



Предисловие

Дорогой читатель!

Эта книга поможет вам овладеть магией энергичной продажи, покажет путь к счастью и успеху, уважению и богатству. Вы убедитесь, что у вас есть все для того, чтобы достичь своих целей.

Энергичный продавец - кто он? Это молодой человек, проворный, загоревший в солярии, с золотой цепочкой на запястье, в рубашке с открытым воротом, в дорогой модельной обуви?

Человек, который свою шикарную машину паркует так, что она стоит у всех на пути, и никто не пройдет мимо, не

подивившись дорогой "тачке"? Человек, который ловко уговаривает покупателя совершить сделку, буквально гипнотизирует его и быстро исчезает с полученным заказом? Человек, который каждый вечер отмечает свой успех в дорогих клубах с реками шампанского и веселыми девицами?

Вы, наверное, уже догадались, что ничего подобного в этой книге не встретите. Продавец, о котором шла речь выше, никогда не войдет в элитную гильдию энергичных продавцов. Ведь магия энергичных продаж совершается не шарлатанами, а сознательными, убежденными людьми. Они позитивно относятся к самим себе, своим покупателям, своему бизнесу. Существуют молодые и старые энергичные продавцы. Один из них может выглядеть как главный бухгалтер, другой - как врач, третий - как мясник.

Одним словом,

Магическая сила энергичной продажи связана не с внешностью или определенным типом человека - она может быть выработана индивидуально каждым.

Я хотел бы помочь тем, кто впервые и в течение недолгого времени работает продавцом, показать им путь к дальнейшему развитию таланта, достижению уважения, благополучия и глубокого внутреннего удовлетворения.

Я также обращаюсь к продавцам с обширной профессиональной практикой, у которых появилось чувство, будто они топчутся на месте. И к тем, кто впал в рутинный сон, не замечая этого.

Я хотел бы вдохновить их, пробудить, вырвать из летаргии и указать путь к полноценной профессиональной жизни, исполненной успеха: работайте снова с уверенностью в себе и вдохновением! Станьте энергичными продавцами!

Энергия - это сила! Энергичный продавец обладает непоколебимой внутренней силой, передающейся покупателю. Эта сила называется волей и жизнерадостностью. В них энергичный продавец черпает те качества, которые ведут к еще большему успеху, достижению вершины.

Разумеется, энергичный продавец, кроме этого, владеет всеми профессиональными навыками, а также несколькими специфическими приемами. В конце концов, он продавец! Наилучший в своей профессии!

Марио Оховен

1

ПРОДАВАТЬ - САМАЯ ВЕЛИКОЛЕПНАЯ ПРОФЕССИЯ В МИРЕ!

Толчком к написанию этой книги послужило одно негативное событие, которое произошло много лет назад на моем предприятии.

Мой консультант по имуществу принес в течение шести дней заказы на сумму свыше 4 млн марок. Его радость не знала границ, и все сотрудники были убеждены, что присутствуют при рождении новой суперзвезды по продаже. Но вскоре мечта лопнула, как мыльный пузырь: в течение нескольких дней большинство покупателей аннулировали свои заказы.

Спустя некоторое время мы с ним взялись проанализировать этот неожиданный результат. Оказалось, что продавец был прежде всего выдающимся знатоком налогового права. Никто не мог втереть ему очки! Он выкладывал покупателю один аргумент за другим, чтобы покупка казалась еще более выгодной. Каждый аргумент был убедительнее и полновеснее другого - стол гнулся под этой тяжестью!

Раньше или позже покупателя подавляла вся эта премудрость. Логика продавца создавала впечатление, что он прав по всем пунктам. Что еще оставалось покупателю, кроме как согласиться с ним?

Одни продавцы используют свое обаяние и вдохновение, другие - превосходное знание продукта. И лишь немногие владеют как тем, так и другим.

Нередко покупатель схватывает и понимает аргументы, но продавцу не удается в короткий срок перекинуть к покупателю "мост доверия" или "мост симпатии".

Я думаю, что продавец должен владеть следующим подходом:

1-й шаг: Чувство

На этом этапе он приобретает симпатию, расположение и доверие покупателя.

2-й шаг: Разум

На этом этапе происходит чисто специальное обсуждение с числами, датами, фактами.

3-й шаг: Чувство

В этой заключительной фазе снова обращаются к чувству и, кроме того, возбуждают желание купить.

Консультант, о котором шла речь, не принял во внимание это золотое правило. Вместо него он использовал свою глубокую премудрость, после чего смущенный покупатель уже не отваживался продолжать обсуждение.

Успешная продажа - это всегда

Вдохновлять и убеждать!

Продавец, который может заразить покупателя своим вдохновением, добьется большого успеха. Недостаточно размышлять о том, как вызвать вдохновение, гораздо важнее сохранить его на долгие годы профессиональной деятельности.

Однако зачастую случается так, что даже после самой вдохновенной и увлекательной презентации продукта покупатели не торопятся с заказами или вскоре аннулируют их.

Кто виноват в том, что сделка не состоялась - продавец? Покупатель? До тех пор, пока не доказано обратное, будем считать, что ответственность в данном случае лежит на продавце. Долг продавца - оказывать услуги. И кроме того, продавец живет за счет комиссионных. Он является активной стороной в этой игре и в первую очередь отвечает за то, чтобы сделка была заключена.

Продавец должен овладевать техникой работы по телефону, техникой постановки вопросов, должен уметь рассказать все о продукте.

В решающий момент, когда покупатель должен сказать ДА или НЕТ, сделайте все, чтобы сделка не была разрушена! Если вы сделаете не то или ничего не сделаете, в конечном счете надежная сделка сорвется. Может быть, вы не потрудились освоить последние приемы техники продажи, техники заключения сделок?! Хороший продавец должен владеть ими. Очень важны также знание продукта и терпение в переговорах по поводу продажи.

Овладение техникой заключения сделки является последним звеном в цепи знаний и способностей хорошего продавца. Приобретя ее, он ее совершенствует, так что почти каждый покупатель покидает его с заказом. Сделки, совершающиеся с большим трудом, не способствуют долговременному успеху продавца и оставляют недовольными покупателей, которые поостерегутся еще раз иметь дело с этим человеком.

Научному работнику необходимо учиться, артисту - выступать. Продавец должен делать и то и другое!

Как мне кажется, причины многих промахов часто заключаются в упоре на какой-то один аспект в образовании и дальнейшем обучении продавцов. Это требует пояснений.

Как и многие другие профессии, профессия продавца также попала в поле зрения науки. Все аспекты планирования и организации продажи постоянно анализируются соответствующими специалистами.

Результат: руководства, наставления, служебные предписания, с которыми продавцы эффективно работают. Одновременно психологи **прочи**

щают мозги покупателям и продавцам в постоянных поисках тайных *ключей* к мотивам действий одних и реакциям других. Но в **то же** время продавец - немного артист. Продажа - это искусство. Об этом должен помнить любой продавец, изучающий учебники с наставлениями о правильном заключении сделки.

Магию продажи знает только артист среди продавцов!

Быть хорошим артистом - значит развивать талант с помощью постоянных упражнений. Без этого быстро сойдет со сцены любой виртуоз. Продавцу также необходимо постоянно совершенствовать свои способности.

Его переговоры по обсуждению сделки будут успешными только тогда, когда они от начала до подписания

договора тщательно инсценированы. Запомним, что отличает энергичного продавца:

Он является сценаристом, режиссером и исполнителем главной роли в одном лице!

Что делают некоторые продавцы? Возможно, они добиваются нескольких успешных сделок и думают, будто они чемпионы мира и суперзвезды в одном лице. Карточка покупателей? Ежедневное планирование? Продолжение образования? Семинары? Подготовка к визитам? Планирование оборотов? Это совершенно излишне! Мы можем продать что угодно! К чему нам заниматься этим? Это необходимо тем коллегам, которые ничего не могут!

Продавцов с такой установкой я встречал довольно часто. Большинство из них вынуждены были сойти со сцены.

Хороший продавец понимает кризис как шанс!

Продавцам с профессиональной установкой присущи оптимистический, позитивный образ жизни и настоящее вдохновение. Поэтому такие продавцы не почивают на лаврах, а планомерно работают над собой, над своей внутренней установкой и увеличением своих шансов в бизнесе.

Во время кризиса нередко добиваются успеха те отрасли экономики, где есть действительно хорошие продавцы. В то же время другие продавцы объявляют о своем банкротстве.

В чем же дело?

В большой степени успех зависит от того, как рассматривают ситуацию люди с пессимистическим и оптимистическим настроением.

Пессимист ожидает наихудшего и подавляет свой настрой на работу, а оптимист целеустремленно работает и ожидает, что жизнь подарит ему много хорошего.

Так, одни видят в кризисе шанс и действуют, а у других опускаются РУКИ. Есть ли объяснение этому?

2

ЭНЕРГИЧНЫЙ ПРОДАВЕЦ ВЫСТУПАЕТ

Что движет энергичным продавцом?

Кто не хотел бы получать много денег? Прежде чем вы вознамеритесь после чтения этой книги подняться в этот высокодоходный класс, я хотел бы, желая вам добра, охладить ваш пыл. Настоящий энергичный продавец не думает в первую очередь о материальном. Прежде всего отодвиньте желание быстро стать состоятельным. Сконцентрируйте свои помыслы на том, чтобы стать энергичным продавцом. И вы увидите: материальное придет само.

Успешно действующие продавцы общаются с различными покупателями в разных обстоятельствах и ощущают необходимость снова и снова настраивать себя соответственно ситуациям и людям, с которыми им приходится работать. После того как своим вдохновением они убеждают даже самых "тяжелых" покупателей, они испытывают чувство триумфа благодаря успешному заключению сделки.

Энергичный продавец нуждается в том, чтобы испытывать удовлетворение от успеха для поддержания своего "я". Тем, чем для артиста являются аплодисменты, тем для продавца является успех. Он живет им.

Одновременно с успехом к энергичному продавцу приходят большие деньги. Они нужны ему для его деятельности, но, по сути, второстепенны. Будет хороший продукт - будут и деньги.

Что отличает энергичного продавца от других продавцов?

Я искал определение, которое выразило бы как можно короче сущность энергичного продавца. Вот оно:

Энергичный продавец, прежде всего, тот, кто видит людей насквозь, постигает их и выписывает им лекарство, то есть делает то же самое, что в медицине врач: творит добро.

Благодаря своей вдохновляющей речи и привлекательной личности, энергичный продавец добивается улучшения ситуации, в которой покупатель признает его авторитет и, не сопротивляясь, принимает лекарство, будучи убежден, что оно ему поможет. Энергичный продавец также обладает убеждением, что он выдает своим "пациентам" полезное лекарство. Если бы это было не так, описанная выше игра просто не состоялась бы.

Энергичные продавцы шлифуют свое профессиональное мастерство, одаренные артисты. Они планируют свои выступления в мельчайших деталях осуществляя свою стратегию вплоть до заключения сделки. Эта стратегия всегда содержит позитивные элементы, потому что энергичный продавец хочет сделать своего покупателя счастливым.

Энергичный продавец каждый день действует по-новому в новых декорациях. Мир - его сцена, деловые партнеры - соисполнители.

Но он не только играет - он инсценирует. Так как он **планирует** стратегию, он знает, чем закончится игра.

Но энергичный продавец не супермен. Его ощущение жизни из-за большой чувствительности, как у всех

великих артистов, включает необычайные взлеты и падения. Энергичный продавец способен воспринимать тончайшие нюансы в настроении других людей.

Коллеги энергичного продавца

Энергичный продавец, как вы заметили - это тот, кто благодаря таланту и тренировке развил необходимые способности и реализует свой потенциал особым способом. Чтобы описать его, я должен взять некоторый разбег. Рассмотрим для начала способ действия некоего другого продавца.

К примеру, пусть это будет продавец, который главное внимание уделяет преимуществам своего продукта и знает его как никто другой. Он рассказывает покупателю примерно следующее:

«Наши канцелярские скрепки изготовлены из упроченной титаном хромованадиевой стали с внедренными зернами алюминия, молекулярный бес 1,55, испытаны в аэродинамической трубе, нержавеющие и практически неразрушаемые. Удовлетворяют всем стандартам DIN; на упаковку имеется гарантийное свидетельство TiV, как вы можете здесь увидеть. Если бы закажете 100 000 штук, то получите дополнительную скидку».

И так далее. Впечатляющая презентация. Однако она таит опасность. Продавец, который имеет дело только с "разжеванными" продуктами, часто терпит неудачу или довольствуется посредственным успехом. Покупатель инстинктивно хочет большего, чем просто быть убежденным в достоинствах продукт.

Более дальновидный продавец использует другую стратегию продажи, обычно обеспечивающую успех:

Основой своей презентации вы делаете не продукт и его свой-ства, а прежде всего выгоду для покупателя.

Допустим, вы быстро вычисляете покупателя, которому сэкономите стоимость скрепок в течение одного года или нескольких лет, потому что этот продукт так невероятно прочен, не требует обслуживания и т. д. Снижение издержек - непосредственная выгода для покупателя - это такой аргумент, которому он вряд ли сможет противиться.

Однако очень хороший продавец предпринимает другое. Он знает, что его конкуренты точно так же соблазняют покупателя преимуществами и выгодой своих товаров. Поэтому он должен найти другую стратегию, чтобы возбудить интерес покупателя - пустить в ход эмоции.

Этот способ действия состоит в том, чтобы выявить тип человека, к которому относится покупатель. Скажем, продавец может прийти к выводу, что необходимо убедить данного покупателя, будто продукт обещает исполнение его заветной мечты.

Например, продавец автомобилей, желающий уговорить покупателя приобрести внедорожник с четырьмя ведущими колесами вместо подержанного лимузина, должен использовать примерно такие аргументы:

1. Подобный автомобиль имеет не каждый. 2. На нем можно проехать там, где другие не проедут. 3. У продавца имеется в наличии подходящий внедорожник, полностью удовлетворяющий всем нуждам будущего владельца.

Разумеется, продавец не говорит всего этого напрямую. Этот спектакль - воплощенную мечту клиента - он развивает медленно, словно понемногу складывая частички мозаики в общую картину.

Возможно, он даже скажет: "Вы даже не представляете себе, как много людей не осмеливаются позволить себе то, что им, собственно, подобает". После таких слов покупатель с большим убеждением приобретет именно автомобиль-внедорожник.

Продукт сам по себе может возбуждать мало эмоций (как те же самые канцелярские скрепки). В этом случае продавец вводит в игру собственную персону. Он продает прежде всего чувство симпатии к себе.

В предварительном разговоре он прощупывает клиента, стараясь выявить его хобби. Если это удастся, то при личной встрече он без труда начинает разговор на эту тему:

- По пути к вам я заметил на северном канале удильщика. Так здесь, оказывается, есть еще рыба?

Возникает непринужденная болтовня, и вполне может пройти полчаса безо всякого упоминания о продукте. Покупатель может даже чувствовать себя польщенным, если попросить его дать специальные советы ("Собственно, мне тоже нравится спортивная ловля удочкой. Что бы вы порекомендовали мне приобрести из снастей?").

10

Теперь заключение сделки, скорее всего, совершится без больших разногласий.

Вы видите: хороший продавец продает прежде всего самого себя.

Энергичный продавец может в зависимости от ситуации использовать положительные свойства своего продукта и его большую выгодность, или воздействовать на эмоции покупателя. Но от остальных продавцов его

отличает нечто иное.

Он располагает высочайшей степенью вдохновения (которое мы будем изучать в следующем разделе) и предварительно планирует свое выступление во всех деталях.

Точнее говоря, он инсценирует спектакль, имеющий только одну цель: когда занавес опускается, энергичный продавец остается на сцене триумфатором. Заключение торговой сделки для продавца - награда за убедительное представление. Это можно сравнить с аплодисментами, которыми награждают актера.

Сделайте своему покупателю брачное предложение

Подумайте: разве вам не приходилось хоть однажды совершать всевозможные манипуляции, чтобы создать обстановку, которая казалась бы вам наиболее подходящей для достижения определенной цели? Приведу такой пример.

Если вы женаты, давайте вспомним тот день, когда вы рискнули сделать своей супруге брачное предложение. Это был момент, когда вы, сами того не сознавая, применили в своей частной жизни стратегию и тактику энергичного продавца.

Наверняка для своего "разговора о продаже", брачного предложения, вы инсценировали подходящую обстановку: сияние месяца, свет свечей и прочие реквизиты романтики. В любом случае, вы инстинктивно чувствовали, что утренняя поездка в переполненном метро вряд ли предоставит подходящие условия для вашего предложения. И когда вы делали предложение, то старались выразить как можно больше чувства. При этом ваше подсознание высвобождало магические силы.

Вы хотели положительного ответа партнерши **здесь, сегодня и непременно**. Поэтому неудача была для вас просто невозможна, и поэтому вы добились успеха!

После того, как вы получили желаемое, конечно же, вы испытывали огромную радость! И решающее значение имели эмоции, а не вещественные аргументы вроде: "Теперь я сэкономлю кучу денег, которые до этого платил уборщице! И отныне мне не придется есть где попало - мне будет готовить жена!"

11

Заметили ли вы, что, пусть неосознанно, вы использовали почти все элементы той стратегии, которую применяет энергичный продавец?

- Вы проявили **твердую волю** к тому, чтобы продать себя.
- Вы планировали момент, окружение и действия для предстоящего разговора как **инсценировку**.
- Вы старались представить ваши преимущества в правильном свете (**не** привирая - ведь вы были заинтересованы в долговременных отношениях).
- Вы выражали сильное **чувство**.
- Вы были убеждены в том, что ваше предложение (о заключении брака) было и для вашей партнерши достаточно выгодным предложением.
- По поводу больших и малых **"манипуляций"**, с помощью которых **вы** намеревались достичь своей цели, вы не испытывали ни малейших угрызений совести, поскольку и не должны были испытывать их!

Я уверен: если бы каждый разговор о продаже был подготовлен и инсценирован как предложение руки и сердца в нашем примере, количество удачных торговых сделок было бы на порядок выше!

3

СЕКРЕТЫ ЭНЕРГИЧНОГО ПРОДАВЦА

Способности энергичного продавца базируются на трех основных, ярко выраженных свойствах:

- необыкновенная жизнерадостность, соединенная с бойцовским духом, пронизательностью и настойчивостью;
- высокая коммуникабельность;
- умение разрабатывать инсценировку и использовать силу вдохновения.

Не правда ли, вы ожидали чего-то другого? Например, таких свойств, как железная воля, несокрушимая энергия, усердие, обширные знания? Если бы перечисленных атрибутов хватало, эта книга была бы излишней. Многие хорошие продавцы располагают, хотя и в различной степени, этими свойствами. Они работают усердно и неутомимо, знают все о своем продукте. Но этого еще недостаточно, чтобы стать энергичными продавцами.

Нужно ли им для достижения своей цели еще больше знать и еще усерднее работать?

Ответ гласит: **НЕТ!** Разносторонние наблюдения и опыт, **которыми я** обладаю относительно энергичных

продавцов, отрицают это.

Быть жизнерадостным, обладать бойцовским духом, проницательностью, настойчивостью, быть коммуникабельным, уметь инсценировать - не в этом ли заключается секрет успеха?

12

1. Дар вдохновения

Энергичная продажа основана в первую очередь на некой мыслительной установке. Поэтому я поставил жизнерадостность на первое место среди свойств, присущих энергичному продавцу А она, в свою очередь, порождает другие важные положительные свойства.

Например, дар вдохновения. Энергичный продавец знает: более 70% его необыкновенного успеха приходится на способность вдохновлять покупателей.

Если вы достигли сильной, глубоко укоренившейся и ничем непоколебимой жизнерадостности, то такие свойства, как сила воли и энергия, добавляются почти автоматически, равно как и почти несокрушимая уверенность в себе.

Вы больше не размышляете над тем, отчего у вас появляются сила воли, энергия, любознательность. Просто потому что вы получаете от этого радость.

