрпризов... покупаете
сегодня... кофеварка в подарок...!!!

...смотрите... отжал специально для Вас...
вот этот замечательный бонус...

Вовлечение новых персонажей

Привлеки руководителя для повышения статуса сделки

Вовлеки новых персонажей со стороны клиента

Привлеки коллегу для эффекта третьего лица

Временные стратегии

Сделай паузу... дай клиенту подумать.

Смена сбытовых стратегий

Прогоните продажу заново... покажите еще раз продукт

Говорите тише... говорите громко

Переходите от конструктива к эмоциям и наоборот...

Если клиент упертый... будь паинькой... если клиент паинька... будь упертым...

Следующий момент.

Для того, чтобы дожим был конструктивным, у Вас всегда должно быть реализовано следующее правило:

— Всегда имей 3–4 предложения разного типа

Проработал одно предложение... получил обратную связь... перешел к следующему предложению

Например:

Предложение 1.

— Типовая цена

— Бонус 1

— Бонус 2

Предложение 2.

— Цена со скидкой

— Бонус 1+2

— Бонус 3

Предложение 3

— Продажа в рассрочку

— Бонус 1+2+3

— Бонус 4

Так проще торговаться. Клиент должен всегда иметь возможность выбирать.

ОЧЕНЬ ВАЖНО

Все предложения должны быть оформлены письменно. Клиент должен взять предложение в руки, порисовать на листочке, повыделять и так далее.

Никаких объяснений пальцами в воздухе.

Кроме этого... очень эффективно работает прием последовательного изложения с рисованием цифр и утверждений на бумаге.

«Смотрите... давайте я Вам покажу... что Вы получаете... давайте возьмем лист бумаги и все разрисуем по пунктам.»

И пару полезных приемов:

Работайте на утверждении. Слова — паровозы — «Давайте...», «Смотрите...», «Я гарантирую...»

Работайте на суммировании... «Во-первых... во-вторых... в-третьих...»

Активно работайте с жестикуляцией... загибайте пальцы... колдуйте...

Говорите громки и уверенно... не потому, что это красиво... а потому, что клиент Вас услышит... бубнилку под нос сложно услышать.

Возьмите лист бумаги и подробно распишите все элементы дожима, которые есть у Вас в распоряжении: подарки, бонусы, схемы, стратегии.

К каждому способу придумайте текстовку... приблизительную текстовку... что и когда говорить... Так проще уйти от импровизации. Особенно если Вы новичок.

С опытом надобность текстовок отпадет.

Помните формулу:

Предложение + Обратная связь + Пауза +
Переход к новому предложению

Выбрали предложение и дожимайте его стратегиями. Всеми доступными стратегиями.

Вспомните пример про жениха...

Можно ли передать клиента?

Конечно можно... С опытом придет понимание, когда нужно делать паузы и когда нужно останавливаться...

Ошибаться Вы все равно будете много. Не без этого. И это нормально.

Тренируйте навык дожима... без этого стать

сверхрезультативным невозможно.

И в заключении...

Опять вернусь к примеру с женихом

Предложение нужно делать будущей жене...

Дожимать нужно будущую жену, а не ее маму...

ХОТЯ ИНОГДА БЫВАЕТ И НАОБОРОТ. Но очень редко.

Работайте на дожипе с целевой аудиторией.

Дожим непользователя — это как головой об стену. Все усилия в никуда.

Тренируйте диагностику. Выявляйте конечного пользователя и работайте именно с ним.

Другой вопрос, что иногда для дожима конечного пользователя приходится привлекать союзников — это факт. Иногда приходится прыгать через голову конечного пользователя — это факт.

Особенно это актуально для коммерческого сектора. Решения чаще всего принимают директора — это факт. Но если Вы продаете канцелярию, то в первую очередь придется договариваться с офис-менеджером. А вот для дожима офис-менеджера иногда приходится идти к директору... — это тоже факт.

Вся сила в диагностике.

И последний момент.

Дожимаешь по телефону?

Разговаривай с клиентом стоя, а лучше прогуливаясь. Так все будет круче.

Если уж любишь жать сидя... не сиди как в школе. Чем удобнее ты будешь сидеть, тем спокойнее будет диалог с клиентом и тем разумней будет твоя речь.

Прием 9. Отработай список возможных проблем с клиентом

При работе с клиентами может возникнуть множество вопросов, которые потребуют быстрых решений.

Стандартная реакция. Чем быстрее Вы реагируете, тем довольней клиент.

Не буду вдаваться в детали. Все достаточно просто.

Попытайтесь форсировать проблемы с помощью этого нехитрого приема и Ваша эффективность значительно вырастет.

Какие могут быть проблемы при работе с клиентом:

- Технические
- Эмоциональные

Составляем список проблем, которые могут возникнуть в процессе работы с клиентом.

Технические

- ◆ Клиент оплатил, но деньги не дошли
- ◆ Оплата пришла, но служба отгрузки не может отгрузить товар

- ◆ Клиент оплатил не тот счет
- ◆ Потерялись договора
- ◆ Нужен срочный счет
- ◆ Клиенту привезли не тот товар

Эмоциональные

- ◆ Клиент не доволен качеством товара
- ◆ Клиент просит вернуть деньги
- ◆ Клиент не доволен качеством обслуживания

Различные могут быть ситуации. Вам виднее.

