

КАРМАННЫЙ СОВЕТНИК
Нелли Власовой

продавец: законы, заповеди и табу

как оставить клиента
довольным и без денег



Нелли Макаровна Власова
**Продавец: законы,
заповеди и табу**
Серия «Карманный
советник Нелли Власовой»

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=171690
Продавец: законы, заповеди и табу: Эксмо; М.: 2008
ISBN 978-5-699-22969-7*

Аннотация

Даже ребенку понятно, что у разных продавцов разная продажа. У скучного – скучная, у приветливого – доброжелательная, у восторженного – веселая. А вот какая у вас? А вы ведь продавец, не так ли? Иначе бы вы не держали в руках эту книгу. Почти все мы в этой жизни продавцы. Одни продают товары, другие – услуги, третьи – свои проекты, идеи... И при этом все мы продаем себя. Эта книга персонально для вас! Она о том, как стать профи в продаже с помощью кратких рекомендаций, за которыми, правда, стоят целые полки томов о методах и приемах продажи. Присоединяйтесь к тысячам читателей, чьи сердца покорила и помогла решить, казалось бы, неразрешимые проблемы уникальный российский автор Нелли Власова! Для широкого круга читателей.

Содержание

Введение. Заповеди продавца	4
1. Подготовка	6
Войти в роль леди – джентльмена	6
Наши клиенты – это наши самые бесценные сокровища	8
Люди говорят друг другу комплименты	12
Оцените свои способности говорить комплименты	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Нелли Власова

Продавец: законы, заповеди и табу

Введение. Заповеди продавца (Карманный справочник)

Если существуют заповеди человечества: не убий, не укради, не возлюби жену ближнего и т. д., то почему не иметь и заповеди продавца? Заповеди – это набор правил, принципов и табу, которым должен следовать продавец, чтобы быть успешным.

Продавец (в основном это женщины) похож на сказочную фею. Фея способна одаривать дарами. Продавец тоже предлагает кусочек счастья. Все товары и услуги предназначены для удовлетворения желаний, потребностей клиентов. Так будьте же достойными представителями такого высокого образа – образа прекрасной феи.

Этот карманный справочник станет для феи руководством на каждый день. Волшебники тоже должны учиться. И среди фей бывают черные и серые. Но наш карманный советник предназначен для прекрасных фей, чтобы они ста-

ли еще прекраснее.

1. Подготовка

Войти в роль леди – джентльмена

«Джентльмен (леди) – это человек, в общении с которым чувствуешь себя джентльменом (леди)».

Б. Рассел

Это чувство внутреннего достоинства и уверенности при терпимости и доброжелательности к любым клиентам.

Напомнить себе, как утреннюю молитву, гимн клиенту.

Гимн клиенту:

1. Клиенты – это те люди, которые обеспечивают наш бизнес.
2. Клиенты делают нам одолжение, обслуживаясь у нас, а не у конкурентов.
3. Клиенты – это люди, которые нам платят зарплату.
4. Клиенты – это цель нашей работы, потому что они не могут мешать.
5. Клиенты – важнейшие фигуры в нашем деле. Не они зависят от нас, а мы от них. Не они должны быть благодарны нам, а мы им – за то, что они обслуживаются у нас.

6. Клиенты – источник жизненной силы нашей фирмы. Без них ее бы пришлось закрыть.

7. Клиент – это носитель денег и ресурсов, т. е. того, что обеспечивает жизнедеятельность нашей фирмы.

8. Каждый клиент имеет законное право на суперобслуживание.

9. Улыбка на лице клиента – деньги в нашем кармане. Раздражение на лице клиента – дырка в нашем кармане.

10. Клиенты – как стая ворон: спугнул – они сели в другом месте (у конкурента).

11. Торговая марка продукции – это и торговая марка взаимоотношений.

12. Следы клиента на фирме – это не следы на песке, а наскальные надписи в наших базах данных и картотеках.

Фирма – это не место, где воспитывают и оценивают клиентов. Фирма – это место, где их обслуживают.

Наши клиенты – это наши самые бесценные сокровища

Самая печальная судьба продавца – жизнь без клиентов.