Представьте себе радиоантенну. С ее помощью обычный продавец получает сигналы покупателя и передает ему свои. Но это круговая антенна. Многие сигналы не доходят или искажаются за счет шумовых помех.

Энергичный продавец обладает направленной антенной, подобно "тарелке" для спутникового приема телепередач. Она направлена точно на покупателя, улавливает его малейшие сигналы и излучает на него собственную силу убеждения.

Энергичный продавец в известном смысле является "продавцом силы", поскольку выражение "Power-seller" можно перевести дословно. Но он является, как вы еще узнаете, полной противоположностью продавцам, которые давят на покупателя, или продавцам типа "раз-два, взяли!"

Энергичный продавец способствует позитивным силам, потому что сам представляет разновидность энергостанции с позитивной жизненной установкой. **Это человек с непоколебимой жизнерадостностью, чье сильное позитивное излучение заряжает других людей.**

2. Дар коммуникативности

На основе жизнерадостности строится также второе фундаментальное свойство энергичного продавца: **выдающаяся способность к коммуни-кации.** Он может соглашаться с другими людьми, не теряя при этом своей индивидуальности. Он знает, что неповторим как личность.

13

Способность находить общий язык с другими людьми порождает другую фундаментальную установку энергичного продавца по отношению к покупателю:

Он любит своего покупателя и хочет склонить его на свою сторону.

Вновь и вновь мне в руки попадают брошюры для начинающих и продолжающих обучение продавцов, где черным по белому написано: "Покупатель - это противник!".

Противника предполагается победить. От противника недалеко и до врага. В таком случае его необходимо уничтожить. Многие продавцы видят в покупателе именно противника, поскольку их интересуют только собственные доходы. Такие продавцы никогда не достигают больших высот.

Напротив, энергичный продавец знает, что покупателю тоже хотелось бы принадлежать к победителям.

Он использует свои коммуникативные способности, чтобы выразить покупателю симпатию и почтение. Энергичный продавец проводит эту линию таким образом, что покупатель ему еще и сам помогает при заключении сделки.

Долговременные и успешные деловые отношения складываются только в том случае, если при сделке обе стороны остаются в выигрыше. Исходя из этого, можно сформулировать следующее утверждение: "Продавец желает **победить**, энергичный продавец желает **приобрести**". Приобрести в лице покупателя друга, союзника и постоянного клиента.

3. Талант инсценировки

Помимо жизнерадостности и способности к общению, энергичный продавец обладает и актерской жилкой. Он получает удовольствие от маленького, незаметно инсценированного спектакля.

В зависимости от способностей своих партнеров - покупателей - он расставляет их в разных местах сцены, позволяет им вести с ним те или иные диалоги и т. д. Энергичный продавец каждый день создает новые сценические картины: то он восседает на высоком стуле и смотрит на своего партнера сверху вниз, то партнер стоит на пьедестале, как памятник, а энергичный продавец снимает шляпу, почтительно кланяясь. Иногда это бывает театр классики, иногда - театр абсурда.

Но что самое удивительное - хотя в спектакле изменяется действие, его содержание всегда одинаково.

14

Энергичный продавец и его внутренняя установка

- Энергичный продавец любит **успех**. Успех для него является эликсиром жизни. Энергичный продавец является живым доказательством справедливости формулы: **успех - радость от успеха - вершина успеха**.
- Энергичный продавец **любит всех людей**, даже тех, которые по отношению к нему недружелюбны. Грубое или высокомерное поведение покупателя только способствует его честолюбивому стремлению выиграть.
- Энергичный продавец передает покупателю чувство, что тот является **особенным покупателем**, повышая тем самым его самооценку. Энергичный продавец находит радость в том, чтобы дать о своем деловом партнере позитивное представление, которое раскрывает и подчеркивает его хорошие стороны.
- Энергичный продавец уверен в себе и своем продукте и поэтому особенно **действенно** излучает на покупателя свое убеждение.
- Энергичный продавец делает бизнес при любых обстоятельствах, потому что ему нужна **награда приобретения**.

Из этой внутренней позиции энергичного продавца вытекает продуманная, доброжелательная установка по отношению к покупателю. Когда энергичный продавец идет к покупателю, он уверен в том, что ни одна сила в мире не может сбить его с выбранного пути. В его подсознании погашен малейший остаток страха перед возможным отказом. В этот момент энергичный продавец настроен позитивно на сто процентов.

Энергичный продавец знает, что он лучший продавец в своей среде, **но** ему все же необходимо брать в расчет и ответный удар, который он может успешно отразить. Если неудача произошла по его вине, он должен иметь мужество признаться в этом. Нужно серьезно проанализировать проблему чтобы следующему покупателю снова продемонстрировать свои лучшие способности. Ведь в каждом промахе содержится зерно будущего успеха.

Энергичный продавец и производимое им впечатление

Энергичный продавец убежден, что является хорошим продавцом. И он подкрепляет это подобранной со вкусом одеждой, хорошими манерами, обхождением и позитивной установкой.

Энергичный продавец излучает уверенность в себе. Прежде всего он Издает атмосферу доверия и симпатии, которую покупатель ощущает еще До начала переговоров. Он создает у покупателя ощущение, что его словам Можно доверять.

15

Энергичный продавец уделяет большое внимание первому впечатлению, которое он производит на покупателя, так как от этого зависит результат сделки. Он делает ставку на то, чтобы с самого начала овладеть ситуацией. Энергичный продавец не притворяется: **он использует свой индивидуальный стиль**, не скрывая маленьких слабостей, которые делают его симпатичнее и человечнее.

Энергичный продавец может опровергнуть любое возражение - это его сильная сторона. Он убедительно отвечает на вопросы и обладает непоколебимой волей к заключению сделки. Хорошо изучает своего делового партнера, составляет перечень его позитивных и негативных качеств, развивает цепочку аргументов, чтобы применить их в нужный момент.

Энергичный продавец всегда может приспособиться к тому окружению, в котором находится. Очень скоро у покупателя создается ощущение, что он уже давно знает энергичного продавца. Тот, в свою очередь, держится с незнакомым покупателем так, словно считает его своим давним другом.

В первые, самые важные, минуты энергичный продавец выстраивает имеющий решающее значение мост симпатии и закладывает базис доверия. Покупатель еще не может в начале разговора оценить квалификацию продавца, но тотчас же оценивает его поведение!

Вам никогда не предоставится второй шанс, чтобы произвести первое впечатление!

4

ЭНЕРГИЧНЫЙ ПРОДАВЕЦ В ВАС

Думать больше! Думать позитивно!

Теперь настало время поговорить об одном человеке, который отправляется в путь, чтобы освоить магию энергичной продажи. **Этот человек - вы!**

Возможно, ваш путь к цели окажется коротким или довольно длинным. Может быть, вы не придете к ней никогда. Все зависит только от вас и от вашей готовности пройти этот путь!

Никто не сможет задержать вас в пути, если вы примете решение выработать в себе свойства и способности энергичного продавца.

Более того, по мере прохождения пути вы увидите, что все больше и больше людей помогает вам достичь ваших целей.

В той мере, в какой вы увлечетесь и получите вдохновение благодаря успеху, вы убедитесь сами, что двигаетесь вперед все быстрее.

16

Ничто не способствует успеху больше, чем предыдущий успех. Вдохновение, которое вы приобретаете и излучаете на других людей, тысячекратно возвращается к вам, и вы снова сильны и открылены!

Никто не рождается профессионалом. Порою человеку требуется очень долгое время, чтобы развить в себе способности, с помощью которых он достигает профессиональных высот.

Не совсем правильно было бы сказать, что только от нас самих зависит полное раскрытие наших потенциальных способностей. Вернее, та точка зрения, что многие люди знают других лучше, чем самих себя. И наоборот:

другие часто знают вас лучше, чем вы сами. По всей вероятности, вы должны еще работать над тем, чтобы лучше познакомиться с самим собой.

Почему человек недостаточно много знает о себе? Ответ: потому что часто он боится узнать новое. Удобнее оставаться на накатанном, выверенном пути, потому что так возникает меньше проблем, которые нужно решать.

В вашем дружеском кругу или рабочем окружении вы наблюдаете, как поступают в определенных ситуациях другие люди. Однако большинство из нас оставляет эти наблюдения без последствий. Как вежливый человек, вы, вероятно, редко говорите этим людям прямо в лицо, какое впечатление производят на вас те или иные их действия.

Другие точно так же поступают с вами. Таким образом, любая критика пропадает, за исключением той, которая становится известной только в отсутствие объекта критики.

Часто ли вы раздумывали о том, какие реакции у других людей вы вызываете своим поведением? Вероятно, нет. Большинство людей устраивают свою жизнь и подбирают окружение таким образом, что все друг Другу "привычны".

Так имее ли вы представление о том, какое воздействие оказываете на Других - позитивное или негативное? Я утверждаю: нет. В лучшем случае, только временно, в экстремальных ситуациях вам становится известно, что **все** ваши поступки оказывают на других людей определенное воздействие.

Например, вы инстинктивно знаете, что в разговоре о приеме на работу должны произвести "хорошее впечатление". В этот момент вы хотели бы, чтобы все, что вы говорите, ваше поведение и манера разговора оказывали благотворное влияние на другого. И вы стараетесь, чтобы ваше "излучение" было возможно более позитивным.

Однако это состояние быстро проходит. И вы снова та же личность, которой были до разговора о приеме на работу.

17

А ведь как было бы хорошо использовать ваше "излучение" долговременно! Энергия, преимущества, знания, необходимость, уверенность в себе, проницательность и другие положительные качества - идите с ними день за днем, час за часом!

Но на уровне подсознания вы понимаете, что такое ваше поведение сопряжено с жертвами (как минимум, с неприятными усилиями), и вам **на** это идти не хочется, так как вы должны взять на себя ответственность за то, что зависит только от вас. А для этого нужны мужество, время и воля. Намного удобнее переложить ответственность на других и на обстоятельства. Не так ли?

Некоторые продавцы являются чемпионами мира по защите своих утверждений. В случае неудачи они

возлагают вину на плохой продукт, неблагодарных покупателей или собственную фирму - только сам он, продавец, ни в чем не виноват. Разве это не наводит на размышления о том, что ежедневно сотни тысяч людей не покладая рук работают над собой, чтобы повысить свои способности, а все остальные плывут по течению?

Ваше подсознание поддерживает вас в пассивном состоянии. Однако вам не за что упрекать его: годами (возможно, с детства или школьных лет) оно усиливало сигналы, получаемые от вас, преимущественно в этом негативном направлении.

Но представьте себе, что с сегодняшнего дня вы начали кормить ваше подсознание только позитивными идеями. Таким образом вы запечатлеете в нем то, что в ближайшем будущем может реализоваться!

Позитивные идеи в конце концов станут реальностью!

Все, что от вас требуется, - это быть убежденным в действенности вашего подсознания! **Думайте об успехе - и вы получите его!**

Авраам Линкольн в свое время констатировал: "Большинство людей счастливы настолько, насколько они этого хотят". Кто хочет быть счастливее, кто хочет действовать успешнее, чем до сих пор, тот должен это обдумать и прочувствовать глубоко внутри себя. Неотступно думайте об успехе, постоянно сообщайте это своему подсознанию, и в конце концов вы неизбежно его обретете!

Потому что ваше подсознание будет делать то же самое, что оно делало и до сих пор. Но теперь оно знает, что вы действительно хотите быть человеком вдохновленным, с оптимизмом смотрящим в будущее, и будет неутомимо поддерживать все позитивные идеи, которые получает от вас, а все негативные - подавлять. Результат: в будущем вы добьетесь большего успеха!

Ваш невидимый, обладающий могучими силами партнер всегда был рядом. Он только не "знал", чего вы, собственно, хотите. Теперь, когда вы определились со своими целями, он поможет вам успешно добиваться их достижения.

18

Он даст вам новую радость жизни, усилит уверенность в себе, наполнит вас энергией и пронизательностью. Этот партнер поможет вам стать человеком, который, в свою очередь, сможет убеждать и вдохновлять других людей. Этот "друг" является могущественным союзником энергичного продавца. Без него вам никогда не удастся попасть в элитный класс.

Итак, вы протянули руку вашему партнеру - начали говорить со своим подсознанием. Вас ждет поразительное открытие: со временем вы сможете отдавать ему приказы! В результате ваш успех удвоится и утроится! Итак, думайте больше! Думайте позитивно!

Многие люди имеют ошибочное представление о подсознании, которое будто бы вообще материально "не существует". Поймите, что подсознание совершенно равнодушно к тому, что вы о нем думаете. Оно неконтролируемо, в отличие от осознанного мышления. Оно принимает все беспрепятственно и так же отдает.

В этом источник многих недоразумений. Подсознание не различает плохого и хорошего. Его функция состоит в том, что оно воспринимает информацию, которая хотя и необходима, но не должна тревожить вас каждую минуту. Если бы это было не так, у вас в голове каждую минуту крутились бы десятки и сотни тысяч мыслей, мешая вам решать текущие проблемы.

Если вы и ваше сознание будете постоянно заняты лишь негативными мыслями, опасениями и заботами, то подсознание автоматически воспримет это как ваше желание существовать в соответствии с ними. Ваше мышление и поведение будут питаться только негативным содержанием. Как говорил Мартин Лютер, "кто страшится ада, тот попадет туда".

Подсознание "работает" с образами, и оно может эти образы "материализовывать". Известно, что люди, которые постоянно дрожат за свое здоровье, действительно заболевают чаще остальных.

80% всех болезней обусловлены психическими причинами, утверждают некоторые медики. И имеются многочисленные примеры тому, как люди силой своего подсознания, наоборот, "вырабатывали" здоровье.

Снабжайте свое подсознание только позитивными мыслями. Оно поймет, что вы желаете быть радостным, жизнеутверждающим, удачливым человеком, который стремится к духовному и материальному богатству.

И будет делать все, чтобы укрепить ваши представления и материализовать ваши образы. Действие тем сильнее, чем больше мыслей и образов вы сообщаете своему подсознанию и чем чаще вы это делаете.

19

Вывод, основанный на практике, гласит

Если вы предваряете действия мысленными образами, ваши представления сбываются! Представления создают действительность.

Постоянное повторение ваших представлений сформирует подсознательное убеждение. Убеждение приводит

к целенаправленным действиям. В ходе мышления вы предопределяете свои поступки. Негативное мышление ведет к негативным действиям, позитивное - к позитивным.

Важные сведения о вашем подсознании

- Я устранию все, что меня тяготит, что мне вредит. Я освобождаю себя от всех негативных мыслей, я это могу, потому что хочу этого.
- Я изгоняю из моего сознания все негативные внушения. Я чувствую **себя** хорошо, я полон радости и позитивных ожиданий.
- Я обхожусь с каждым человеком так, как если бы это был самый важный для меня человек на свете.
- Я выгляжу преуспевающим. Я поступаю так, **как если бы я** уже был личностью, которой хочу стать.
- Я радостно приветствую каждый новый день и знаю, что окончу его успешно. То, что я себе наметил, я в этот день выполняю.
- День ото дня у меня возникают новые хорошие идеи относительно **того**, как мне принести больше пользы себе и другим.
- Я не позволяю себе ни из-за чего и ни из-за кого терять равновесие.
- Я встречаю других людей, полный доверия и вдохновения.
- Я рассматриваю мои желания как реальность и знаю, что они будут реальностью,
- Я делаю то, что хочу делать.
- Я свободен от страха и заботы, поскольку знаю, что смогу решить **все** мои проблемы.
- Я знаю, чего хочу! Я знаю, что могу это! Я наполню мою жизнь смыслом и содержанием!

Вы есть то, что вы думаете о себе!

Если вы невысокого мнения о себе, то вряд ли станете уверенным в себе человеком. Если ваши мысли будут определяться в основном всевозможными страхами, вы пройдете по жизни вечно запуганным человеком. Если вы неотступно думаете о несчастье, оно вскоре посетит вас.

20

Единственная причина того, что жизнь многих людей складывается, неудачно, заключается в том, что они не осознают значения и силы своего мышления. **Ваши мысли влияют на ваше поведение и внешность, на ваше здоровье, ваш успех и многое другое!** Коль скоро вы признаете истину, заключенную в этом высказывании, вам не останется ничего другого, как только формулировать позитивные мысли! Думайте позитивно!

Вы выбираете позитивное и прекрасное, радость и успех. Через короткое время вы почувствуете вдохновение и сможете вдохновлять других людей!

Заметьте, я заговорил с вами, используя внушение. Подобным образом и вы отныне будете откладывать мысли в вашем подсознании.

Первым внушением будет: вы прочно убеждены в силе и могуществе позитивного мышления! Все сомнения исчезли!

Однако недостаточно просто сказать себе: *"Итак, отныне я мыслю позитивно"*. Как и для развития всех остальных способностей, здесь также необходимо постоянное повторение различных упражнений (внушение, создание положительных мысленных образов). Ваши уверенность и сила убеждения растут, прежде всего, благодаря повторению, поскольку негативные формы мышления в вашем подсознании будут нейтрализованы именно с помощью накопления позитивных. Постепенно вы станете человеком совершенно иным: пробуждающим доверие, убежденным, вдохновленным, обаятельным.

Если вы вдохновлены, то обладаете магией энергичного продавца!

Обо всем, что вы должны сделать, думайте осознанно и позитивно, постоянно и каждый день.

Учитесь думать как энергичный продавец: афоризмы позитивного мышления

1. Мир полон невротиков и боязливых людей! Энергичный продавец мыслит позитивно и с помощью своей духовной энергии достигает здоровья и высочайшего совершенства.

2. Позитивный человек говорит не о своих проблемах и опасениях, а о своих целях, мечтах, желаниях.
3. Энергичный продавец никогда не пытается пробить стену лбом, потому что всегда есть дверь. Кто думает позитивно, тот найдет ее.
4. Позитивный человек никогда не против чего-либо, он всегда за что-либо.
5. Энергичный продавец всегда точно знает, чего хочет и почему хочет именно этого. Поэтому каждый момент наполняется для него смыслом.
6. Кто знает свои цели и смотрит вперед, тот может достичь их.

21

7. Чем яснее наши цели, тем легче они достигаются.
8. Осмысление целей и их постоянное претворение в жизнь действительность.
9. Если вы увлечены идеей и действительно хотите воплотить ее в жизнь, то ваше подсознание автоматически будет помогать вам.
10. Энергичный продавец не размышляет от случая к случаю, но знает, что является тем, кто должен обеспечить успех.
11. Чем больше польза для других, тем больше ваш успех. Но чем больше вы сделаете для себя самого, тем больше вы сможете потом сделать для других.
12. Позитивные мысли влекут за собой позитивные действия.
13. Имеющий негативные мысли должен исходить из того, что они сбудутся. Негативные мысли не должны направляться ни против других, ни против самого себя.
14. Позитивно думающий человек спрашивает не "чего еще я ожидаю от жизни?", а "какие требования я предъявляю к жизни и себе?".
15. Образное представление определенного способа действия в подсознании почти равноценно самому исполнению.
16. Наше подсознание воспринимает только образы. Поэтому посылайте ему только образные представления.
17. Позволяйте чувствам оказывать влияние на ваше мышление только в то время, когда вы действуете.
18. "Господство над мышлением дает власть над телом и жизнью", - сказал Гаутама Будда.
19. Позитивно мыслящий человек расстается со своими негативными попугайчиками. Он говорит "да" жизни, радости, счастью, успеху.
20. Внушение означает особую форму мышления. Оно создает нечто новое.
21. Позитивно мыслящий человек думает о выполнении своих желаний и воплощении мысленных образов. До тех пор, пока есть какое-то сомнение, сила его подсознания не может стать действенной.
22. Энергичный продавец думает, что в жизни не происходит ничего, за что он не был бы ответственным.
23. Каждый человек нуждается в ежедневном контакте со своим подсознанием. Выделите для этого несколько минут. Тогда вы сможете и в течение всего дня слушать тонкие колебания подсознания.
24. Защищайте свое подсознание! Оно воспринимает все, что слышит и видит, не различая. Позволяйте передавать своему подсознанию только позитивное!
25. Ваша жизнь есть то, что из нее делает ваше мышление.
26. Не оплакивайте неотвратимых ударов судьбы. Не перекладывай на других вину за собственные неудачи. Поймите, что вы и являетесь ТИ кто управляет вашей жизнью.