Подумайте.

Под каждое решение продумайте алгоритм своих действий. Мини-план. Что и как нужно делать в экстренной ситуации.

Пишите. Все пишете.

Маленькая шпаргалка, которая решит огромное количество проблем.

Это способ я изобрел случайно. Соседи негативно обсуждали различные косяки. При этом я сделал наблюдение, что косяки достаточно однотипные.

Я стал делать записи и свои наблюдения, как проблема решалась.

Что нужно указывать в шпаргалке:

— Путь решения

— Кто решает тот или иной вопрос

— Как с ним связаться

— В какие сроки необходимо решать проблемы

— Что необходимо сделать для решения проблемы

— Где находится то, что поможет решить проблему

В последующем — это помогло сэкономить мне кучу нервов.

Я просто решал проблемы, а не метался в панике от незнания...

Кстати данная шпаргалка мне очень пригодилась в будущем, когда я стал руководителем. Я просто сделал из нее инструкцию для своих менеджеров.

Прием 10. Создай сквозной список для сбора данных по клиентам

В процессе диагностики появляется множество данных, которые необходимо запоминать для того, чтобы эффективно разогревать и дожимать клиентов.

Эти данные необходимо как-то хранить для того, чтобы своевременно применять

Хранить необходимо правильно и так, чтобы к ним можно было получить доступ.

Какие данные необходимо собирать о клиентах:

— День рождения

— День рождения фирмы

- Любимый цвет клиента
- Любимый сорт чая клиента
- Любимая песня
- В какой соцсети зарегистрирован
- Марка машины
- Кличка и порода собаки
- Мобильный телефонами
- Городской телефон
- Электронный адрес
- Фактический и юридический адрес
- и так далее...

На самом деле все зависит от специфики Вашего бизнеса. Но то, что лучше эти данные собирать — это факт.

Кроме всего прочего, необходимо вести историю работы с клиентом, чтобы каждый раз не реанимировать у себя в голове порядок своих действий.

Я говорю сейчас банальные вещи, о которых написано множество статей.

Но я продолжаю об этом писать. Потому что... сколько работаю... столько и наблюдаю пренебрежение этим моментом.

Если компания большая, то наверняка в ней есть готовое решение в виде базы данных.

Но если Вы столкнулись с ситуацией, когда такой базы данных нет, то я рекомендую прочитать дальнейшие инструкции:

Печатный вариант

На каждого клиента заводим печатное досье. От руки вписываем всю необходимую информацию.

Разделяем по алфавиту и по номерам.

При небольшом количестве клиентов этого будет достаточно.

Электронный вариант

Электронные таблицы не новость. Любое приложение, которое поддерживает электронные таблицы может с легкостью заменить Вам базу данных.

Тоже вариант. Хотя и с привязкой к компьютеру.

Локальные базы данных

В интернет есть множество подобных решений. Одно из лучших и бесплатных для индивидуального использования — на b2bbasis.ru

Облачные сервисы

Этого добра сегодня пруд пруди. По запросу CRM Вам будет предложено масса вариантов. Они как грибы после дождя.

Спокойно посмотрите каждый из этих вариантов.

Из своего опыта могу сказать одно. Базу данных вести необходимо. Особенно если работа с клиентами ведется на длительных периодах.

Если честно... чтобы продавать гипермного

база нафиг не нужна. Нужно место хранения телефонов и электронных адресов. Ну и дни рождения. Все остальное — от лукавого.

Если работаешь по схеме «ТОП-Результат» то все продается достаточно быстро.

Прием 11. Собери дежурный набор для работы с клиентом

Вы должны иметь при себе все то, что поможет Вам эффективно работать с клиентом.

Это аксиома.

Вы должны как фокусник доставать из шляпы зайцев. В нужное время и в нужном месте.

Это залог сверхрезультативных продаж.

Вы должны быть подготовленными.

Гиперподготовленными.

Если говорить официально и правильно, то...
немного погундосю...

◆ Рекламные материалы

◆ Счета

◆ Образцы продукции

◆ Готовые предложения

Если говорить реально:

◆ Подарки обыкновенные

◆ Подарки вкусные

◆ Подарки алкогольные

◆ Образцы продукции

◆ Готовые предложения

Больше добавить нечего. Когда я начинал, то я работал с первым комплектом, потому что это помогало правильно показывать клиенту то, что он хотел купить.

Когда у меня в голове сложилось и речь полилась рекою, то я стал отдавать предпочтение эмоциям и празднику.

Рекомендую мыслить таки же образом.

На 90 % мы продаем голосом и лишь на 10 % продуктом.

Тренируйте голос с помощью готовых комплектов из списка 1.

Когда голос встанет, можете солидно работать только голосом... ну по крайней мере процентов на 90 %.

Возьми лист бумаги и напиши список того, что у тебя должно быть с собой в обязательно порядке для того, чтобы эффективно реализовать алгоритм работы с клиентом (см. пункт про стратегии)

Каждый раз собираясь пообщаться с клиентом, загляни в этот список. Чтобы ничего не забыть.

Прием не сложный.

Я лично работаю так: покупаю кучу шоколадок, покупаю ящик добротного виски, покупаю мелочевку...