

А. ПАРАБЕЛЛУМ Е. КОЛОТИЛОВ

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ
НЕПРИЛИЧНО

МНОГО
ДЕНЕГ

ДЕЛОВОЙ РОМАН

 ПИТЕР®

продано более
150
тысяч
экземпляров
книг авторов

**Андрей Парабеллум
Евгений Колотиллов**

Технология продаж. Как зарабатывать неприлично много денег

*Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6060198
Технология продаж. Как зарабатывать неприлично много денег.:
Питер; Санкт-Петербург; 2013
ISBN 978-5-496-00350-6*

Аннотация

Книга, которую вы держите в руках, не похожа ни на какую другую. Это не обычная бизнес-литература, а захватывающий роман, который шаг за шагом научит вас передовым и действенным технологиям продаж.

Почему вам стоит прочитать эту книгу:

- Авторы – известные бизнес-тренеры и успешные предприниматели.
- Книга написана в форме захватывающего романа, но при этом содержит профессиональные советы.

Симпатичная девушка по имени Алиса, работающая менеджером по продажам, знакомится с Владимиром –

профессиональным бизнес-тренером. Поначалу Алиса весьма скептически относится к новому знакомому: она считает, что знает о продажах все и Владимир не может научить ее ничему новому. Однако чем дольше они общаются, тем больше Алиса понимает, что с помощью новых знаний она способна выйти на совершенно новый уровень успеха. Владимир продолжает обучать Алису, и постепенно между ними зарождается романтическая связь.

Увлекательная подача материала позволит читателю с удовольствием освоить эффективные и проверенные на практике секреты профессиональных продаж.

Содержание

Вступление	6
Вы сможете зарабатывать много денег.	6
Неприлично много денег	
Шаг 1. Обязательство как цель	18
Если вы не идете вперед, вы остаетесь позади	18
Шаг 2. Доверие	29
Вы не сможете ничего продать, пока не продадите себя	29
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Андрей Парабеллум, Евгений Колотиллов Технология продаж. Как зарабатывать неприлично много денег

Книга посвящается всем существам превосходного пола, которых мы когда-либо сделали счастливыми и которые вдохновили нас на написание этой книги.

Мы также благодарим наших учителей Дэна Кеннеди, Джея Абрахама, Эбена Пэгана, Радмило Лукича, Френка Керна, Энтони Роббинса, Дуэна Спаркса, Джо Витале, Джона Карлтона за те знания, которыми они щедро делились с нами и без которых эта книга никогда не была бы написана.

Андрей Парабеллум, Евгений Колотиллов

Вступление

Вы сможете зарабатывать много денег. Неприлично много денег

Алиса зашла в кафе и растерянно огляделась по сторонам. В зале царил полумрак, несмотря на причудливые светильники под потолком и свечи на столиках. Пианист в углу что-то тихо импровизировал... Видимо, все это было сделано для того, чтобы создать слегка интимную, даже, пожалуй, богемную атмосферу, однако Алиса почувствовала себя крайне неудобно. Ну с чего вдруг Кате понадобилось назначать встречу в таком пафосном заведении? Алиса начинала злиться на подругу. «Вот сейчас уйду, – решила девушка, – просто повернусь и уйду. В конце концов у меня полно дел – на сегодня запланирована еще одна встреча...»

– Привет, лиса Алиса! – зазвенел где-то совсем рядом знакомый радостный голос.

Обернувшись, Алиса увидела Катю, энергично махающую рукой. На душе как-то мигом потеплело, и злость тут же улетучилась, не оставив следа.

– Привет, Катюня! Прекрасно выглядишь, между прочим!

– Привет, дорогая! Садись, рассказывай... Сто лет не ви-

делись! А ведь живем-то почти рядом!

Когда-то Алиса и Катя учились в одном классе и с первого до последнего звонка были подружками – не разлей вода. А потом поступили в разные институты... но все равно продолжали общаться. И даже теперь, став взрослыми и самостоятельными, девушки все равно старались находить время друг для друга: встретиться, поболтать о том о сем... И пусть ненадолго – снова почувствовать себя беззаботными, как в детстве, когда деревья были большими и казалось, что все мечты непременно сбудутся, а дружба – это навсегда! Сейчас, когда им уже исполнилось по 27 лет, а полгода назад они бурно отметили десятилетие окончания школы, верить в это становилось все сложнее, но девушки старались.

– Ну, как ты? Что у тебя нового? – не отставала Катя.

– Да, в общем-то, ничего нового... – со вздохом призналась Алиса. – И это не так уж плохо!

Уже шесть лет она работала менеджером по продажам. Алиса считала себя очень способным продавцом, но в то же время отлично понимала, что пока ее показатели трудно называть выдающимися.

– Ну, скажешь тоже... – фыркнула Катя. – Нельзя так пессимистично смотреть на вещи! Новое – это здорово. Моя бабушка – хохлушка всегда говорила: «Хай гирше, та иныше!» В смысле – пусть хуже, но как-нибудь по – другому. Я вот, например, собираюсь работу менять!

– Вот это новость! – искренне удивилась Алиса. – Неуже-

ли уйдешь из своего «Гердерона»? Ты же всего полгода назад устроилась! Помню, так мечтала об этой работе...

– Ага, – беззаботно отозвалась Катя, – тогда мечтала, а сейчас – не хочу! Душно там, атмосфера неприятная. Да мне уже другое место предложили...

Катя принялась с энтузиазмом рассказывать о новых перспективах. Сначала Алиса пыталась слушать внимательно, но сама не заметила, как с головой погрузилась в собственные мысли. Подруга вообще любила поговорить – и в основном о себе, любимой. За столько лет Алиса к этому уже привыкла...