22

27. Ваше мышление влияет на все: на ваше здоровье, внешность, поведение, успех.
28. Энергичный продавец твердо убежден в следующем: каждая мелочь, если только она достаточно часто повторяется вами, будет реализована!
29. Только то, что вы смогли понять, будет помогать вам двигаться вперед. Поэтому вы должны постоянно расширять ваши познания.
30. Вся Вселенная состоит из сил притяжения и отталкивания, из позитивных и негативных колебаний. Выбирайте то, что воздействует на вас позитивно. В результате вы будете позитивно воздействовать на других.
31. Энергичный продавец постоянно думает вот о чем: он единственный в своем роде! Он сам контролирует свое сознание, он не позволяет влиять на него извне!
32. Настоящий секрет успеха называется "доверие". Оно пробуждает у вас и ваших покупателей душевные силы. Прежде всего люди должны учиться доверять самим себе.
33. Каждому человеку требуются внимание, признание, любовь. Чем больше этого вы будете дарить другим, тем больше вернется к вам.
34. Кто думает, как энергичный продавец, позитивно, тот может превращать негативное в позитивное,

неудачи и проблемы - в успех.

35. Если вы будете благодарны жизни, окружающие вас люди откроют вам все двери к успеху.

36. Не думайте, что вы единственный человек, у которого есть проблемы. Задайте себе решающий вопрос: "Это у меня проблемы, или я сам являюсь проблемой?" Если проблемой являетесь вы, то вы можете ее решить с помощью позитивного мышления. Иными словами, вы должны изменить свою жизненную установку.

У всех людей есть проблемы, но если вы позитивно мыслящий человек, то больше не являетесь для себя проблемой. Это означает: вы можете без труда решить все проблемы.

Как энергичный продавец осуществляет позитивное мышление

• Энергичный продавец не знает зависти.

Многие люди испытывают зависть, когда слышат об успехах других. Энергичный продавец знает: то негативное, что он пожелал бы другим, выпадает на его долю. Поэтому он всегда думает о других позитивно, желая и им "изобилия". Он от всего сердца желает другим финансового успеха и знает, что сам вскоре тоже добьется его.

23

• Энергичный продавец не знает ненависти.

Ненавидящий зачастую не сознает, что ненависть разрушает его самого. Кто ненавидит, встречает ненавидящих людей. Кто любит, встречает любящих. Ненависть является дефектом сознания. Только душевно незрелый человек чувствует ненависть. Энергичный продавец к таким людям не относится.

• Энергичный продавец может избегать депрессии.

Депрессия чаще всего является следствием не нашедшей выхода агрессивности. В таком случае агрессивность человека направляется против него самого.

Энергичный продавец чувствителен, как любой артист. Его депрессия особая. Если его одолевает агрессивность, не находящая выхода, он ее гасит, покупая себе новый костюм или делая неожиданный подарок близкому.

• Энергичный продавец не знает негативного стресса.

Люди, работающие под угрозой стресса, склонны делать ошибки. В результате им приходится затрачивать дополнительное время на исправление этих ошибок. Большинство подверженных стрессу боятся остаться с ним один на один. Они спешат погрузиться в работу, чтобы исправить положение. Энергичный продавец внутренне спокоен и полон уверенности в себе. Он способен проанализировать ошибки спокойно и хладнокровно.

Чувствуя признаки стресса, он использует мысленную установку: "В любой ситуации, сейчас и впредь, я останусь спокойным и хладнокровным, потому что знаю, что добьюсь успеха. Сегодня я буду работать, сегодня я буду жить".

• Энергичный продавец не ищет денег.

На этот счет он имеет собственные принципы. Конечно, он нуждается в деньгах, как все мы, чтобы жить. Но он отказался от напряженной погони за ними, потому что знает: того, что есть, ему довольно.

Энергичный продавец думает в первую очередь не о деньгах, а о работе. Он говорит себе: "У меня большой успех в работе. Богатство же придет само". Он знает, что чем меньше он будет концентрировать все свои помыслы на деньгах, тем быстрее они придут к нему.

Промежуточная станция: от "хотеть" к "становиться"

"Далекое путешествие начинается с первого шага", - сказал Конфуций. Энергичный продавец не оказался на вершине автоматически с сегодняшнего дня. Когда-то он сделал свой первый шаг, начав работать над собой и своим талантом, а затем с большой настойчивостью неудержимо пошел вперед.

24

Вам недостаточно одного только желания стать энергичным продавцом. Наряду с этим, вам понадобятся упорство, старание и выдержка.

Как только желание угасает в вашей душе, вы останавливаетесь на полпути. Поэтому оно должно быть подкреплено постоянными волевыми усилиями. Возьмите, к примеру, бегуна-марафонца. Перед выходом на дистанцию он усердно тренировался, хотя его тело тысячу раз вызвало о пощаде. За то, что бегун, независимо от его персонального лучшего времени, вообще приходит к финишу, он должен быть благодарен в первую очередь

непоколебимой силе воли, побуждающей его бежать шаг за шагом.

Я нарочно использовал образ марафонца, поскольку в этом случае сила воли выражается не в однократном усилии, а в долговременном упорстве и выдержке.

УСТОЙЧИВОСТЬ состоит в том, что вы намереваетесь гарантировать успех на долгий срок.

Ваша цель: жесткое включение вашей воли в борьбу против лени вашего тела и усталости вашего духа! Лень - самый большой враг любого делового человека, в том числе торгового работника.

Многие терпят на своем пути неудачу, поскольку считают, что достаточно внушить себе на уровне подсознания: "Будь деятельным, имей успех, будь богатым!" После этого они сидят сложа руки и ждут манны небесной, которой никогда не будет.

Предположим, вы мечтаете стать скрипачом-виртуозом. Вы часами представляете себе, как легко проводите по струнам смычком и извлекаете из скрипки божественные звуки.

Вы можете сколько угодно питать ваше подсознание подобными мысленными образами. Но это ни к чему не приведет, пока вы не купите скрипку и не найдете в себе достаточно силы воли, чтобы упражняться **по** много часов в день.

Говорят, что талант составляет лишь двадцать процентов успеха, **а все** остальное - это сила воли и ежедневный упорный труд.

Определите ваши цели!

Одна из бед нашего времени - отсутствие ясных целей. Вам точно известно, чего вы хотите? Тогда объясните это окружающим вас людям!

Многие расточают свое время и жизненную энергию, не имея ясных Целей в профессии и личной жизни.

Кто всегда делал только то, что делал всегда, тот будет получать только то, что всегда получал.

25

Кто живет без плана, приходит к печальному выводу: если он сам не устанавливает своих целей, то по большей части это за него делают другие.

Изменять себя означает: двигаться от того, кем мы являемся, к тому, кем мы можем быть!

Попробуйте изложить ответы на приведенные ниже вопросы на листе бумаги, - подобно тому, как при основании нового предприятия составляют начальный баланс. Начните с позитивных пунктов:

- В чем ваши основные таланты и способности, что вы можете особенно хорошо делать?
- Какие практические знания вы могли бы выгодно применить? Какой опыт вы могли бы применить уже сегодня?
- Что приносит вам удовольствие и радость? Почему вы так редко, проявляете активность, чтобы доставить себе удовольствие и радость?
- И особенно важно: к какой профессиональной группе, к какому **типу** людей вы ощущаете себя причастным? А теперь станьте самокритичны:
- Какие ваши сильные и слабые стороны влияют на вашу работу?
- Какие ошибки вы сделали до настоящего времени? Что вы могли бы еще исправить?
- Выбрали ли вы вашу профессию навсегда? Или **же** хотели бы заниматься чем-то другим?
- Где лежат границы ваших возможностей? Знаете ли вы о них? Или вы верите, что способны на большее?

Основной вопрос: **готовы ли вы изменить себя?**

И готовы ли вы согласиться с тем, что в вас есть нечто, являющееся действительно неизменным? Это важно, так как у вас должен быть мир с самим собой. Благодаря этому миру вы станете сильной личностью, которая знает, чем она является и чем станет.

Постоянно держите перед глазами мысленный образ ваших целей. Только так вы сможете сконцентрироваться и установить приоритеты.

Конечно, вы должны быть реалистом и ставить перед собой цели, которых в состоянии достичь. Для этого нужна соответствующая внутренняя установка.

К внутренней установке я причисляю, кроме талантов и способностей, также честные ответы на вопросы: "Могу ли я действительно добиваться успеха?", "Достаточна ли сила моей мотивации, чтобы достичь целей?". Было бы нереалистично ставить перед собой большие цели, которых вы никогда не смогли бы достичь.

Если же вы вначале поставите перед собой несколько малых целей и будете осуществлять их шаг за шагом, то быстро добьетесь успеха. Ничто не стимулирует так сильно, как успех!

26

Конечно, за это время некоторые из ваших приоритетов изменятся или к ним добавятся другие. Во всяком

случае вы должны установить себе сроки реализации своих целей и развивать концепцию лучшей жизни, нового человека!

Подумайте о значении изречения: **"Каждый день надо проживать так, как будто он последний в твоей жизни!"**

Дейл Карнеги, который открыл позитивные духовные силы человека, установил:

"Если окружающие знают, куда ты хочешь пойти, они отходят в сторону и пропускают тебя".

Ваши три шага к цели:

1. Поставьте перед собой цель. Разработайте поэтапный план, как бы **вы** хотели реализовать эту цель. Время от времени сверяйтесь с этим планом!

2. Гоните прочь сомнения! Вы достигнете ваших целей, если не будете предъявлять к себе чрезмерных требований. Вы растете с вашими успехами!

3. Регулярно спрашивайте себя об ошибках, которые были совершены с начала реализации ваших целей, и анализируйте их. Учитесь на своих ошибках и добивайтесь еще большего успеха!

Откройте могущество вдохновения!

Представьте себе, что вы находитесь на футбольном стадионе. Ваш фаворит забил решающий гол. Вы вскакиваете - вдохновение переполняет вас. Вы еще какое-то время пребываете в этом состоянии, но потом оно проходит. Теперь предположите, что это чувство переполняет вас постоянно. Как вы думаете, на что способны люди в таком состоянии? Поистине, они могут "свернуть горы"!

Но, вероятно, вы не смогли бы долго выдерживать постоянное вдохновение! Я сознательно изобразил крайнюю ситуацию, чтобы показать **на** примере другой крайности, что миллионы людей с детства разучились вдохновлять себя. Вам нужно, используя успехи других, - например, футболиста, забившего гол, - учиться хотя бы кратковременно переживать чувство вдохновения.

Однако вдохновение нельзя все время получать со стороны. Нужно издать источник вдохновения в собственной душе. Только истинное вдохновение является причиной успеха!

- Вдохновение помогает достичь целей, делает вас привлекательным, не допускает в вашу жизнь скуку!
- Без вдохновения вы не живете, а только удерживаетесь в жизни!

27

• Вдохновение помогает побеждать депрессию, осуществлять **желания**, преодолевать препятствия. Оно улучшает внимание, пробуждает активность.

• Вдохновение порождает новое вдохновение и уверенность! Ведь каждую неудачу оно закладывает семена будущего успеха!

• Каждый человек обладает даром вдохновения. В большинстве случаев лишь негативные эмоции душат вдохновение.

• Вдохновение - драгоценный цветок, требующий **постоянного** ухода. Ухаживайте за ним, радуйтесь ему.

Очень большую негативную роль в жизни многих людей играет страх перед будущим. Некоторые продавцы испытывают страх перед визитом в фирму к покупателю, боятся, что сделка не состоится и т. д. Решительные высказывания или действия, которые должны привести к заключению сделки, не удаются, потому что способность продавца к вдохновению блокирована страхом.

Страх - в особенности страх перед изменениями в жизни - это состояние, которое нужно победить, чтобы обеспечить будущее.

Если постоянный спутник человека - страх, человек не знает, чего **он** хочет, что с ним будет. Кто вдохновлен, тот живет в позитивном мире, **без** страха перед будущим.

Преодолеть страх можно только с помощью уверенности в себе и вдохновения.

Чем детальнее вы представляете себе ваши цели, чем конкретнее разрабатываете планы, тем быстрее исчезает страх перед будущим, болезнью и т. п.

Американский автомобильный король Генри Форд говорил: *"Если ты способен вдохновляться, то можешь создать все! Вдохновение - это дрожжи, на которых поднимается твоя надежда"*.

А теперь поставьте себе более конкретные вопросы:

- *Что я требую от себя?*
- *Насколько сильно побуждают меня к действию мои главные цели*
- *Хочу ли я действовать успешно на самом деле?*
- *Реалистичны ли мои цели?*
- *Верю ли я в себя?*

Ответьте себе на эти вопросы искренне. Теперь вы знаете о ваших способностях, талантах, планах и т. д. Дайте **же** вашей жизни новый смысл и содержание в соответствии с этим.

Известный психолог Николаус Энкельман пишет так:

Я хочу! Я могу! Я стану!

28

5

ЭНЕРГИЧНЫЙ ПРОДАВЕЦ КАК ВИРТУОЗ КОММУНИКАЦИИ

Искусство убеждать других

Энергичный продавец коммуникабелен. Что я понимаю под коммуникабельностью?

Это, прежде всего, искусство убеждать.

Продавец убеждает покупателя, используя свою индивидуальность -внешний вид, манеру разговора, аргументацию, готовность и способность принять те или иные сигналы и др.

Как продавец и покупатель устанавливают коммуникации (связи)? **Что** можно улучшить? Посмотрим сначала, как выглядит продажа "изнутри".

Допустим, вы продаете недвижимость и в ходе переговоров задаете покупателю следующие вопросы:

"Земельные участки в последнее десятилетие постоянно дорожали, не так ли?"

Ответ покупателя: "Да".

"Повсюду не хватает жилья и потребность в нем возрастает?"

Ответ покупателя: "Да".

"Недвижимость человек приобретает большей частью путем наследования и дарения?"

Ответ покупателя: "Да".

"Итак, приобретение недвижимости является очень разумным делом! Вы будете покупать?"

После того как продавец вовлек покупателя в своеобразный "да-ритм", он переходит к своему конкретному объекту продажи в столице Германии Берлине, рядом с Курфюрстендамм.

"Берлин - один из крупнейших городов Германии, не так ли?"

Покупатель: "Да, это так".

"Правда ведь, что в Берлине большой дефицит жилья?"

Покупатель: "Да, это известно".

"Курфюрстендамм является известнейшей улицей мира?"

Покупатель: "Да, это знает каждый".

Теперь продавец говорит: *"На Курфюрстендамм цена одного квадратно метра от 10 до 25 тысяч марок. Если я вам теперь предложу третий дом от Курфюрстендамм по цене 5,5 тысяч марок за квадратный метр, разве это не будет очень выгодным предложением?"*

29

Покупатель (его желание купить уже возбуждено):

"Да, это заманчивое предложение, это меня интересует!"

Диалоги в книгах по продаже нужно подробно описывать, потому что **эта** техника применима в любой отрасли.

Обучающимся у меня консультантам я рекомендую сразу же после посещения покупателя детально рассмотреть ход разговора и проанализировать, в чем сила их действий и в чем слабость: определенное мгновение в разговоре консультанта, аргументация, высказывание и т. п.

Этот отчет продавец готовит не для своего предприятия, а для себя! **УЧИТЬСЯ** можно не только на своих ошибках, но и на удачах! И при следующем посещении покупателя поможет "карточка покупателя", которую продавец быстро просматривает перед визитом. Благодаря этому начало разговора будет протекать легче. Кто владеет техникой коммуникации, может убеждать других людей.

Почему же случается так, что большое количество переговоров о продаже заканчиваются неудачей?

В одном словаре я нашел такое определение неудачной коммуникации:

"Это неприятие, непонимание, несогласие, неэффективность. Причиной нарушения коммуникации могут быть помехи в разговоре, неудачный выбор слов или построение предложений, которые не были восприняты адресатом, потеря интереса со стороны адресата или его антипатия."

Здесь в нескольких фразах отражается весь мир продаж. Вдумайтесь в них, и вы поймете, почему многие попытки коммуникации оказываются столь неудачными. В потоке повседневных событий мы нередко понимаем ситуации и других людей неправильно.

Это происходит так часто, что кажется нормальным, и мы редко задумываемся над этим.

Продавец должен добиваться того, чтобы найти общий язык с покупателем. Это его профессия, он этим зарабатывает на жизнь.

Это тяжело и над этим нужно много работать.

Энергичный продавец устанавливает контакты, используя свою индивидуальность

Тот, кто хочет убеждать других, должен быть готов работать над собой, отбросив умственную лень! Ему необходимы: большая практика, постоянное расширение кругозора, приобретение знаний, благодаря которым он сможет черпать аргументы и факты в любой ситуации!

30

Он должен обладать страстным желанием подниматься со ступени на ступень по лестнице совершенства, постоянно открывать новые двери знаний чтобы обнаружить, что за ними скрыто!

Я хочу сообщить вам и о негативном опыте моей профессиональной практики, которая при создании этой книги была большой движущей силой.

Вновь и вновь я спрашиваю у торговых консультантов, собирающихся на мои семинары: "Скажите, пожалуйста, сколько денег вы израсходовали за последние пять лет на автомобиль?" Нередко в ответ я слышу цифры от

60 до 350 тысяч марок. Продавцы, с которыми я встречаюсь, в большинстве своем зарабатывают хорошо...

Потом я задаю следующий вопрос: "А сколько вы потратили за это же время на продолжение вашего личного и профессионального образования?"

Молчание. Замешательство! Редко кто-нибудь назовет сумму. Да в принципе это даже и не нужно, потому что ответы я очень часто могу прочитать по смущенным лицам.

Я полагаю, что это является основной причиной недостатка энергичных продавцов в нашей стране. Но так как вы читаете эти строки, я смотрю в будущее с оптимизмом...

Энергичный продавец устанавливает контакты, используя свою манеру одеваться

Я не знаю такого энергичного продавца, которому не было бы известно, что необходимо заботиться о собственном **имидже**. Речь идет о его образе, который сразу же возникает в сознании любого человека, в особенности покупателя, когда еще не сказано ни единого слова. Конечно, внутренняя ценность личности, характер и другие особенности ценны и важны, но оцениваются людьми лишь после длительного контакта.

Одежда и внешний вид в значительной степени определяют то, как встретит продавца деловой партнер - с симпатией, вниманием и уважением или с антипатией и пренебрежением. Одежда делает людей!

Забота об имидже начинается для энергичного продавца с заботы о теле и одежде. С головы (всегда аккуратно причесанной) до ног (на которых всегда подходящая и ухоженная обувь) энергичный продавец являет собой образ серьезного, уверенного в себе и удачливого в делах человека, с первого взгляда производящего благоприятное впечатление. Гардероб энергичного продавца как бы подтверждает его компетенцию, сигнализируя: вот человек, который на все вопросы даст убедительный ответ. На вопрос, как правильно одеться в любой ситуации.

31

Не ждите, что я начну давать вам наставления о том, как одеваться. Это должны знать вы сами. Однако замечу, что вкус не всегда зависит от денег. Часто меня удивляет внешний вид некоторых торговых консультантов...

Я хочу только подчеркнуть то огромное значение, которое следует придавать вашему внешнему облику.

Встречают по одежке!

Порой мне встречались продавцы в самых дорогих костюмах от известных и модных портных. Выглядели они так, будто лишь нехотя сняли ценник с супергалстука. **Кто является к покупателю одетым слишком модно, тот "применяет средство поражения избыточной мощности"**, - покупатель чувствует себя "побежденным", и уже по одной этой причине у него возникает непреодолимое внутреннее предубеждение: "Этому молодчику я не позволю одурачить себя!"

Стремление выставить напоказ свое богатство производит негативное впечатление или, в лучшем случае, воздействует только на наивных людей. В своей деловой области я чрезвычайно редко встречал наивных

покупателей

Энергичный продавец устанавливает связь с помощью глаз

Значение первого взгляда велико.