Существует только один босс – наш клиент. И он может погубить всех в нашей фирме – от директора до последнего служащего очень просто, если станет тратить деньги в какой-то другой фирме.

Мудрые мысли:

Имидж и репутация фирмы создаются каждым сотрудником в каждом акте общения с клиентом.

Следует помнить, что рассерженный клиент делится в среднем своим мнением с 10—12 знакомыми, а довольный – только с 3 – 4.

Мудрые мысли:

Плохой имидж разлетается, как птица, в то время как хороший создается значительно медленней.

Забота о создании положительной репутации и имиджа надежной и высококультурной фирмы является задачей, равной по значимости задаче увеличения прибыли. Забота о качестве обслуживания является самой приоритетной задачей фирмы.

Нет никаких оправданий для выполнения дефектной работы. Отсутствие времени, информации, выдержки, средств

труда или людей не может быть основанием для снижения уровня обслуживания.

Большинство ошибок и сбоев в качественном обслуживании основано на причинах, которые вполне устранимы.

Прежде чем пойти к клиенту, нужно настроиться на Дружбу и получение Удовольствия от контакта, а конкретно:

- на мягкое преодоление нежелания клиента покупать;
- на выявление и помощь в решении проблем клиента;
- на зондирование информации о запросах и ожиданиях представителя рынка;
- на создание атмосферы комфортного общения;
- на творческое лавирование между своими желаниями продать и сопротивлением клиента покупать (иметь цель, но не быть роботом маршрута).

Желание продать во что бы то ни стало нужно заглушить как деструктивное.

Магия обаяния
(Специально для фей)

Рецепт изготовления

Смешайте таинственность и чувство достоинства. Порциями добавьте противоречивость. Сбейте в пену оптимизм и уверенность. Влейте в эту смесь готовность решать чужие проблемы. Присыпьте видимостью легкости такого решения. Уберите лишнюю открытость и определенность. Подавайте продукт порциями, а не весь сразу – как при стриптизе. Держите в напряжении

и напоминайте мираж колодца в пустыне, но не давайте напиться вдоволь.

Обслуживание клиентов – это спектакль одного актера, который исполняет множество ролей:

– Дон Жуана – чтобы обольщать и нравиться.

– Штирлица – чтобы зондировать мозги клиента, его запросы и проблемы.

– Тома Сойера – чтобы суметь продать «покраску забора в жаркий летний день».

– Сократа – чтобы переубеждать.

– Талейрана – мастера интриг и дипломатии.

– Мудрого царя Соломона – чтобы разрешать конфликты.

Фея может заимствовать у каждого из этих героев их приемы и техники, чтобы использовать в решении разных задач процесса продажи.

Обслуживание клиента – это искусство быть полезным и нужным

Пять деталей лучшего наряда для самопрезентации продавца в любом кругу и в любое время

1. Уважение к клиенту.

2. Чувство внутреннего достоинства (но не высокомерия).

3. Оптимизм (как доверчивость к высшим силам и недоверчивость к низшим).

4. Приветливость (как проявление внутренней радости).

5. Готовность разделить любую ответственность.

Носите этот наряд каждый день и все последующие!

Окружающие имеют обыкновение любоваться собой, отражаясь в нас, как в красивых зеркалах. И очень благодарны нам за это.

Обслуживание сродни ухаживанию.

Люди говорят друг другу комплименты

1. – Вы исключительно привлекательны.

– Благодарю вас.

2. – Я удивляюсь вашим талантам.

– Ну, вы преувеличиваете.

3. – Вы прекрасно поете.

– Как Пугачева?

4. – Вы похожи на Софи Лорен.

– Вы не первый, кто это говорит.

5. – Вы такая таинственная.

– Стоит об этом помнить.

6. – Ваши духи завораживают.

– Странно такое слышать о духах.

Оцените свои способности говорить комплименты

1. Произносили ли вы комплимент уверенным тоном? Если нет, то что вам мешало?

Мешает собственная уязвимость. А комплименты доходят только при уверенном тоне. Войдите в уверенное состояние! Представьте себя леди или джентльменом (уверенность и доброжелательность)!

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.