Первое мгновение, когда двое людей встречаются и приветствуют друг друга, сопровождается первым взглядом в глаза. Наше сознательное восприятие другого человека всегда происходит с помощью непосредственного зрительного контакта.

Если "ритуальный" взгляд не соблюден, собеседник чувствует себя проигнорированным или оскорбленным. Вряд ли он сможет противодействовать оскорбленному чувству: "Ты со мной не считаешься, не воспринимаешь как подобает?"

Энергичный продавец обязательно приветствует покупателя открытым взглядом в глаза. Позднее, в разговоре о продаже, он также часто смотрит в глаза покупателю, чтобы подчеркнуть значение своих слов.

- Благодаря сознательному использованию глаз, убеждающая сила **слов** неизмеримо повышается! Взгляд способствует внушению так же, как слова!

- Прерывание зрительного контакта **на** длительное время при разговоре может привести к тому, что разговор быстро закончится. Энергичный

32

продавец должен внимательно относиться к собеседнику: **если** партнер отводит глаза или моргает, то он сигнализирует о недоверии или даже подозрении. Отводя глаза в сторону, он хочет избежать высказывания своего мнения. Если участник разговора закрывает глаза на короткое время и кивает головой, он сигнализирует: "*С меня довольно, я больше не собираюсь соглашаться*". Взгляд вниз свойственен людям, которые боятся узнать что-то новое; их устраивает все традиционное, надежное.

Если говорит партнер, опытный энергичный продавец не допускает поединка взглядами. Это породило бы агрессивность, которой **он** хочет избежать.

- Энергичный продавец смотрит на рот говорящего, давая понять, **что** внимательно слушает, но не позволит на себя влиять.

Энергичный продавец устанавливает связь с помощью мимики

Тот, кто хочет оказывать влияние, должен уметь увлекать других. Даже черты лица должны отражать основные качества, присущие энергичному продавцу: **вдохновение, привлечение симпатий, силу убеждения.**

Продавцу, который ведет разговор о продаже с лицом игрока в покер, следует подыскать себе другую профессию.

Энергичный продавец должен незаметно, **но внимательно** следить за выражением лица своего покупателя по сигналам согласия и недоверия.

Энергичный продавец устанавливает связь с помощью жестов

Язык наших жестов в большинстве случаев четче и яснее, чем наши слова!

"Тело не так поддается контролю, как язык", - гласит поговорка. Тело всегда реагирует спонтанно и не может скрыть наших истинных чувств, как это могут сделать слова. Ошибочное понимание языка жестов может привести к конфликту

Человек, который жестикуляцией рук не поддерживает своих слов, выглядит нелепо. Потому что невозможно передать информацию без участия рук.

Некоторые сигналы известны каждому: если руки лежат на бедрах или скрещены на груди, то человек пытается отразить нападение, защититься.

33

Иногда люди слушают оратора **со** скрещенными руками, что являете позитивным знаком: от груди исходят потоки активности. Кто скрещивает руки, тот сигнализирует: я блокирую активность, теперь на очереди ты, я слушаю тебя. Тот, кто резко вскидывает руки вверх, хочет подчеркнуть: Ради Бога, оставьте меня в покое! Я не хочу в этом участвовать, меня это не касается!

Сначала мы воспринимаем сигналы жестов других людей, и если мы правильно интерпретируем их, то и наши реакции адекватны.

Учитесь смотреть глазами энергичного продавца!

- **По каким признакам энергичный продавец узнает, что его партнер настроен открыто и дружески.**

Глаза партнера глядят открыто. Он часто ищет контакта взглядом. Дыхание в момент речи ровное. В голосе спокойная, доверчивая интонация. Он, возможно, пару раз положил руку на плечо или на руку партнера по разговору.

- **Агрессивный человек не является загадкой для энергичного продавца.**

Люди, настроенные агрессивно, смотрят слегка прищуренными глазами. На лбу образуется вертикальная морщинка. У основания носа возникает поперечная морщинка. Движения тела и конечностей резки. Другие признаки агрессивного человека: напряженное дыхание, быстрая речь, громкий голос.

- **Признаки, по которым энергичный продавец узнает решительного, упорного партнера по разговору:**

Скрытый взгляд (слегка прищуренные глаза), вертикальная морщинка на лбу и плотно сжатые губы, голос жесткий.

- **Как энергичный продавец узнает, что собеседник нерешителен или равнодушен.**

Уголки губ опущены, он часто потирает нос. Говорит медленно, делает неуверенные движения. Другие признаки: смех с открытым ртом.

- **По каким признакам энергичный продавец узнает, что партнер робок и подвержен внутренним конфликтам.**

Мигающие глаза и вертикальная складка на лбу, время от времени барабанит пальцами по столу или ерзает на стуле. Чем дольше он говорит, тем выше становится его голос.

- **По каким признакам энергичный продавец устанавливает, что перед ним сомневающийся партнер.**

Лицо не напряжено, но брови подняты кверху, часто смотрит в сторону, делает неуверенные телодвижения.

34

- **По каким признакам энергичный продавец узнает недоверчивого партнера по разговору.**

Тот смотрит украдкой, искоса или снизу. Брови опущены, смех напряжен.

- **По каким признакам энергичный продавец узнает озлобленного партнера по разговору.**

Уголки рта вытянуты или опущены вниз. Отчетливо видны складки уголков рта. Одновременно он морщит лоб. Говорит медленно, слышен шум дыхания.

- **По каким признакам энергичный продавец узнает скрытного партнера по разговору.**

По замкнутым смешкам или ухмылке. Взгляд направлен вниз. Он предпочитает быть на значительном расстоянии от собеседника. Его голос тих, сдвоен, речь замедленна.

Энергичный продавец правильно использует свой голос

Каждый судит о другом человеке по его речи, по его взгляду и по его голосу. Мы чувствуем, что одни голоса привлекают нас, а другие отталкивают.

Вашим голосом вы создаете настроение!

Философ Фридрих Ницше так сказал о значении голоса:

"Понятность языка определяется не только словом самим по себе, но и силой, модуляцией и темпом, с которыми произносится ряд слов. Короче, за словами - музыка, страсть этой музыки, за этой страстью - личность, т. е. все, что не может быть написано".

Если вы еще раз медленно прочтаете этот абзац, поймете его содержание, то увидите, что, собственно, все уже сказано:

Музыка - страсть - личность. В другом месте этой книги вы прочитали: симпатия - вдохновение - доверие. Вы поняли взаимосвязь?

Греческий философ Сократ сказал: "Заговори, чтобы я тебя увидел".

Он знал: наш голос является выражением индивидуальности. Голос приходит из глубины человека и делает явной его внутреннюю сущность.

Именно по этой причине многие продавцы не могут убедить покупателей даже с помощью очень хороших аргументов. Голос не натренирован и выдает страх и неуверенность.

Боязливый человек всегда имеет боязливый голос, осторожный человек - осторожный голос, агрессивный человек - убежденный голос, у спокойного - спокойная манера говорить, и т. д. Голос передает, что вы за человек!

35

Ваш голос оказывает большое воздействие на других, если вы спокойны и уверены в себе. Никто не захочет слушать человека который говорит высоким, пронзительным голосом.

Вероятно, вы также знаете историю успеха греческого оратора Демосфена: будучи молодым человеком, он шепелявил и заикался, поэтому мог говорить только тихо.

Тогда он начал ходить на берег моря и неустанно упражняться в том чтобы заглушить шум прибоя своим голосом. Вдобавок он клал себе в рот камешки. В конце концов он стал знаменитейшим (и опаснейшим) оратором Греции.

"Человек, который начинает работать над своим голосом, работает над стержнем своей личности! Человек, который изменяет голос, изменяет свой характер", - установил психолог Николаус Эккельман.

Учитесь правильно говорить - тогда своим голосом вы добьетесь нужного настроения!

Работайте над вашим голосом!

Голос является вашей звучащей визитной карточкой! Внушение речью представляет собой самое действенное средство коммуникации. Ваш голос есть выражение вашей личности; он принадлежит только вам, точно так же, как и отпечатки ваших пальцев!

Однако как вы говорите? Возьмите магнитофон и начните записывать на пленку, как вы читаете вслух, например, текст газеты или книги.

Проигрывание записи быстро выявит наиболее распространенные недостатки;

- Вы проглатываете конечные слоги.
- Вы монотонно читаете свой текст.
- В вашем голосе почти нет силы убеждения.

Возможно, всех этих недостатков у вас и не будет, но большинство людей узнают о них только тогда, когда впервые слышат собственный голос. Излюбленный вопрос: "Неужели это говорю я?"

Узнайте, как ваш голос действует на ваших близких. Возможно, вы обнаружите недостаточно убеждающую силу, или агрессивность, или недоброжелательность. Едва ли есть лучший тест, чтобы обнаружить ваши недостатки!

Если вы доведете самокритику до того, что захотите оказать себе помощь, поработайте над техникой дыхания, снятия напряжения и внушения.

Если вы запишете на магнитофон свой голос и месяц спустя сравните с последней записью, то будете удивлены прогрессом! Нужна только практика! Думайте о Демосфене!

36

6

ЭНЕРГИЧНЫЙ ПРОДАВЕЦ ИНСЦЕНИРУЕТ СВОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

Почувствуйте, как энергичный продавец обставляет свою сцену

В то время, когда энергичный продавец озабочен тем, чтобы найти своего покупателя (партнера), он уже обдумывает, где и как должен проходить разговор о продаже. Исходя из обстоятельств, продавец выбирает свой офис, бюро покупателя или его дом. Каждое из этих трех мест имеет и преимущества, и недостатки. Собственный офис идеально пригоден для тщательно спланированной инсценировки.

Энергичный продавец может произвести впечатление на покупателя хорошим вкусом, например, с помощью мебелировки или оформления своего офиса. Дипломы и акты, подтверждающие его успехи, также относятся к действенным реквизитам.

Если встреча с покупателем происходит в офисе продавца, то последний имеет "преимущество родины", покупатель же находится на чужой территории, легко теряет уверенность, у него нет возможности "спрятаться" за своим письменным столом.

К тому же энергичный продавец в любое время может прибегнуть к аргументационным материалам по продаже (образцы документов, рекомендации, таблицы с цифрами, данными, фактами), которые при визите домой к покупателю он не может захватить с собой в полном объеме. В своем офисе у него под рукой и такие вспомогательные средства, как видео, слайды, крупноформатные фотографии и т. д.

Кроме того, в собственном бюро у энергичного продавца имеется возможность благодаря определенной расстановке мебели обеспечить известное расстояние до покупателя. Продавец на всякий случай садится поближе. Чем больше расстояние между покупателем и продавцом, тем меньше последний может осуществлять контроль. Все письменные столы представляют собою барьер между энергичным продавцом и покупателем.

Относительно этого барьера имеются интересные психологические наблюдения. По типу расположения письменного стола в бюро покупателя можно судить о его маленьких властных прихотях. Если письменный стол стоит в середине комнаты, то ее владеец в большинстве случаев сидит

37

спиной к окну и у него всегда перед глазами и посетитель, и дверь. На посетителя падает свет, хозяин кабинета остается в тени. Энергичный продавец констатирует: этот клиент любит властвовать, все должно быть в поле его зрения. Не зря это прекрасное мощное стратегическое размещение применяется в кабинетах начальства.

При разговоре в своем бюро энергичный продавец отказывается от неуклюжих инсценировок. Приведем пример такой инсценировки: в кабинет неожиданно врывается секретарша и спрашивает негромко, но так, чтобы слышал покупатель: *"Доктор Оберхаупт хотел бы перенести свою встречу с вами на час вперед. Это возможно, если вы отмените встречу с министерским советником Зюсбайном. Отменить?"*

Покупатель думает: *"Должно быть, меня тут обманывают в отношении того, с какими важными персонами общается продавец"*. Этот шитый белыми нитками трюк действует негативно.

Разговор с покупателем в собственном бюро имеет и отрицательную сторону. Энергичный продавец хотел бы кое-что узнать о своем покупателе, чтобы соответственно построить или инсценировать презентацию или заключение сделки. Если бы разговор происходил в доме покупателя, то у продавца было бы достаточно информации, стоило только оглядеться по сторонам. Он сразу же узнает, какой достаток у покупателя, любит ли тот искусство, религиозен ли, является ли любителем порядка или человеком богемного склада, какие книги читает и многое другое.

Визит домой к покупателю дает продавцу возможность прибегнуть к испытанному "пудель-трюку": продавец видит собаку, кошку и устанавливает точку соприкосновения. *"Да это на редкость прекрасное (милое, необычное, чистопородное, умное) животное. Поистине великолепный экземпляр! Вы дадите ему специальный корм?"*

Уже пошел в ход приятный разговор, в котором энергичный продавец льстит покупателю.

Одни примеры по продаже подтверждают правильность этой идеи, другие находят ее неумной. Я считаю, у продавца нет другого выхода, как "уцепиться" за домашнее животное (если оно есть). Домашнее животное считается членом семьи. Было бы невежливо не заметить его вовсе.

Дело, пожалуй, не в том, каким образом сделать комплимент. Энергичный продавец - не журнальный рекламщик, который ковшами отпускает мед "почтенной даме". Притворяться было бы ниже его достоинства. Он применяет лишь свой индивидуальный стиль и использует могущество своей симпатии.

38

Энергичный продавец тренирует свою наблюдательность

Прихожу ли я к покупателю или он приходит ко мне, я прежде всего стараюсь получить визуальную информацию. Как выглядит покупатель, его одежда, его автомобиль? Я обращаю также внимание на такие мелочи, как ногти на руках, волосы, обувь, кольца, наручные часы. Я знаю энергичного продавца, который, используя от 20 до 30 подобных деталей, мог довольно-таки точно охарактеризовать человека, хотя видел его мимолетом.

Говоря об этом даре наблюдательности, невольно вспоминаешь Шерлока Холмса, который, используя полученную информацию, мог моментально нарисовать портрет человека. За один только этот талант мистера Холмса можно принять в гильдию энергичных продавцов!

Само собой разумеется, этот дар может быть выработан и доведен до совершенства только благодаря постоянной тренировке, но это нелегко!

Прежде чем я расскажу, каким образом вы могли бы в кратчайшее время стать детективом, я хотел бы вам убедительно показать, насколько не развита ваша способность к наблюдательности. Ответьте-ка на три вопроса:

- Что гласит изречение, выгравированное по краю одной марки?
- Кто изображен на обратной стороне новой банкноты в сто марок?
- Чьи подписи имеются на всех банкнотах? Ну что? Полагаю, у вас готовы не все ответы, что, вообще говоря, удивительно. Ведь каждый день вы держите деньги в руках, получаете их от других, даете их другим. На деньги вы покупаете продукты и бензин, охотно тратите их на путешествие во время отпуска или на билет в кино, приобретая с их помощью полезное и приятное.

Деньги очень важны. Большинство людей мечтают владеть горой денег. Почему же деньги редко приходят к таким людям? Потому что они пренебрегают деньгами. Потому что вряд ли они знают, как выглядят монеты и банкноты. Они никогда не давали себе труда поточнее разглядеть "отчеканенную свободу" (определение денег по Достоевскому).

По краю одной марки нет никакого выгравированного текста; лицо, изображенное на банкноте в сто марок

(Клара Шуман), находится **на лицевой** стороне банкноты и своими подписями на банкнотах ручаются за **стабильность** наших денег господ Пель и Шлезингер (Федеральный банк).

А теперь перейдем к вопросу о том, как можно усилить наблюдательность.

39

Ответ гласит: просто станьте любопытным!

Любопытство - совершенно выдающееся свойство энергичного продавца. Любопытство к познанию личностей, к положению вещей, любопытство ко всему, что движет нашим миром.

Любопытство - внутренняя установка человека. Благодаря любопытству вы можете за месяц изучить и узнать больше, чем другие за год! Любопытство означает наблюдать, спрашивать, изучать. Станьте любопытными!

Представьте себе некоего продавца, который посещает семинар повышения квалификации. Какой будет его установка? Он приезжает, прослушивает все доклады, некоторые находит очень поучительными, на друг засыпает и под конец обучается чему-либо по специальности или злится потерю времени и денег.

А теперь представим себе любопытного продавца, который, как другие, надеется на специальное обучение. Но он наблюдает за всеми и каждым, существенным и несущественным. Потому что он жаждет к новому:

- Как одеты его коллеги? Носят ли галстуки, кроссовки, кольца на пальцах и почему? На каких автомобилях ездят? Плохо или чисто выбриты?

- Кто из коллег действует убедительнее, чем другие, и в чем это является?

- О чем говорят коллеги во время перерывов? Есть ли новые тенденции, новые рыночные возможности?

- Как выступают авторитеты? Как они изменяют голос во время доклада? Какие риторические трюки применяют? Какими приемами увлекают публику?

- Какие их жесты убедительны и достойны подражания?

И так далее. Вы уже видите: этот продавец имеет совсем другую установку и поэтому получает от докладов на семинарах ценные знания и опыт.

Нелюбопытный продавец ругает обстоятельства, еще сильнее - экспертов, которые не смогли его ничему научить, но только не себя...

Можно спокойно переносить эту ситуацию на все остальные ситуации вашей жизни, профессиональные или личные.

Пока вы чувствуете стремление наблюдать, спрашивать и изучать, пока вы любопытны, вы смотрите на жизнь совсем другими глазами. У вас сохраняется позитивная установка по отношению к окружающим вас людям и ситуациям. Вы быстро накапливаете практический опыт.

Подумайте об энергичном продавце. Этот человек каждое утро встает с желанием узнать что-то новое, он открыт людям, настроен на общение.

40



Проследите, как энергичный продавец ищет и находит своего партнера

Пока энергичный продавец размышляет о своем "сценическом образе", он одновременно занят поисками своего делового партнера, покупателя.

Проще всего он находит партнеров по телефону. Он должен установить, намереваются ли они вообще участвовать в игре, а если нет, то попытается побудить их принять в ней участие. По телефону это получается быстрее и эффективнее.

"Вначале было Слово". Именно нужные слова открывают вам двери к покупателю!

Что еще необходимо в телефонном разговоре, так это способность "видеть" перед собой партнера на другом конце провода. Потом нужно будет сделать "видимыми" и "ощущаемыми" для него те образы, которые посылаете вы.

Вы полагаете, это звучит слишком нереально? Я расскажу вам об одном конкретном событии, свидетелем которого был сам в офисе у самого гениального энергичного продавца Германии, которого я когда-либо знал.

Я находился на деловом совещании в его кельнском офисе. Когда я выступил, он как раз закончил читать экономический раздел газеты "Франкфуртер альгемайнен". Он протянул мне листок и указал на маленькое извещение: *"Машиностроительное предприятие Мюллера и К в Ауфвинде..."*

"Посмотрите-ка, что сейчас произойдет", - сказал он и взял телефонную трубку прежде, чем я успел сказать

хоть слово.

То, что случилось потом, было действительно феноменально! За минуту он преодолел все барьеры и всех "серых кардиналов", и вот шеф фирмы лично у телефона.

Через две минуты мой коллега убедил партнера в неповторимости своего предложения. Спустя примерно десять минут он в качестве посредника провернул с этим совершенно незнакомым ему человеком сделку с недвижимостью стоимостью в 250 тысяч марок. Между прочим, потому что он детально представил покупателю выгоду своего предложения.

Некоторые детали я вспоминаю не вполне точно, слишком я был поражен. Но помню, что он сначала поздравил шефа фирмы Мюллера с его успехом в экспорте, намекнул на то, что господин Мюллер в существующих условиях восемь месяцев в году работает только на выплату налогов финансовой службе, и указал на необходимость введения сниженного налогообложения, а затем уточнил свое предложение. После этого

41

он послал к покупателю такси с подписным свидетельством. **Тот** подписал, и через час свидетельство снова было в офисе энергичного продавца. Эта маленькая история - пример того, каких результатов можно добиться путем разговора по телефону. И для вас телефон является ключом к продаже, если вы примете во внимание некоторые важные аксиомы.

Восемь золотых правил энергичного продавца в разговоре по телефону

1. Перед звонком продумать: зачем я звоню, с кем хочу говорить? Когда лучше позвонить? Чего я хочу достичь?

2. Я приветствую покупателя, называя его по имени, и представляюсь, называя свое имя. Я выражаю свое желание и показываю его выгоду.

3. Я говорю твердым голосом. Я сконцентрирован и позитивно настроен. Я улыбаюсь моему партнеру по разговору.

4. Передо мной на письменном столе вся рабочая документация и записная книжка, в которую я тотчас заново всю необходимую информацию, которую сообщает мне партнер по разговору.

5. Я стараюсь хранить отдельно от деловых сведений ту информацию, которая касается личности моего партнера по разговору.

6. Я стараюсь, чтобы в комнате было тихо. У моего партнера не должно сложиться впечатление, что я звоню ему из телефонной будки на вокзале или из огромного бюро с сотней сотрудников.

7. Я заинтересованно слушаю и демонстрирую это с помощью соответствующих замечаний. Тон моего партнера сигнализирует мне, в каком настроении он находится.

8. По телефону я посылаю энергию. Мой голос звучит оптимистически. Когда продавец звонит, он знает, что может побеспокоить своего партнера во время работы. Поэтому он уже в начале разговора называет причину звонка, а также сообщает, какое время займет разговор, используя для этого примерно такие речевые обороты:

- *Могли бы вы уделить мне ровно три минуты?*
- *У меня к вам только три коротких вопроса.*

Рекомендуется:

Коротко записать пункты, которые вы хотели бы обсудить по телефону. Тогда вы будете направлять ход разговора.

Запишите также возможные отговорки партнера и вкратце - то, что вы могли бы возразить на них.

42



Держите перед собой запись ваших целей. А именно: **чего я** хочу достичь в качестве минимальной цели, чего я хочу достичь в качестве максимальной цели.

В разговоре по телефону ситуация может измениться молниеносно. деля запись целей находится перед глазами, то это тотчас приведет вас к правильной мысли.

По возможности не говорите: *я, мы, наш, мой*. Говорите: *вам, вы, наш общий...*

Ваш голос должен быть уверенным. Обязательными являются дружелюбие, внимательность и вежливость.

Энергичный продавец звонит по телефону абсолютно уверенно, потому что он хочет принести покупателю пользу.

На что еще вы обращаете внимание в разговоре? Вы передаете вашему партнеру на другом конце провода чувство, что обстоятельно занимаетесь его проблемами.

Вы говорите вдохновенно! Подумайте о том, что ваш партнер по разговору может "видеть" вас только посредством вашего голоса!

Согласовывая срок посещения, лучше всего придерживайтесь короткой информации:

1. Назовите вашу фамилию и повторите ее вместе с вашим именем и должностью, а также фирму, которую вы представляете.

2. Назовите причину вашего звонка и желательную продолжительность разговора.

3. Сформулируйте высказывание, на которое ваш партнер по разговору может ответить: "Да". Вы должны создать позитивную атмосферу.

4. Подчеркните выгоду для покупателя и возбудите у него желание назначить срок вашего посещения. В то же время предложите обсудить дело так, чтобы все сведения, изложенные вкратце, можно было изложить в деталях, подкрепить примером.

5. Для желаемого посещения согласуйте определенные временные рамки, например, 15 минут.

6. Во время назначения даты посещения говорите динамично: "*В среду в восемнадцать часов? Замечательно, это мне вполне подходит!*" Повторите дату, чтобы исключить недоразумение.

7. Не забудьте поблагодарить партнера! Завершите разговор позитивным замечанием. Примерно так: "*Очень рад был поговорить с вами!*" В заключение три маленькие уловки энергичного продавца.

"Видеть сквозь телефон"

Энергичный продавец хочет согласовать с доктором Майером дату посещения. Позвонив по телефону? он узнает, что тот в этом месяце впервые появится только 15-го числа, после отпуска, проведенного в Италии.

43

Два дня спустя после 15-го он звонит и начинает разговор следующие образом: "Черт возьми, вы загорели, доктор Майер!" Майер сбит с толку и смеется. Тот, кто ему звонит, может видеть по телефону? Откуда он знает?

Лед сломан! Энергичный продавец теперь объясняет, каким образом он может "видеть", что доктор Майер загорел, а затем переходит к разговору о непосредственной причине своего звонка.

Согласовывать дату посещения

Прежде чем энергичный продавец поставит известный альтернативный вопрос: "Вас больше устраивает в понедельник в 11.20 или в среду в 18.00?" - он еще раньше спросит: "*Вам больше подходит время до или после обеда?*"

Альтернатива "до или после обеда" уже практически вынуждает покупателя дать принципиальное согласие на разговор. Тогда договориться о дне и времени встречи гораздо легче.

Избегать ровных сроков

На всякий случай энергичный продавец при согласовании времени встречи по телефону избегает так называемых "ровных" сроков: 11.00, 12.00 и т. д. Дело в том, что у покупателей тоже есть свои "внутренние" часы, и они испытывают напряжение с расписанием на ближайший час. Они предполагают, что энергичный продавец претендует на целый час их времени.

Если согласовать срок посещения на 10.30, то покупатель автоматически расценивает это как получасовой визит. На такой срок он согласится легче.

Энергичный продавец в телефонном разговоре ослабляет силу возражений

Следующие примеры ответов на возражения взяты из области телефонного маркетинга для консультантов по вложению капитала, но по смыслу они могут быть перенесены на все виды продажи. Для начала у покупателей есть постоянно звучащая и вновь повторяемая отговорка:

Покупатель: "У меня нет времени".

Энергичный продавец: "Понимаю. У меня тоже мало времени. Но в течение всего лишь трех минут я смогу убедить вас в том, что речь идет о теме, которая для вас имеет большое значение".

Покупатель: "У меня нет ни секунды!"

Энергичный продавец: "Господин Мюллер, как сказал Рокфеллер, важнее один день в месяц поразмыслить о деньгах, чем 30 дней проработать! Нам нужно только 25 минут! Пожалуйста, назовите дату встречи, которая бы вас устроила. В понедельник и во вторник я буду недалеко от вас и мог бы ненадолго к вам заехать".

44

Покупатель: "Мне это не интересно!"

Энергичный продавец: "Да, я могу понять, **что вы не** очень интересуетесь делом, в котором, возможно, не уверены или о котором недостаточно информированы. У вас могут быть уточняющие вопросы или сомнения. Подойдет вам..."

Покупатель: "Меня не интересует участие в этом деле!"

Энергичный продавец: "Это я хорошо могу понять, мистер Мюллер. Я также не мог ожидать, что вы заинтересуетесь чем-то, о возможности чего вы еще совсем не знаете. Именно поэтому я очень хотел бы поговорить с вами лично. Не будет ли вам угодно принять меня в понедельник или **во** вторник?"

Покупатель: "Помогли бы вы мне послать материалы по почте?"

Энергичный продавец: "В наших материалах речь идет о хитроумной концепции, которая нуждается в объяснении и должна быть сформулирована независимым экспертом. Поэтому было бы лучше, если бы я приехал к вам в понедельник или во вторник. Вам больше подходит время до или после обеда?"

Покупатель: "К сожалению, у меня нет денег".

Энергичный продавец: "Господин Мюллер, мне ясно, что только вы один можете судить о вашей финансовой ситуации. Но все же теперь вы должны спокойно заняться основными вопросами, которые важны для будущих решений! Вы позволите посетить вас в понедельник или во вторник?"

Или:

"Да, я хорошо могу вас понять. Наверняка только немногие могут всегда черпать из полной чаши. Но разве речь не идет именно о том, как вы с минимальными затратами собственных средств наилучшим образом обеспечите себя в будущем? Могу ли я поэтому посетить вас в среду или в конце недели?"

Покупатель: "Глазом не успеешь моргнуть, как дельце сделано!"

Энергичный продавец: "Господин Мюллер, речь идет не о быстром дельце, а о том, чтобы вы сначала убедились в возможностях и преимуществах нашего предложения. Вас устроит мой визит в понедельник, или лучше во вторник?"

Покупатель: "Такое решение я должен обсудить с моими партнерами".

Энергичный продавец: "Я полностью понимаю вас, господин Мюллер. Когда мы могли бы встретиться с вашими партнерами?" Покупатель: "Давайте вернемся к вашему предложению?" Энергичный продавец: "Господин Мюллер, ваш интерес к нему в данный момент не может быть большим, но все же я хотел бы вам показать те преимущества, которые вы можете получить, приняв наше предложение?"

45

Покупатель: "Наверное, вы хотите мне что-то продать?"

Энергичный продавец: "Верно, я хочу вам кое-что продать, господин Мюллер. При условии, что это вам принесет выгоду, которую вы себе будете планировать. Могу ли я прийти к вам в понедельник на следующей неделе, или вы согласны на пятницу?"

Покупатель: "Я должен все обдумать еще раз".

Энергичный продавец: "Господин Мюллер, в сущности, мы ведь обсудили важные пункты, чтобы дело пошло, вы согласны? Позвольте теперь **я спрошу** вас совершенно откровенно: какие же у вас опасения?"

Покупатель: "Я подумаю и перезвоню вам на следующей неделе".

Энергичный продавец: "Хорошо, господин Мюллер. Мы можем просто договориться, что я позвоню вам в среду после обеда, или для вас удобнее во вторник до обеда?"

Покупатель: "Для начала я хотел бы поговорить об этом с моей женой, консультантом по налогам".

Энергичный продавец: "Да, господин Мюллер, я очень хорошо понимаю вас. Наверное, мы сможем согласовать общие вопросы с вашей женой (консультантом по налогам) до конца недели. Или вам будет удобнее отложить разговор до начала следующей недели?"

Следите за энергичным продавцом при первом контакте с ним!

Покупатель по телефону согласился участвовать в вашей инсценировке. Конечно, прежде чем он займется сутью спектакля, ему захочется увидеть вас лично. Обо всем остальном он будет говорить потом.

Первое впечатление о вас является решающим - очевидно, банальный вывод, но он не теряет от этого своего значения. Походка, мимика, жестикуляция, внешний облик, манера говорить - все это очень важно. Я рассказывал об этом в предыдущей главе.

У вас может быть большой груз деловых и личных проблем, но в офис покупателя вы входите с высоко поднятой головой, как восклицательный знак, подчеркивая осанкой свою энергию и динамику!

Продавец никогда не должен опаздывать к назначенному времени. Однако, если такое случилось, не

совершайте роковой ошибки: не бросайтесь к покупателю, не приносите многословные извинения, иначе вы запутаетесь и окажетесь в невыгодном положении. С достоинством войдите в офис и искренне извинитесь.

46

Представляйтесь примерно так: *"Моя фамилия Шульце, Генрих Шульце из X-Y компании"*. При этом передавайте свою визитную карточку. Всегда называйте ваше имя в связи с представляемой вами фирмой! Потому что (на взгляд покупателя): кто такой Шульце?

Ваша решительность и уверенное представление определяют, как покупателю обратиться к вам. Теперь он также передаст вам свою визитную карточку, которую держит наготове.

Вы и покупатель протягиваете друг другу руки. Ваше рукопожатие крепко, но не слишком. Покупатель может сделать вывод: "Этот человек знает, чего хочет".

В эти первые десять секунд, которые решают, удачно положено начало разговора или нет, **вы** называете только ваше имя и фирму, но о прочем пытаетесь по возможности не говорить ничего.

В одной специальной книге я нашел очень образное сравнение: первые десять секунд - это стартовая фаза. В это время решается, будет ли запуск успешным и взлетит ли ракета!

Следующие три минуты решают, выйдет ли ракета на орбиту. **В эти три минуты** - я писал об этом в другом месте - **энергичный продавец пытается вдохновить покупателя.**

Он начинает с подходящего предмета, который видит в его офисе -возможно, какой-нибудь документ или диплом, - и использует его как повод, чтобы расспросить покупателя, похвалить его и освоиться.

До сих пор энергичный продавец не проронил ни слова о делах. Лишь после того, как "ракета выйдет на орбиту", "астронавт", собственно, приступает к своей работе.

Энергичный продавец знает: теперь у него есть 15 минут, чтобы провести разговор и с помощью умело задаваемых вопросов управлять им до заключения сделки.

Как энергичный продавец оказывает влияние на своего покупателя

Независимо от того, где происходит разговор с покупателем и как **много** полезной информации заранее собрал энергичный продавец, в большинстве случаев первые минуты встречи проясняют дальнейший ход пьесы.

Становится ясно, идет ли инсценировка энергичного продавца в общем и целом как запланировано, или он должен, следуя интуиции, изменить общую драматургию.

Чтобы суметь достойно **показать на сцене себя самого, он должен** "приспособить инсценируемую пьесу к характеру покупателя.

47

Энергичному продавцу ясно, что типология покупателей имеет недостатки.

По теории нужно лишь выдвинуть соответствующий ящик из картотеки, и дело обречено на успех... Как было бы прекрасно, если бы все было так просто!

Энергичный продавец знает, что каждый человек принципиально отличается от другого. Даже вспыльчивый покупатель Майер отличается от вспыльчивого покупателя Шмидта. Слабый пункт "классификации по ящичкам" заключается в том, что очень немногие покупатели полностью соответствуют прототипу. Каждый из них обладает индивидуальностью.

Кроме того, нужно учитывать: покупатели тоже хитрые, они по разным причинам более или менее убедительно играют ту или иную роль.

Преимущество энергичного продавца заключается в том, что он насквозь видит своих партнеров по спектаклю (покупателей) и незаметно предоставляет им новую роль: убежденного, удовлетворенного покупателя.

• Выступает любопытный покупатель

Его роль. Покупатель, который очень хочет знать, что происходит. Он желает получить всю информацию о продукте, которую терпеливо выслушивает. Этому покупателя нужно вдохновлять с помощью особо динамичной презентации.

Режиссура энергичного продавца. Он сообщает покупателю чувство, подталкивающее того на что-то особенное. Энергичный продавец выделяет, например, неповторимость продукта или его определенных деталей, и разъясняет его полезность. Если он к тому же еще выдает исключительную информацию "из шкатулки",

покупатель будет удовлетворен.

При этом энергичный продавец постоянно усиливает вдохновение и подтверждает его действенность: "Вы убедились? У вас такое же мнение? Вы знаете лучший продукт?"

Этот покупатель хочет только стать достаточно вдохновленным. Любопытный покупатель является покупателем интенсивным.

• **Выступает равнодушный покупатель**

Его роль. В своем обхождении он часто невежлив до дерзости: "Что с того, куплю я это или нет?" - выражает его лицо. Он следит за разговором о продаже, явно скучая, часто демонстративно поглядывая на часы.

Его настоящий характер. Этот покупатель ведет себя так, будто ему все безразлично, в действительности он держится настороже. Он ищет противоречивые и неопределенные моменты в презентации и радуется, если думает, что нашел что-нибудь подобное. Свои возражения он никогда не произносит вслух, он копит их внутри, пока они не превратятся в Эверест.

48

Режиссура энергичного продавца. Он узнает опасность, которая состоит в следующем: чем дольше длится презентация, тем больше воздвигается препятствий. Этому покупателю нужно вдохновлять, вдохновлять! Здесь поможет краткое перечисление преимуществ продукта. Надо вновь и вновь возбуждать любопытство покупателя, чтобы в конце концов он ощутил сильный интерес к продукту!

• **Выступает покупатель, говорящий "нет"**

Его роль. "Я не покупаю сегодня и завтра тоже не куплю", - настоятельно заявляет этот покупатель. Он выразительно подтверждает свои слова

отклоняющими жестами.

Его настоящий характер. Защитная позиция - не более чем щит, который не стоит воспринимать слишком серьезно. В сопротивлении без аргументации покупатель видит единственный шанс не стать жертвой своей слабости, которую он очень хорошо знает.

Режиссура энергичного продавца. Он тотчас же насквозь видит этого покупателя и внутренне усмехается. Потому что в действительности этот покупатель сообщает ему: "Я не могу устоять против хорошего предложения". Поэтому продавец дружеским тоном спокойно продолжает презентацию и особенно заботится о том, чтобы сообщить покупателю благоприятные условия, которые, само собой разумеется, могут быть предоставлены только этому особому покупателю и которые тот просто не может отвергнуть.

• **Выступает трусливый покупатель**

Его роль. Его защитная позиция обнаруживается в страхе, который он выражает прежде всего с помощью языка телодвижений: руки нервно перемещаются, глаза бегают и т. п.

Его настоящий характер. Он чувствует себя под угрозой именно из-за присутствия энергичного продавца, испытывает страх перед вопросами, которые тот может ему задать. Он знает, что его могут уговорить купить все, что угодно.

Режиссура энергичного продавца. Он мгновенно начинает играть роль всепонимающего психотерапевта и, предусмотрительно делая комплименты, чтобы восстановить у покупателя уверенность в себе, снимает угрозу конфликтной ситуации. Ни в коем случае он не позволяет такому покупателю углубляться в сферу частной жизни - это еще больше усилит сомнения последнего.

Может быть, энергичный продавец расскажет историю о другом покупателе, который принимал предложения с большой нерешительностью. Тем временем все возражения, которые приводил тогдашний скептик, были так блес-

49

тяше опровергнуты практикой, что в последствии он, энергичный продавец, получил дополнительную клиентуру, благодаря рекомендациям покупателя.

Конец его рассказа: "Вы также, господин покупатель, будете вскоре рекомендовать меня другим - я в этом убежден".

Энергичный продавец знает, что он легко может управлять этим покупателем, если ему удастся вдохнуть в него уверенность в себе. Этому покупателю в равной степени требуется руководство энергичного продавца и его доверие.

• **Выступает покупатель, говорящий "да"**

Его роль. В отличие от покупателя, который говорит "нет", а думает "да", здесь дело обстоит совсем наоборот. Данный покупатель думает "нет" хотя во время речи энергичного продавца со всем соглашается и постоянно дает понять это, кивая головой или делая другие утвердительные жесты.

Его настоящий характер. Втайне этот покупатель безумно хочет не покупать ничего и ни при каких

обстоятельствах! Возможно, он испытывает искушение вообще отделаться от этого визита. Он надеется, что разговор закончится тем быстрее, чем чаще он будет соглашаться. Иные же из говорящих "да", напротив, бояться и думают успокоить энергичного продавца частым выражением согласия.

Режиссура энергичного продавца. Он распознает ситуацию и понимает: продолжать презентацию бессмысленно. Он идет навстречу открытой опасности окончательного отказа. В определенный момент энергичный продавец прерывает свою презентацию и неожиданно, без агрессивности, но твердым тоном, спрашивает, глядя на покупателя:

"Позвольте мне задать один личный вопрос, господин покупатель. Вы сбиваете меня с толку. Несмотря на ваше согласие, я ощущаю ваше сильное предубеждение. Мы должны теперь совершенно открыто обсудить, почему вы в принципе не хотите покупать и скрываете это от меня".

Как правило, покупатель, говорящий "да", поражен таким ходом, потому что его тайные мысли стали явными. Теперь он вынужден играть в открытую. Когда с притворством покончено, можно разговаривать без напряженности. Для энергичного продавца нет ничего лучше, ведь это его особая специальность - превращать противников в друзей. I

В конце концов покупатель, говорящий "да", оказывается с энергичным продавцом в одной лодке. Они будут делать бизнес вместе.

• Выступает покупатель, который все знает лучше других

Его роль. Этот покупатель все знает лучше других и обладает сильным напором. Больше всего он любит контролировать общее течение разговора. Он не соглашается ни с одним аргументом продавца.

50

Он либо властный, энергично протестующий против возражений человек, либо - еще хуже - благосклонно их разрешающий. Его педагогически указательный палец указывает всем!

Он знает, что в присутствии энергичного продавца он слаб и, чтобы не показать этого, отделяется своим "я все знаю лучше". Он ни в коем случае не хочет допустить, чтобы энергичный продавец превзошел его.

Режиссура энергичного продавца. Он знает, что этому покупателю нельзя демонстрировать собственное превосходство или запугивать его. Чем сильнее будет воздействовать энергичный продавец, тем больше всезнайка будет укрываться за своим щитом.

Энергичный продавец способствует течению речи покупателя, но незаметно переключает его от продукта на предметы, которые можно критиковать без ущерба: текущую политику, телевизионную программу и т. д.

Энергичный продавец постоянно вежливо соглашается с покупателем и делает вид, что при этом он сам чему-то учится. Он позволяет покупателю выговориться и льстит его самолюбию.

Он сопровождает покупателя в его монологе до определенного момента, а затем неожиданно перебивает его: "Но теперь мы действительно должны обратиться к делу". При этом энергичный продавец использует совершенно нейтральную тональность.

Всезнайка сбив с толку, выведен из равновесия. Он ведь говорил совсем не о сделке, он высказывал свои соображения по поводу вещей гораздо более важных. Энергичный продавец наносит повторный удар: "Вы, конечно, правы, но нам с вами не изменить мир, во всяком случае, сегодня". ..

Аналогичная возможность: энергичный продавец с помощью вежливого согласия подводит покупателя к тому, что тот сам объясняет достоинства продукта.

Энергичный продавец делает вид, будто он при этом чему-то учится. И покупатель сам своим менторским поведением подготовил себе ловушку, которую энергичный продавец захлопывает прямым вопросом: "Вы теперь так хорошо знаете наш продукт, что же еще препятствует сделке?"

Всезнайки требуют специального обхождения. Почти все они - люди, которые имеют особенно высокую квалификацию в своей профессиональной области: судьи, врачи, специалисты по рекламе, и т. д.

Это люди, которые в силу своей профессии или службы привыкли к тому, что окружающие относятся к ним с большим почтением и ни в чем им не возражают.

В разговоре о продаже такой покупатель очень быстро приходит к точке, где он пытается захватить профессиональную область продавца. Этот

51

покупатель настойчиво пытается выдать свое мнение за знание и стремиться к тому, чтобы авторитет, который он имеет в своей профессиональной области, перенести на сферу деятельности продавца, чью компетенцию он таким образом, принижает.

Вряд ли можно переубедить всезнайку с помощью рациональных аргументов. В конечном счете, подобной ограниченности покупателя можно противопоставить только конфронтацию: держать себя уверенно, подчеркивая

свои знания и компетентность.

Многих продавцов здесь поджидает неудача, потому что они не могут контролировать свой подспудный страх перед провалом разговора о продаже. Они не рискуют "стукнуть кулаком по столу", сделать свою волю более твердой, хотя при этом неизбежно терпят поражение от всезнайки.

- Выступает думающий покупатель

Его роль. Он мало говорит, рассматривает продавца, позволяет тому продолжать и молчит. Он имеет определенное, основанное на опыте твердое мнение, но никогда не ввязывается в дискуссию. Охотнее всего он молчит.

Его настоящий характер. Этот покупатель умен и хитер. Пока он слушает, он оценивает продавца, проверяет его порядочность. Над продавцом, который использует заученные истертые фразы ("*Не придерживаетесь ли вы также того мнения, что...*" или "*Ведь вы, разумеется, тоже хотите, чтобы...*"), этот покупатель внутренне посмеивается, потому что сам посещает семинары или читает те или другие специальные книги по продаже.

Режиссура энергичного продавца. Он тотчас же узнает, что перед ним равный коллега. Покупатель, имеющий высокую самооценку. Если продавец переборщит хоть в одном комплименте, такой покупатель замкнется, т. к. у него сложится негативный образ продавца, который вряд ли получится исправить.

Энергичный продавец будет внимательно прислушиваться к любому указанию такого покупателя. Он будет с полной откровенностью представлять свой продукт в коротких точных выражениях.

Энергичный продавец: "*Говорить с вами доставляет удовольствие. Вы принадлежите к тем людям, которые не позволяют обманывать себя. Итак, давайте, исходя из здравого смысла, рассмотрим, как...*"

Если сделка состоится, этот покупатель, благодаря своим рекомендациям, в дальнейшем принесет больше удачных сделок, чем **все** остальные.

- Выступает добродушный покупатель

Его роль. Этот покупатель охотно слушает, что **говорит** ему энергичный продавец. Он общителен, **вежлив** и предупредителен.

52

Его настоящий характер. Покупатель искренен и серьезен. Потому что знает, чего хочет. По большей части он имеет дело с продавцами только тогда, когда в чем-либо нуждается. Так, добродушие этого покупателя заходит столь далеко, что он не станет тратить время продавца понапрасну. Так же высоко он ценит профессионализм: давление со стороны продавца отталкивает его. Но обаяние притягивает необычайно.

Режиссура энергичного продавца. Он демонстрирует свой профессионализм и компетентность и строит свою презентацию на основе логики, без воздействия энтузиазма и безо всякого давления. Но во время разговора он стремится добиться признания и понимания покупателя, чтобы в дальнейшем тот имел дело с ним и ни с каким другим продавцом.

Этот покупатель также будет охотно рекомендовать энергичного продавца своим знакомым.

- Выступает нахал

Его роль. Руки в карманах, кулаки сжаты. Двигается с шумом, громко говорит, агрессивный, но может быть добродушным. Зачастую он сомневается во всех свойствах продукта. Еще хуже: этот покупатель сообщает энергичному продавцу, что он станет причиной всех неприятностей и проблем, с которыми тот вынужден будет столкнуться.

Его настоящий характер. На шее у этого покупателя множество личных и общественных проблем, которые он старается переложить на других. Причем личные проблемы у него возникают именно в тот день, когда появляется продавец. Он оказывается не в настроении.

Режиссура энергичного продавца. Он демонстрирует нахалу внимание к его затруднениям, не прибегая к аргументам. Энергичный продавец откровенно дает понять, что принял бы большое участие в решении проблем покупателя, если бы узнал их лучше.

Энергичный продавец держится выжидательно, остается спокойным и уверенным в себе. Он не будет оказывать никакого давления, но попытается с помощью любезности "повернуть" покупателя. Заключение сделки тогда

происходит само собой.

Стартовая проверка энергичного продавца

1. Я всегда пунктуален!
2. Мои документы по продаже всегда со мной, в порядке и в полном

объеме!

3. Каково экономическое положение моего покупателя?
4. Какие продукты покупатель предпочитает, какими пренебрегает?

53

5. Что он покупает? В чем причина его сопротивления покупке?
6. Что я ему обещал?
7. Какие вопросы покупатель затрагивал в последний раз; **на** что в должен согласиться? Я знаю главные возражения моего покупателя и знаю что мне на них ответить!
8. Что я хочу продать?
9. На каких условиях?
10. Какое дополнительное предложение я хочу сделать?
11. Какую дополнительную информацию или услуги я могу предложить покупателю?
12. Как я хочу начать разговор? Чувство - разум - чувство!
13. Какие вопросы я хочу поставить перед покупателем?
14. Какие аргументы есть в моем распоряжении?
15. Что я могу взять с собой и предъявить покупателю?

Энергичный продавец управляет разговором с помощью вопросов

Большая опасность, которой подвергаются многие продавцы, заключается в их рутинном подходе к продаже: они слишком много говорят.

Энергичный продавец знает, что может определить действительные интересы покупателя только с помощью умелой постановки вопросов и последующего выслушивания!

С помощью выслушивания часто достигают большего, чем с помощью речи! Слушающий приобретает симпатию, говорящий вызывает отпор. К тому же, говорящий полностью раскрывает свои карты.

Тот, кто умело спрашивает, может изящно привести переговоры к заключению сделки. Потому что процесс убеждения покупателя заключается не в противопоставлении утверждений, а в игре в вопросы и ответы! С помощью вопросов можно побудить партнера по разговору к размышлению и высказыванию!

Это не всегда сводится к отстаиванию своей правоты. Нужно также искать вместе с партнером оптимальные ответы на свои вопросы.

- С помощью целенаправленных вопросов энергичный продавец расставляет стрелки управления разговором и выявляет интересы покупателя (его желания и проблемы).
- С помощью вопросов энергичный продавец направляет внимание своего покупателя на важные для себя пункты.
- С помощью вопросов он может узнать возражения покупателя и опровергнуть эти возражения.

54

- С помощью вопросов можно вернуть утраченную инициативу в разговоре. Например, позволить себе в виде возражения поставить вопрос (*"Да, я понимаю, но не кажется ли вам..?"*).
- С помощью одних вопросов продавец может сообщить свои мысли покупателю, с помощью других - умело разрушить его ложную уверенность.
- Наконец, с помощью вопросов энергичный продавец может добить-у! решения по продаже и построить с покупателем отношения подлинного партнерства.

Вопросы в коммуникации то же, что соль в супе!

"Вам интересно читать дальше?"

Видите, это звучит совсем иначе, чем указание: "Читайте дальше!"

Такой откровенный вопрос энергичный продавец, конечно, ставит уже при согласовании срока визита. *"Если бы я вам показал способ, с помощью которого вы могли бы увеличить ваши доходы без риска и совершенно легально, это представляло бы для вас интерес?"*

В ходе разговора о продаже энергичному продавцу следует прежде всего преимущественно использовать так называемые информационные вопросы, а также

- **Вырабатывать уточняющие вопросы.** Это целенаправленные вопросы, касающиеся определенных предметов или их отношений, по поводу которых партнер по разговору дает уточняющую информацию.

Например: "Как вы это себе представляете?"

Используя информационные вопросы, энергичный продавец накапливает драгоценную информацию и узнает важные подробности. С помощью уточняющих вопросов работа идет тем лучше, чем лучше энергичный продавец ознакомится со специфической тематикой покупателя.

Время от времени он прерывается и

• **Ставит контрольные вопросы.** Они важны в любом разговоре -допустим, чтобы проверить, слушает ли собеседник. Например:

"Что вы думаете об этом?"

"Вы не находите, что речь идет о разумном предложении?"

Чтобы добыть недостающую информацию или достичь принятия решения, особенно подходят

• **Закрытые вопросы.** Например:

"Вы с этим уже знакомы?"

"Можно по-прежнему так, как мы договаривались?"

Если энергичный продавец в ходе разговора желает убедиться, что его покупатель придерживается взглядов, которые высказывал до сих пор, он "Прибегает к

55

• **Ориентирующим вопросам.** Они могут звучать примерно так:

"У вас есть еще вопросы на этот счет?"

"Какие выводы вы сделали?"

Из ответов на эти вопросы он определяет, насколько его понял покупатель и какова готовность последнего пойти ему навстречу

Время от времени энергичный продавец повторяет в форме вопроса **то**, что ему сказал покупатель. Этим он выражает понимание и благоразумное отношение, что позитивно влияет на атмосферу переговоров.

• **С альтернативными вопросами** вы уже знакомы по согласованию сроков посещения. Например:

"Вам больше подходит в понедельник в 10.30 или в среду в 15.30?"

• Остаются еще **встречные вопросы.** Энергичный продавец использует их особенно охотно, чтобы заставить замолчать покупателя-всезнайку. Например:

"Какие аргументы вы сочли бы действенными?"

"Какое доказательство могло бы вас убедить?"

"Какое преимущество вы сочли бы весомым?"

Энергичный продавец направляет курс разговора к заключению сделки: прежде всего он ставит покупателю несколько "да" вопросов, затем вставляет один или больше альтернативных. Например:

"Вы обратили внимание, насколько своевременно наше предложение?"

"Можно мне убедить вас, что это решение предоставляет вам огромное преимущество?"

Важнейшие вопросы из фонда энергичного продавца

• **Открытые вопросы:**

Какие ожидания вы связываете с нашим предложением? Что является целью вашей предпринимательской политики? Где центр тяжести вашей предпринимательской политики? Что вам особенно нравится в нашем предложении? Почему вы ответили на нашу рекламу? Какой опыт вы приобрели в отношении других конкурентов по рынку?

Какие пункты предложения я мог бы подробно разъяснить вам?

• **Закрытые вопросы:**

Желаете ли вы, чтобы я еще раз разъяснил вам какие-то стороны предложения?

Вы думаете, что предложение содержит предпосылки для экономического успеха?

56

У вас уже был повод проверить наше предложение?

Будет ли больше соответствовать вашей целевой установке, если мы..?

Вы ожидаете увеличения гарантий или процентов?

• **Вопросы, выражающие размышление:**

Могли бы вы представить себе, что..? Вы уже обдумали, что..? **Что бы** вы сказали, если..?

• **Вопросы для внушения:**

Не доказывает ли ваш опыт **предпринимателя, что..?**

Вы ведь согласны со мной в том, что..?

Вы, наверное, присоединитесь к той точке зрения, что..?

Вы также не убеждены, что..?

Вы также не придерживаетесь того мнения, что..?

• **Контрольные и подтверждающие вопросы:**

Итак, мы выяснили, что..?

Вам понятны мои исходные пункты?

Мы можем считать эту тему закрытой?

Не могли бы мы теперь перейти к вопросу о..?

Могу ли я считать, что это рассеяло ваши сомнения?

• **Изолирующие вопросы:**

Если предположить, что этот пункт мы выяснили, то вы будете.. ? Это ваша единственная проблема?

Могу ли я исходить из того, что ваше решение зависит только от выяснения вопроса о налогах?

Разрешите мне предположить, что вы основательно убеждены в преимуществах нашего предложения, но прежде желали бы получить ответы на другие вопросы?

Реакция покупателя во время презентации и как на нее реагирует энергичный продавец

• **Покупатель мал ростом**

Энергичный продавец при встрече замечает, что партнер по переговорам существенно ниже ростом. Пока оба стоят, он пытается держаться от покупателя на возможно большем расстоянии.

На всякий случай энергичный продавец избегает ситуаций, в которых он должен был бы взглянуть прямо на своего партнера. Он старается как можно скорее сесть.

• **Покупатель начинает рисовать каракули**

Энергичный продавец замечает, что во время разговора о продаже покупатель начинает рисовать на листе бумаги. Если он рисует людей, дома

57

и другие реальные объекты, это значит, **что он невнимательно слушает** речь продавца. Необходимо как можно скорее **привлечь его внимание** с помощью неожиданного поворота в разговоре.

Если же покупатель, напротив, рисует абстрактные каракули, энергичному продавцу незачем беспокоиться. Абстрактные рисунки и линии показывают, что покупатель занимается рисованием чисто механически, при **этом** продолжая внимательно слушать.

• **Покупатель "засыпает"**

Разговор о продаже затягивается. Энергичный продавец замечает, как ослабевает внимание покупателя. Его реакция: он встает и подключает язык мимики и жестов.

Покупатель опять "просыпается", потому что движение возбуждает внимание. Впрочем, поднявшись на ноги, энергичный продавец обретает новые силы. Это действует и в случае телефонного разговора, если энергичный продавец понял по голосу своего партнера, что тот отвлекся. Энергичный продавец встает и говорит стоя, благодаря чему его голос автоматически становится динамичным и будит внимание партнера по разговору

• **Покупатель обманывает**

По взгляду своего партнера энергичный продавец подозревает, что тот **его** обманывает. Должен ли он поверить покупателю и, возможно, из-за **его** лжи попасть впросак?

Чтобы установить, правду ли говорит покупатель, энергичный продавец задает несколько вопросов по темам, в которых хорошо разбирается.

Если покупатель отвечает правдоподобно, энергичный продавец может исходить из того, что правдивы и другие ответы покупателя.

Как вы, будучи энергичным продавцом, встречаете возражения и, преодолевая их, приходите к заключению сделки

"Когда говорят "нет", - вот тогда и начинается хорошая торговля", - гласит ходячая истина, которую усвоили все хорошие продавцы! Тысячи покупателей день за днем говорят "нет" по привычке, из-за лени и из соображений самозащиты.

Нет ничего окончательного, не окончательно и "нет" покупателя. Так как обычно это "нет" означает. "У меня есть еще вопросы, я еще не убежден".

Этот покупатель ждет помощи от продавца!

Но "нет" может также быть результатом неизвестного возражения или предубеждения. Покупатель подчас расплывчато видит свои внутрен-

58

ние предубеждения. Он еще не может их сформулировать точно. Поэтому, ощущая свою беспомощность, он говорит "нет".

Этому покупателю требуется помощь продавца!

"Нет" является не окончательным решением, но не более чем резким возражением. Каждое возражение в своей основе представляет вопрос, зов к продавцу о помощи!

Не надо опровергать возражения, надо отвечать на них!

Энергичный продавец радуется, встречая возражения. Потому что теперь он может показать, на что способен! Все возражения покупателя являются хорошей помощью продавцу, потому что указывают пути к заключению сделки!

Если покупатель обосновывает свое "нет" определенными аргументами, энергичному продавцу легче, потому что он может тут же целенаправленно пустить в ход свою аргументацию.

Энергичный продавец должен прежде всего перехватить "нет" покупателя и затем побудить его к размышлению. Затем снова начинается настоящая работа продавца. Нужно целеустремленно пробудить отсутствующий пока интерес покупателя к совершению покупки!

Теперь нужно твердо вести переговоры! Максималистская позиция покупателя, его "нет" должны быть поколеблены и смягчены.

За первым "нет" следуют обычно дальнейшие, со все более слабыми аргументами, препятствующими заключению сделки. Энергичный продавец должен давать им отпор шаг за шагом.

Высший принцип: победит тот, кто при переговорах больше действует и меньше реагирует!

Послушаем, какие возражения покупатели выдвигают чаще всего:

• Покупатель говорит: "Цена слишком высока".

Энергичный продавец замечает, что в этом случае он может продвинуться вперед только с помощью аргументов. Уступка в цене выдает слабость! Он Должен сообщить покупателю, что продукт является настолько дорогим или дешевым, насколько это соответствует его ценности. Таким образом, необходимо выставить такую стоимость продукта, которая будет справедливой.

Возможная реакция энергичного продавца:

"Что вы думаете об этом? Вы ведь удовлетворены качеством, или я ошибаюсь?"

Энергичный продавец указывает на высокое качество и долговечность продукта, его высокую практическую ценность, на незначительность издержек по обслуживанию, подсчитывает, сколько можно сэкономить до следующей новой покупки, рассказывает о гарантийных преимуществах.

59

Применяя этот метод ("общего пакета"), он снижает цену "психологически".

Многие технические продукты сегодня настолько идентичны по функциям и внешнему виду, что едва различимы. Разница состоит главным образом в цене и в связанном с покупкой сервисном обслуживании (иногда также в сроках поставки).

Необходимо подробнее рассказать о продукте и ответить очень быстрое сервисное обслуживание (сокращение времени простоев с лихвой окупает затраты).

Другие виды реакции, если покупатель жалуется на высокую цену:

"Очевидно, я упустил из виду исключительные преимущества моего предложения. Существенная выгода заключается именно в цене, если мы сначала подсчитаем, исходя из реальности..."

Или так:

"Цена слишком высока?" Энергичный продавец повторяет вопрос повышенным тоном и затем требует деловому: "Скажите, пожалуйста, с чем вы сравнивали цену нашего продукта?"

Можно даже задать встречный вопрос:

"Вы знаете продукт, который при такой же цене давал бы вам больше выгоды?"

Дальнейшая помощь в аргументации:

"Более дорогой продукт всегда оказывается долговечнее, чем недорогой". "Высокая цена одновременно гарантирует высокое качество продукта!"

• Покупатель говорит: "Сейчас мне не нужен этот продукт".

Так обычно говорят покупатели, которые занимаются перепродажей закупочных продуктов.

Энергичный продавец пытается преодолеть инертность покупателя, которая стоит за этим возражением:

"С помощью наших продуктов вы не покрываете потребность, вы будите ее! И это повышает ваш оборот! Попробуйте-ка, вы будете приятно удивлены!"

Или:

"Если у вас возникнут трудности с размещением продуктов, я могу оказать вам надежную помощь".

• Покупатель говорит: "Я должен еще подумать!"

За этой формулировкой часто скрываются лишь размышления покупателя о том, как он сможет финансировать покупку продукта. Энергичный продавец может прямо коснуться этого пункта и констатировать:

"Вы, конечно, обдумываете финансирование, давайте говорить об этом прямо. Продукт окупит себя в течение одного года!"

60

Или:

"Может быть, мы подсчитаем, как быстро продукт окупит себя..."

Или:

"Представьте-ка на минутку, что продукт уже принадлежит вам и работает на вас. Высокая прибыль в ваших руках: первое... второе... третье..."

• Покупатель говорит: "С целью участия в этом деле я уже говорил с вашими конкурентами".

Энергичный продавец: *"Я рад, что вас уже интересует участие в этом деле, господин Мюллер. Остается только выяснить вопрос, какое предложение для вас лучше. Чтобы иметь возможность оценить предложение, нужно соответствующим образом провести сравнение, и в этом я охотно оказал бы вам помощь".*

• Покупатель говорит: "Я должен сначала переговорить с моим консультантом по налогообложению".

Энергичный продавец: *"Пожалуйста, сэкономьте время и согласуйте для меня срок визита к Вашему консультанту по налогам. Я смогу ответить ему на все вопросы, в том числе и с помощью документов. До того как вы с ним встретитесь, вы, возможно, забудете некоторые важные факты, которые мы с вами только что рассматривали. Было бы лучше позвонить ему сейчас, в моем присутствии".*

• Покупатель говорит: "Мы в течение десяти лет заказывали товары в фирме "Мюллер и К°". Нам не нужны новые поставщики!"

Энергичный продавец: *"Не думаете ли вы, что это только преимущество - иметь много поставщиков? Тогда у вас было бы больше возможностей сравнить цены и качество, и ваши клиенты обслуживались бы лучше".*

• Покупатель говорит: "У меня отрицательный опыт работы с вашей фирмой".

Энергичный продавец воспринимает это возражение очень серьезно, это одно из "настоящих" возражений.

Поэтому он попросит покупателя подробно рассказать о его затруднениях и точно запишет обстоятельства дела.

Покупатель должен убедиться, что причины его предубеждения будут выяснены, и то, чем он недоволен, будет устранено.

Энергичный продавец: *"Если мы будем исходить из того, что все это немедленно уладится и в дальнейшем у вас не появится поводов для недовольства, то сейчас обратимся к вашим пожеланиям. В знак доброй воли я*

делаю вам особенно выгодное предложение".

• Покупатель говорит: "Да вы хотите только продать!"

Энергичный продавец: *"Это верно! Но я также хочу, чтобы вы были удовлетворены моим предложением и рекомендовали меня своим знакомым!"*

61

• Покупатель говорит: "Я уже сделал другое вложение капитала!"

Энергичный продавец: *"Тогда заключите сделку также и с нашим предприятием! Всегда хорошо рассредоточить вложение капитала!"*

Или: *"Я могу только приветствовать это! Потому что вы знаете какие преимущества приносит вложение капитала. Тогда шанс на сто процентов, что вы заключите сделку также и с нашим предприятием, потому что мы имеем большой опыт в этой области!"*

Энергичный продавец: *"Очень хорошо, что у вас уже есть твердые представления! Наверное, они определяются тем, чтобы получить максимальный доход. Но подумайте еще раз о гарантиях ваших инвестиций. Наше предложение может предоставить вам надежные гарантии и, кроме того, очень большие*

проценты!" Вы ведь должны быть заинтересованы в любой перспективной инициативе, чтобы уверенно смотреть в будущее!"

• Покупатель говорит: "Я не могу себе этого позволить!"

Энергичный продавец: "Что вы имеете в виду? Я уверен, что вы не можете позволить себе не согласиться с моим предложением. Подумайте о повышении цен! Подумайте о преимуществах, которые вы упускаете! Отказаться от них было бы экономически неоправданно".

Или: "Я понимаю, о чем вы думаете. Речь идет о большой сумме. Но мы, конечно, найдем общий способ и путь, чтобы не позволить делу потерпеть неудачу из-за этого. Подумаем сначала, как..."

• Покупатель говорит: "Я могу в другом месте заключить сделку получше!"

Энергичный продавец: "Тогда почему бы вообще слушаете меня? Вы, вероятно, не уверены в том, что я сумел сделать вам наиболее благоприятное предложение. В этом вы совершенно правы. Разрешите, я сначала докажу, что..."

• Покупатель говорит: "Ах ты, боже мой, опять что-то новое!"

Энергичный продавец: "Да, опять что-то новое! Ведь сегодня мы все должны идти в ногу со временем! Остановка означает движение назад! И наш продукт отвечает велениям времени! И ваши покупатели тоже хотят нового! Например, наш продукт..."

На возражения, которые покупатели приводят вам чаще всего, вы должны сами придумать ответы по указанным выше примерам.

Нужно вновь и вновь интенсивно упражняться в обсуждении возражений!

62

Как рассматривает возражения энергичный продавец

Возражения покупателя связаны с тем, почему он должен покупать. Эти возражения не дают остановиться разговору. Они позволяют выявить проблемы покупателя и обогащают энергичного продавца новыми идеями!

- О чем говорят энергичному продавцу возражения

Возражения показывают объективное и субъективное сопротивление покупателя. Они позволяют энергичному продавцу узнать, как близко (или как далеко) находится покупатель от заключения сделки.

- Как энергичный продавец реагирует на возражения

Энергичный продавец проверяет объективную или субъективную основу возражения, т. к. от этого зависят его дальнейшие действия.

Он демонстрирует понимание эмоций покупателя и пытается поставить себя на его место.

Энергичный продавец внимательно выслушивает покупателя, собирает информацию, прежде чем принять решение.

Возражения покупателя, сформулированные слишком резко, энергичный продавец сначала повторяет в более мягкой форме.

Энергичный продавец по возможности облачает свой ответ в такую форму, что покупатель должен сам снять свое возражение.

- С помощью какого метода он переходит в наступление Энергичный продавец имеет в своем репертуаре много методов, которые применяет сообразно ситуации:

- представляет покупателю главный недостаток, который тот видит в его предложении, как важнейшее преимущество (обратный метод);

взвешивает преимущества и недостатки продукта (плюс-минус метод);

- подтверждает возражения, но сразу переходит к описанию преимуществ (метод перепрыгивания);

- делает наглядное сравнение в форме вопросов (метод сравнения);

- позволяет покупателю определить самому, в чем заключаются его преимущества, и произвести расчеты (расчетный метод);

- дает возможность говорить другим (документы, рекомендации и т.д.);

- многократно повторяет собственную точку зрения в форме утверждения. Девиз: "Капля камень точит" (капельный метод).

63

Стратегия переговоров энергичного продавца

1. Я хочу достичь заключения сделки и буду иметь успех! Возможно, я должен пойти на кое-какие компромиссы, но я не удовлетворюсь частичным успехом, мне нужен полный успех!

2. Я не думаю над каждым возражением, которое высказывает покупатель, но пытаюсь как можно быстрее определить основные!

Подобные возражения я выслушиваю спокойно. Они не имеют в виду ничего личного! Я прежде всего тщательно выслушиваю!

3. Я отклоняю невыполнимые требования, отчетливо и ясно называю свои условия. Я не обещаю уступок, которые не могут быть соблюдены мной или моим предприятием!

4. Я применяю для убеждения моего покупателя все имеющиеся в моем распоряжении средства (аргументы, вычисления для примеров, таблицы, рекомендации, документы, образцы, отчеты об испытаниях и проверках и т. д.)

5. Я избегаю аргументов, которые могут привести к конфронтации, кроме исключений, обусловленных ситуацией. Нельзя: "Да, но..." Нужно:

"Да, и это выгодно!", "Да, и вы решите вашу проблему?"

6. Самые трудные пункты я откладываю на конец разговора. Если перед этим достигнуто согласие по другим вопросам, покупатель больше не захочет допустить провала переговоров.

7. Я еще раз обобщаю важнейшие преимущества и обращаю внимание на то, чтобы внести те позитивные замечания, которые покупатель сделал сам.

8. Если требует ситуация, я предлагаю покупателю еще одну "конфетку": уступку, которую я могу сделать с легким сердцем, но до сих пор держал в резерве для этого случая.

Тактика энергичного продавца в процессе переговоров

Тактическая концепция энергичного продавца основана на фундаментальной подготовке; каждый покупатель - единственный в своем роде и требует специального обхождения. Концепция включает также точное соблюдение этих правил:

1. Я работаю над созданием благоприятной атмосферы для переговоров. Я внимателен и дружелюбен, действую неназойливо и не утомляю покупателя.

2. В разговоре я не напряжен и не позволяю себе провоцировать собеседника. Моя цель - дать покупателю высказаться.

64

3. Я говорю спокойно, обдуманно и убедительно. В своих высказываниях я привожу без долгих околнностей конкретные детали и факты. Когда говорю, я слежу за паузами и не допускаю потока слов!

4. Мои документы упорядочены и всегда удобны для пользования! Там, где это возможно, я представляю для усиления моих аргументов письменную документацию и наглядные пособия. При этом я слежу за тем, чтобы покупатель был внимателен в то время, когда я предоставляю особо убедительные документы.

5. Я обращаю внимание на лексику покупателя и использую в своей аргументации его понятия и формулировки. Так исключаются разногласия в отношении терминов, которые покупатель, возможно, мог бы понять иначе, чем я (например, негативно).

6. Я даю покупателю прямые и дельные ответы, которые он понимает. Я говорю убедительно и "с выражением", но избегаю того, чтобы риторически "переплюнуть" покупателя.

7. Я знаю цель моих переговоров. Я не упускаю ее из виду и направляюсь к ней безошибочно и независимо.

7

МАГИЯ ЭНЕРГИЧНОЙ ПРОДАЖИ

Учитесь вместе с энергичным продавцом сдерживать стартовую лихорадку

Вряд ли артист может не испытывать стартовую лихорадку - чувство страха перед решающим выступлением. Все ли будет хорошо? Справлюсь ли я со своим текстом? Сумею ли вдохновить публику?

По сути, продавец чувствует то же самое. Это можно назвать стартовой лихорадкой, торможением или страхом. У многих продавцов, особенно во время решающей фазы заключения сделки, начинается явный или подспудный страх, который может даже разрушить иную сделку.

Я видел продавцов, которые на своей презентации целеустремленно и умело держали курс на заключение сделки, но в решающий момент теряли мужество и не могли пожать плоды своего труда, приведя, наконец,

покупателя к решению.

Совершенно неожиданно они ощущают страх отказа, страх совершить ошибку, страх потерять желанный заказ. Где правит страх, там все концентрируется на нем!

Покупатель ощущает неуверенность продавца, и тогда возникает открытое или скрытое "нет". Продавец разочарован, измотан физически и

65

психологически. В его голове лишь одно: быстрее прочь от покупателя! Он не может справиться с тем, чтобы из "нет" покупателя сделать "да". Продавец хватается за первое попавшееся алиби: сегодня плохой день, поэтому все так и случилось.

Как избежать подобных ситуаций? Конечно, с помощью определенной внутренней установки, вытекающей из этого высказывания:

Так как продукт продавца помогает покупателю в решении его проблем, то хороший продавец помогает покупателю достичь позитивного решения.

Продавец выступает в позитивной роли помощника. Чего же ему тогда бояться? Заключение сделки, венчающее конец трудов по продаже, преследует, помимо главной, еще одну цель: продавец и покупатель должны стать союзниками, а не противниками.

Вы уже в начале разговора словно берете покупателя за руку и ведете его к цели. Вы знаете лучший путь для своего покупателя, и когда вы с ним приходите к цели, то говорите: "Мы здесь!" В пути у вас достаточно времени помочь покупателю! За это он должен быть вам благодарен.

Позитивный, свободный от страха образ помощника ваше подсознание воспринимает с радостью и усиливает его. И без всяких проблем, с убеждающей уверенностью вы будете беседовать с покупателем и достигнете заключения сделки.

Настроившись позитивно, обратитесь к магии энергичного продавца! **Заключение сделки - магический момент для энергичного продавца!**

С одной стороны, он добивается подтверждения своего профессионального мастерства. С другой - заключение сделки обеспечивает комиссионное вознаграждение.

Что перевешивает? Для каждого продавца разное. Напрашивается сравнение с профессиональными футболистами. Каждый игрок знает, что получит много денег, если его команда выиграет. Однако почти все футболисты-профессионалы говорят в один голос: деньги стимулируют начавшуюся игру лишь во вторую очередь. Когда футболист забивает гол, им движет прежде всего вдохновение, а не деньги. Он испытывает радость и гордость от того, что его усилия привели к столь успешному результату.

То же чувство испытывает энергичный продавец, когда сделка осуществилась. Ни один продавец не останется равнодушным, если заключит сделку с покупателем. Его стратегия, его тактические уловки оправдались, инсценировка дала хороший финал. В решающий момент он смог переломить ситуацию, чтобы побудить покупателя заключить сделку.

66

Какие же особые свойства энергичного продавца дают ему возможность выявить правильный момент для заключения сделки с покупателем?

У меня есть два объяснения:

1. Энергичный продавец воспринимает тонкие сигналы тела, которые окружающие нас люди посылают нам или, наоборот, внезапно прекращают.

2. Энергичный продавец овладел искусством замечать эти сигналы, правильно истолковывать и использовать их. К тому же он владеет гипнотической способностью. Имеется в виду не то, что он может загипнотизировать покупателя, как удав кролика, а то, что он умело манипулирует своим взглядом и голосом.

Исследуем эти особые способности энергичного продавца детально!

Как энергичный продавец пускает в ход свои способности к заключению сделки

1. Энергичный продавец узнает скрытые сигналы готовности к покупке.

Покупатель внезапно прерывает продавца в момент разговора о продаже и говорит: *"Я спешу. Где я должен расписаться?"* - *"Но ведь я еще не закончил!"* - протестует продавец.

Способности многих продавцов к восприятию оставляют желать лучшего. В упомянутой выше сцене покупатель наверняка уже некоторое время посылал продавцу соответствующие сигналы с помощью жестов: например, все чаще поглядывал на часы, закатывал глаза, ерзал на стуле, глубоко

вздыхал.

Сигналы тела, выражающие готовность покупателя к заключению сделки, как правило, гораздо тоньше. Острая наблюдательность и опыт энергичного продавца позволяют ему распознавать их и правильно истолковывать.

Особенно трудно распознаваемый сигнал согласия состоит в расширении зрачков. Чтобы заметить это, требуется значительное умение. Этот феномен известен по результатам различных экспериментальных лабораторных проверок: испытуемым показывали телевизионные рекламные передачи, регистрируя специальной камерой движение глаз и их изменение. Было установлено, что степень расширения зрачка выдает, одобряет ли испытуемый рекламное послание или нет.

То, что покупатель касается (возможно, только коротким, мгновенным движением) кончика носа рукой или указательным пальцем, представляет собой жест управления вниманием.

67

Потираание носа является знаком отклонения, показывает, **что** покупатель еще не убежден и не готов к заключению сделки.

Подобный вывод делает энергичный продавец и в том случае, если его покупатель откидывается назад и подпирает подбородок рукой. Значит, он настроен критически или скептически. Тогда энергичный продавец представляет соответствующую убедительную аргументацию.

Взгляните повнимательнее! Покупатель, потирая подбородок, сигнализирует о своем удовольствии и удовлетворении. Вероятно, перед его мысленным взором уже возникает продукт в действии и его преимущества. Еще отчетливее внутреннее состояние покупателя выдают его руки:

если покупатель кончиками пальцев одной руки слегка поглаживает тыльную сторону другой, он уже видит себя владельцем продукта.

Если кончики пальцев обеих рук слегка потираются друг о друга, **то** это сигнал, что дело идет к заключению сделки!

Абсолютно уверенным в своей позиции представляется покупатель, который стоит, широко расставив ноги и спрятав большие пальцы рук под мышками.

Если покупатель слегка постукивает одной ногой о другую, непринужденно откидывается назад или подходит к окну, он внутренне принял решение сделать покупку. Тут энергичный продавец и реагирует.

Все жесты, которые направлены от тела, сигнализируют об искренних стремлениях; жесты, которые направлены внутрь, говорят о наличии затруднений.

В своем разговоре о заключении сделки энергичный продавец все время старается контролировать свои наблюдения и свое понимание с помощью соответствующих вопросов.

С помощью примерно таких вопросов, как *"Пожалуйста, не могли бы вы назвать мне сумму счета на оплату аренды?"* или *"Я мог бы вам пообещать, что мы вашу комнату отделаем под мрамор"*.

Такая поддержка с помощью контрольных вопросов чрезвычайно важна, поскольку она позволяет локализовать субъективные возражения покупателя, а затем, используя комбинацию вопросов и расшифровку сигналов движений тела и применяя соответствующую аргументацию, опровергнуть их.

Язык телодвижений является для энергичного продавца "вторым языком". Он знает: чем проще "словарь движений" человека, тем лучше человек поддается манипулированию.

Поэтому энергичный продавец никогда не выпускает из поля зрения своего покупателя, особенно внимательно наблюдая за движениями его рук, сигналами глаз и мимикой.

68

2. Энергичный продавец незаметно воздействует на покупателя.

К замечательным свойствам энергичного продавца относится его способность незаметно "гипнотизировать" покупателя. Разумеется, энергичный продавец не может с помощью гипноза отдать покупателю приказание: *"Подпишите здесь и поскорее!"*

Речь идет о том, чтобы оказать тонкое внушение, которое должно "открыть" покупателя. Для этого энергичный продавец использует свои глаза и голос.

Глаза энергичного продавца при продаже являются его важнейшим инструментом внушения.

С помощью сознательного использования нашего взгляда сила внушающего воздействия слов повышается на 25%.

Само собой, энергичный продавец не уставит на покупателя пристальным взглядом. Скорее его взгляд покоится на уровне переносицы покупателя.

Он как бы внушает покупателю: "Я думаю о вас. Я забочусь о вас". Человек, который чувствует по глазам

другого, что о нем думают, **что к** нему хорошо относятся, открывается этому внушению.

Итак, энергичный продавец вкладывает все свое доверие, **всю свою** любовь, все дружелюбие в свой взгляд. Он хочет "захватить" покупателя, очаровать его.

Одновременно энергичный продавец использует гипнотическое внушение с помощью своего голоса. Говоря без спешки, благозвучно, выдерживая действенные паузы, энергичный продавец привлекает внимание покупателя к себе. Одновременно он следит, какой отклик вызывает у покупателя то, что он сказал, анализирует и подкрепляет сказанное.

Я знал энергичного продавца, который мог не только подстроиться к образу мышления покупателя, но и полностью подладиться к тональности его голоса, скорости и ритму речи. Этот хамелеон обладал даром говорить со многими людьми и по мере надобности быть точной копией любого из них в отношении языка и образа мышления. Он один стоил целого штата рекламных агентов!

В заключение несколько "гипнотических" рекомендаций, которые вы могли бы использовать:

- Говорите спокойно и непринужденно, проявляйте доброжелательность
 - Терпеливо, без агрессивных эмоций, отвечайте на **каждый вопрос**, будьте терпимы и оптимистичны, открыты.
 - Говорите мелодично и понятно, но не слишком много.

69

- Ставьте вопросы, с помощью которых вы можете уменьшить затруднения покупателя, делайте предложения осмотрительно, сигнализируйте о своем понимании не только словами, но и на языке телодвижений (кивки головой, заинтересованные взгляды на собеседника).

Чем больше сила вашей концентрации, чем больше сила вашей привлекательности, тем больше ваш собеседник будет очарован вами!

Режиссерские указания энергичного продавца самому себе по поводу заключения сделки

Если дело идет к заключению сделки, энергичный продавец - само спокойствие и хладнокровие! Он непринужден и открыт для всех маленьких сигналов покупателя.

Тот, кто напряжен, не может думать свободно! Поэтому **первое** режиссерское указание энергичного продавца самому себе гласит:

Действуй так, как будто заключение сделки - дело само собой разумеющееся. Как будто договор уже у тебя в кармане!

Энергичный продавец и его покупатель в этот момент - единственные существа во всей Вселенной! Остальной мир просто больше не существует!

Неважно, сколько покупателей энергичный продавец посещал до этого и сколько ему еще предстоит посетить потом. Здесь и сейчас он со своим единственным покупателем! Нет больше никаких других покупателей! Это его единственный, первый и лучший покупатель, которому он отдает всю свою энергию, заботу и внимание! Покупатели это сразу чувствуют.

Они тоже расслабляются, раскрываются и становятся ближе к решению сделать покупку. Их сопротивление ослабевает.

Энергичный продавец не выпускает из виду свою цель, которую он себе поставил перед началом переговоров. Цель он оценивает реалистически. Она достижима. Поэтому он в любом случае ее достигнет!

С этой позитивной внутренней установкой энергичный продавец избежит ошибки другого продавца, который перепугался и упустил договор или держался чересчур напряженно и не смог предоставить покупателю убедительные аргументы.

1. Постоянно действуй так, как будто заключение сделки - дело само собой разумеющееся.
2. Поставь себе конкретную цель! Подумай о том, что покупатель всегда хочет шампанского, даже если его бюджета хватает только на пиво. Найди с покупателем общий путь, чтобы он все же получил шампанское!

70

3. Представь себе, будто договор уже у тебя в кармане!
4. Определи правильный момент - он наступает лишь однажды!
5. Говори поменьше. Называй условия кратко и точно.
6. В случае необходимости помолчи.
7. Думай о своем успехе! Излучай уверенность в себе и доверие, тогда покупатель тоже будет увереннее.
8. Сделай так, чтобы покупателю было легко подписывать: поможет подготовленный бланк договора, с самого начала находящийся перед глазами покупателя. Там, где он должен подписаться, поставь размашистый крестик.

9. Избегай драматизации в работе по заключению сделки. Помоги покупателю в принятии решения. Дай ему почувствовать, что он решает сам.
10. В действиях или в голосе не должно быть ни малейшего проявления неуверенности!
11. Оставайся спокойным и хладнокровным! Не делай ошибок при заполнении бланка договора!
12. Поздравь и поблагодари покупателя. Но не переборщи! Убеди покупателя в правильности его решения!

Подписание договора в правильно выбранный момент!

Запуск спутника на орбиту вокруг Земли может быть выполнен только в определенное время, в зависимости от ее вращения. Эксперты называют этот момент "стартовым окном". Примерно так же обстоит дело с готовностью покупателя к заключению сделки.

Это определенный момент, который приводит к успешному заключению сделки. Если он не использован, все труды оказываются напрасными!

О том, насколько это верно, пусть спорят специалисты по продаже. Они основательно исследуют процесс принятия решений и на основе полученных результатов дают самые различные рекомендации по образу действий.

Так, процесс продажи делят на несколько этапов. Например, на четыре: техника, спрос, желание купить, заключение сделки. Независимо от количества этапов, подобные рекомендации помогают продавцу целеустремленно идти по пути заключения сделки и иметь возможность вернуться на одну или несколько ступеней, если покупатель еще "не созрел". Однако иногда продавец перепрыгивает через ступени, если видит, что покупатель уже "продвинулся".

71

Как энергичный продавец распознает сигналы готовности к покупке прежде чем приступить к заключению сделки, шла речь в начале этой главы.

Здесь же речь идет не о выборе правильного психологического момента, а о конкретных действиях, в результате которых энергичный продавец получает требуемую подпись покупателя.

Прежде всего: бланк договора должен лежать на столе с самого начала разговора о продаже. Есть продавцы, которые не верят в действенность такого приема или думают, что он сбивает покупателя с толку.

Таким продавцам мы говорим: это ваша профессия - продавать! Это знает также и покупатель! Продавец ничего не скрывает! И результатом визита к покупателю является заключение сделки. Так почему бы не положить бланк договора на стол сразу, чтобы покупатель мог к нему привыкнуть?

При таком приеме во время разговора появляется хорошая возможность внести имена, адреса, другие данные, а также некоторые суммы. Покупатель практически следит за тем, как его договор подготавливается шаг за шагом.

Есть энергичные продавцы, которые в этой области достигли настоящего мастерства. Они священнодействуют перед покупателем, заполняя бланк договора, словно торжественный акт.

В подходящий момент разговора они, глядя на покупателя, внезапно кладут шариковую ручку на бланк, разворачивают его к покупателю и молча ждут - до тех пор, пока тот, захваченный врасплох и в то же время находящийся под сильным впечатлением, наконец не подпишет договор.

Этим жестом энергичный продавец словно говорит: *"Господин покупатель, позвольте мне не тратить больше слов. Я знаю, что вы хотите заключить сделку, так действуйте же!"* Коротко, сжато, сильно, торжественно! Магический момент в продаже!

Как энергичный продавец молча вынуждает покупателя подписать договор

1. Бланк договора находится на столе с начала разговора о продаже! Энергичный продавец говорит или сигнализирует с помощью языка телодвижений: "Вы знаете, господин покупатель, зачем я здесь. Бланк договора является моим инструментом!"

2. Все детали договора энергичный продавец тут же вносит в бланк. Бланк все время остается в поле зрения покупателя.

72

3. Энергичный продавец пододвигает к покупателю готовый заполненный бланк вместе с шариковой ручкой в положение, удобное для чтения. Некоторые энергичные продавцы вначале подписывают бланк сами.

4. Энергичный продавец не требует у покупателя подписи! Он сидит и молчит. Кто сможет дольше выдержать без слов: покупатель или энергичный продавец?

5. Взгляд покупателя переходит с бланка договора на лицо энергичного продавца, который, продолжая молчать, отвечает взглядом и незаметно подтверждающее кивает головой. Покупатель подписывает!

ЭНЕРГИЧНЫЙ ПРОДАВЕЦ - МОЛОДОМУ КОЛЛЕГЕ

Ни один мастер, включая энергичного продавца, не свалился с неба, и тот, кто хочет добиться успеха, должен знать необходимые правила своего ремесла.

Что является лучшим капиталом? Ваше имя! Поэтому сразу же возьмите себе на заметку имя вашего партнера по разговору! Обращаясь к нему, каждый раз называйте его по имени, произносите имя отчетливо. Каждый человек является центром своего мира, в котором его имя является самым ценным достоянием.

Что является вашей лучшей визитной карточкой? Ваш голос, манера обхождения и внешность! Искусство убеждать людей зависит от того, как вы на них воздействуете. Продавец с хорошими манерами излучает симпатию и доверие. Позаботьтесь о том, чтобы усвоить правила хорошего тона в полной мере.

Всегда приятно встретить хорошо одетого человека. Перед выходом из дома посмотрите на себя в зеркало! Если вы хорошо выглядите, то можете легко оказывать влияние на окружающих. Большое значение имеет также ваш голос. Если хотите изменить себя, измените свой голос!

Прежде чем идти к покупателю, ответьте на следующие вопросы:

Кто ваш партнер по разговору? В какой области бизнеса он действует? Каково экономическое положение покупателя? Вы с ним уже контактировали?

Есть ли у вас конкурент, стремящийся завоевать благосклонность покупателя?

Что вы прежде всего хотите продать покупателю? Что и сколько предположительно требуется покупателю? Какие у вас дополнительные и альтернативные предложения? С чего вы начнете разговор, что ответите на предполагаемые возражения?

73

Что вы можете взять с собой, чтобы иметь возможность произвести на покупателя впечатление (продукт, рекламные проспекты, заключения экспертов и т. д.)?

Независимо от успеха или неудачи ответьте себе после разговора на следующие вопросы: что во время переговоров о продаже было сделано хорошо, какие были допущены ошибки?

А потом сядьте и обдумайте, как в следующий раз вы сможете все сделать еще лучше и как избежать ошибок. Если вы придете к выводу, что успех не случаен, но основан на планомерной работе и анализе ваших действий, то у вас еще, может быть, кое-что и получится...

Прежде чем встречаться с покупателем, проверьте, знаете ли вы на самом деле три важнейших преимущества своего продукта.

Напишите эти преимущества и обдумайте, каким образом вы сможете эффективно представить их.

Нужно ответить на такие вопросы:

Какое высказывание о преимуществах продукта является самым сильным?

Как наиболее впечатляющим образом зрительно показать эти преимущества (представить наглядно) ?

Как наиболее убедительно их продемонстрировать?

Какой наиболее яркий пример найдется у вас, чтобы пробудить интерес покупателя?

Какие вопросы подойдут больше всего, чтобы заставить покупателя подумать о преимуществах продукта?

Если вы находитесь у покупателя и отвечаете на его вопросы, будьте кратки. Краткие ответы убедительнее длинных. Зачастую покупатель не хочет пространного ответа. Он хочет ответа вообще. Если ответ быстр и короток, покупатель догадывается, что его возражение не имеет большого значения. Двух-трех фраз для ответа вполне достаточно.

Если вы идете к покупателю, то не обольщайтесь. Каждый покупатель имеет по меньшей мере четыре убедительных довода, чтобы выпроводить вас. Отнеситесь очень серьезно только к одному, а именно к четвертому, из приведенных ниже доводов:

Первый довод: *"Я не думаю, что сильно нуждаюсь в том, что бы мне предлагаете. Я ни в чем не нуждаюсь".*

Если бы это действительно было так, не было бы не только продавцов, но и национальной экономики. Представьте себе: тот самый покупатель, который ничего не хочет купить (потому что ему якобы ничего не требуется), уже кое-что купил в другом месте. Он носит костюм, ездит в автомобиле, надел на нос модные очки и т. д.

74

Другой продавец его кое в чем убедил, почему бы не убедить и вам? **Второй довод**, который приводит ваш

покупатель: *"Я не покупаю, потому что сейчас у меня нет денег. Я не могу себе этого позволить"*.

Вы в замешательстве: ни в чем не лгут так много, как в отношении денег. Покупатель, имеющий деньги, отговаривается тем, что у него их нет. Те, у кого нет денег, не хотят признаваться в этом и стыдливо пользуются другими отговорками. Вы должны научиться внимательно вслушиваться и всматриваться, чтобы распознать истину. Если вы узнаете, что покупатель все же имеет деньги, то должны значительно повысить цену, поднять качество предлагаемого продукта. Покупатель должен поверить, что продукт ценнее, чем деньги.

Третий довод, который приводят покупатели, звучит так: *"Теперь как раз неподходящий момент. Немного попозже, если положение станет лучше, мы снова с вами встретимся"*.

Установите, женат ли покупатель, и скажите ему в тон: *"Господин покупатель, ведь когда вы женились, тоже, наверное, был неподходящий момент. Если бы вы ждали десять или двадцать лет, чтобы завести семью, в финансовом отношении вам было бы гораздо легче... Но сколько всего было бы упущено!.."*

Четвертый довод, в силу которого покупатель ничего не хочет покупать, является весомым. У покупателя нет доверия. Если он вам не верит, то не купит. Эту причину трудно выявить, потому что покупатель не хочет сказать вам в лицо, что считает вас обманщиком.

И вы лишь с огромным трудом сможете узнать причину отказа - вот в чем заключается трудность. Поэтому спрашивайте себя после каждого удачного визита к покупателю: это я убедил его с помощью внушенного доверия или его больше убедил продукт?

Успех прекрасен! Но если дело доходит до крайности, доверие играет решающую роль в том, чего удастся достичь продавцу. В большинстве отраслей конкуренция очень жестка.

Подумайте об этом! При любой ситуации продажи покупатель хочет иметь самые большие преимущества, вкладывая свои деньги. Он хочет сделать наилучший бизнес и преследует эту цель, применяя в случае необходимости небольшие хитрые трюки. Некоторые покупатели, подобно продавцам, своевременно составляют план своих действий.

Никогда не допускайте, чтобы покупатель обиделся!

Покупатели по большей части хотят не расходовать деньги на продукт, а инвестировать их в продукт, потому что это обещает прибыль. Никогда

75

не говорите: *"Сколько денег вы хотите израсходовать?"*, но: *"Эта инвестиция окупит себя уже через короткое время!"*

Обдумайте свои аргументы. Если вы скажете, что продукты вашего предприятия непрерывно совершенствуются, он подумает, что они не очень-то хороши, если должны непрерывно улучшаться.

Один сильный аргумент лучше трех слабых. Некоторые продавцы нагромождают аргумент за аргументом: чем больше, тем лучше, думают они. Закономерно, что при таком нагромождении аргументы становятся слабее и слабее, пока не будут полностью разрушены встречными аргументами.

На удивление много продавцов не придерживаются этого правила и сами губят свой бизнес.

Кое-что еще: если вы имеете несколько дорогих и ценных **продуктов, то** должны сначала предложить самый лучший и дорогой!

Если покупатель увидит сначала продукт среднего или низкого качества, то, когда ему предложат наилучший, у него возникнет психологический барьер: тогда он должен согласиться на более высокую цену и расстаться со своим первоначальным намерением покупки. Это неудобно. Сразу предложите покупателю самый лучший (и самый дорогой!) продукт, только тогда покупатель перепрыгнет барьер - высокую цену. Кроме того, покупатель познакомится с наивысшим качеством. Все другие уровни качества покажутся ему малопривлекательными.

Этот принцип действует и в рекламе продукции: **лестницу всегда метут сверху!**

Успешная продажа доставляет удовольствие! Кто в этом сомневается? Но это удастся только в том случае, если вы время от времени возвращаетесь к будням - планированию и организации.

В качестве продавца вы должны усвоить три задачи: *находить заинтересованных лиц, представлять продукт и вести переговоры о заключении сделки.*

Оправдала себя следующая очередность приоритетов: заключение сделки, поиск заинтересованных лиц, презентация.

Другими словами, это означает: после заключения сделки не лениться, а сразу искать новых покупателей! Тогда следующие презентации и новые заключения сделок получаются сами собой.

Три успешные сделки в один день - иной продавец пользуется этим, чтобы работать не больше двух недель в месяц и наслаждаться ощущением собственной ценности. Только непонятно, почему новое восхождение к

вершине длится вдвое дольше и оказывается вдвое тяжелее.

76

Старый покупатель иногда даже лучше нового. Время от времени (лучше еженедельно) вы должны перебирать свою картотеку, отыскивать забытых покупателей и пытаться привлечь их снова.

Если в прошлый раз были какие-то неприятности, возможно, покупатель о них уже не помнит. Не исключено также, что за истекшее время он приобрел отрицательный опыт с другими продавцами. В любом случае шансы на то, что покупатель готов вернуться к вам, вовсе не малы.

Запишите каждую деталь (деловую или личную), которую вам в разговоре сообщил покупатель. Через неделю, через месяц вы сможете это использовать: "Как, собственно, идут дела с вашим пневматическим выдавливателем пасты из тюбика?"

Чем больше времени прошло после первоначального разговора, тем больше удивится покупатель: "Невероятно, как он еще помнит об этом деле? Даже я о нем забыл!" Покупатель будет убежден, что у вас настоящий интерес к его делам.

Продавец - это профессия, достойная уважения. Без продавца в нашей стране (да и в Других тоже) ничего бы не двигалось. Гордитесь своей профессией! Тогда ваша самооценка автоматически возрастет, и вы будете действовать еще успешнее!

Ни один покупатель, независимо от того, сколько у него денег, не является бедным. Любой человек, с которым вы говорите - это ваш потенциальный покупатель.

Никогда не спорьте с покупателем, даже если чувствуете, что вы правы. Спор не поможет осуществить продажу. Старайтесь тактично направить покупателя на нужный путь.

Согласно новейшим исследованиям Клуба продажи и маркетинга в Нью-Йорке, 71% людей покупают что-то у того или иного продавца только потому, что они к нему расположены, уважают его, доверяют ему.

Что вы сделали, чтобы ваш покупатель был к вам расположен, уважал вас, доверял вам? Если вы найдете на эти вопросы хорошие ответы, то никогда не будете испытывать недостатка в заказах!

Своевременно подготовьтесь к контакту с покупателем. В разговоре иной раз помогает то, что вы повторяете слова покупателя, но несколько иначе. Допустим, если возмущенный покупатель выкрикивает: "Да это непомерная цена!" - повторите то, что он сказал, но в вопросительной форме и более смягченным тоном. Тогда покупатель будет вынужден выразиться точнее, и разговор пойдет дальше.

77

Сотворите мечту для своего покупателя, мечту, соответствующую его личной цели. Если вы создадите такое видение, то сможете внушить покупателю чувство, что вы добиваетесь благополучия для него и его семьи, а затем перейти к заключению сделки.

Покупатель хочет хорошего обслуживания. Ваша профессия - оказывать услуги. Поэтому регулярно навещайте своего покупателя. Если вы будете вести картотеку покупателей, то всегда будете знать, кто из них на очереди.

Грех продать покупателю слишком мало. У молодых продавцов часто отсутствует уверенность в себе, что мешает правильно оценить покупателя и собственные способности. Действуйте смелее!

Держитесь подальше от безвольных и брезгливых продавцов, которые всегда все критикуют. Вы получите от них только негативное. Ведь свои ошибки они пытаются отнести не на свой счет, а на счет продукта, предприятия, шефа.

Ищите знакомства с преуспевающими, вдохновленными продавцами. Они могут чему-то вас научить, наполнить энтузиазмом.

Полезно посещать школу ораторов или курсы риторики. Помимо того что вы научитесь убедительно говорить, вы приобретете другой опыт: бесконечно возрастет уверенность в себе. Язык и самосознание тесно связаны между собой.

Знание продукта делает продавца уверенным. Нет ничего хуже, чем если покупатель найдет что-то, чего не знаете вы.

Давайте покупателю советы! Помогите ему принять решение. Благодаря хорошему консультированию вы обретете постоянного покупателя.

В области страхования новые договоры заключаются по большей части с уже имеющимися клиентами. Продавец, который регулярно посещает своего покупателя, приходит к заключению новых договоров. Забота о контактах является предварительной ступенью новых продаж. Покупатель, который видит вас часто, рекомендует вас другим.

Многие продавцы недостаточно используют силу внушения. Покупатель нерешителен и колеблется в

ожидании помощи продавца. Аргументы для внушения, использованные в нужный момент, сокращают путь к заключению сделки.

Ежедневно упражняйтесь в умении слушать! Пессимист при ходьбе смотрит вниз, оптимист - прямо и вверх! Проверьте, что делаете вы. Следите за положением своего тела. В чем причина того, что вы идете по жизни согбенным? Сбросьте тяжесть!

Следуйте принципу: **относитесь к людям так, как вы бы хотели, чтобы они относились к вам!**

78

Послесловие

1. Побудила ли вас эта книга воспринимать вашу деятельность как избранную профессию, которая откроет вам небывалые шансы на успех? Ведь ничто в экономике не происходит без продаж!

2. Дала ли вам эта книга толчок к тому, чтобы ступень за ступенью делать карьеру руководителя в мире бизнеса?

3. Убедила ли вас книга в том, что вы можете достичь признания, финансового благосостояния и одновременно стать личностью, вызывающей восхищение других людей? Я убежден: вы это можете, если только захотите. Работайте над собой!

Я рад, если на эти три вопроса вы ответили "да".

Потому что моей основной целью было написать книгу, способную вдохновить, побудить и мотивировать продавца, развить его способности и довести их до совершенства, т. е. превратить его в энергичного продавца.

Каждый может стать энергичным продавцом!

79

Содержание

Предисловие	3
1. Продавать - самая великолепная профессия в мире.....	5
2. Энергичный продавец выступает.....	8
3. Секреты энергичного продавца	12
4. Энергичный продавец в вас.....	16
5. Энергичный продавец как виртуоз коммуникации	29
6. Энергичный продавец инсценирует свое выступление.....	37
7. Магия энергичной продажи	65

8. Энергичный продавец - молодому коллеге	73
Послесловие.....	79

Подписано в печать 17.02.2003. Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная. Объем 4,65 усл. печ. л.
Тираж 2000 экз. Заказ 17.

Лицензия ГВ 204107 от 2.02.2000 г. ПКП «Эрбиния» 220116, г. Минск, пр. Газеты «Известия», 10.