А Катя все говорила и говорила – о новой работе, новом бойфренде, их совместном путешествии на Гоа... Алиса бросила взгляд на часы и поняла, что ей уже пора.

Она как раз ждала подходящей паузы в Катином монологе, когда подруга вдруг замолчала, а потом стала щуриться, словно пыталась разглядеть что-то или кого-то в полумраке кафе.

– Володя? Я все смотрю: ты, не ты...

Симпатичный молодой человек, в одиночестве сидевший за столиком в глубине зала, поднял глаза от раскрытого перед ним ноутбука и улыбнулся. Затем аккуратно убрал компьютер в небольшой плоский портфель и подошел к девушкам:

– Привет, Катя! Это действительно я. Рад тебя видеть.

– Взаимно. Вот, познакомься, это моя подруга Алиса.

Алиса, а это Володя – настоящий маг и волшебник!

– Очень приятно, – Алиса протянула руку для рукопожатия. – А вы что, в цирке работаете?

– Нет, что вы! – улыбнулся Владимир. – Я бизнес – тренер, консультант... Катя мне льстит – на самом деле никакой магии в моей работе нет.

– Володя – просто суперпродавец, может снег эскимосам продавать! – вставила Катя. – Помнишь тот проект с канадцами?

– Как не помнить!

Алиса почему-то вдруг подумала, что у Владимира очень красивые глаза. И улыбка. И голос приятный... А еще она заметила, как кокетничает с ним Катя.

«Ну и пусть, – решила для себя Алиса, – зато я теперь могу спокойно идти по своим делам!» Алиса поднялась.

– Вообще-то, мне пора, – сказала она, взяв в руки сумочку, – у меня еще одна встреча на сегодня запланировала, так что я вас оставляю. Катюнь, созвонимся на днях, хорошо? До свидания, Володя, приятно было познакомиться!

Она уже шагнула было к выходу, когда Владимир вдруг тоже засобиравшись уходить.

– Вообще-то, мне тоже пора, – как будто спохватился он. – Может быть, вы меня подбросите?

Алиса хотела было ответить, что это не совсем удобно, однако сказала почему-то совсем другое:

– Мне к центру, если и вам тоже...

Уже в машине она вдруг спохватилась:

– А как вы узнали, что я за рулем?

– Догадался! – улыбнулся Владимир. – Может, перейдем на ты?

Алиса слегка пожала плечами.

* * *

Белая «Ауди А3» мчалась по Кутузовскому проспекту, в то время как ее хозяйка размышляла о своем новом знакомом, изредка поглядывая на соседнее сиденье: «Улыбается чему-то... Так, стоп! Не думать о его улыбке! В конце концов мы познакомились каких-то пятнадцать минут назад, я толком ничего о нем не знаю. Катя, конечно, от него в восторге, но она вообще у нас девушка увлекающаяся и склонная к преувеличениям... Суперпродавец, тоже мне... Если уж на то пошло, это вообще не профессия!»

Даже себе самой Алиса не хотела признаваться в том, насколько ее заинтересовал новый знакомый. Она хотела бы узнать о нем побольше, но как это сделать – не устраивать же допрос.

– Значит, ты бизнес – тренер, так? – спросила она в основном лишь для того, чтобы прервать затянувшееся молчание.

– Да, именно так, – ответил Владимир.

«Не очень-то ты многословен для человека, зарабатывающего себе на хлеб пустой болтовней... – подумала Алиса. –

Развелось вас таких – тех, кто учит людей тому, чего сами не умеют, – многовато в последнее время. Даже обидно, что и ты из их числа...»

Однако отступить Алиса не собиралась:

– Знаешь, а я как раз в продажах работаю! – бодро сказала она. – И перед тем, как встретиться с Катей, провела сегодня две встречи.

Алиса уже хотела отпустить что-то едкое по поводу «суперпродавца», но Владимир ее опередил:

– Ну, и как прошли встречи?

Алиса ответила не сразу. Лично ей казалось, что обе встречи прошли вполне неплохо. «Конечно, клиенты не бросились к моим ногам, умоляя поскорее заключить с ними контракт, ну так ведь это были лишь потенциальные заказчики, – размышляла про себя Алиса. – На этих встречах я и собиралась просто представить себя, познакомить клиентов с тем, что предлагает наша компания, и оставить несколько брошюр. Между прочим, клиенты обещали их посмотреть на досуге! Ну, точнее, не обещали, а просто взяли их... Но это уже кое-что! Как говорится, хочешь быть счастливым – научись ценить даже маленький успех». Кто был автором этого афоризма, Алиса не знала, но эта нехитрая житейская мудрость нередко утешала ее, особенно когда дела шли не совсем так, как хотелось бы.

– А тебе зачем? Хочешь проверить на мне свой новый тренинг? – ехидно спросила девушка.

Они проезжали мимо какого-то бизнес – центра, и Алиса вдруг вспомнила, что именно здесь работает еще один потенциальный клиент, с которым она уже несколько раз созванивалась по телефону и даже провела пару встреч. «Почему бы и нет?» – подумала Алиса и решительно свернула в сторону припаркованных у обочины машин.

– Вот мы и приехали, – сказала Алиса, старательно делая вид, что именно это она и планировала сделать изначально. – Давай зайдем вместе к Татьяне Николаевне? Это мой потенциальный клиент. Кстати, удивительный человек... Она тебе понравится. Уверена, сейчас она в своем офисе.

Машина медленно катилась мимо припаркованных вдоль тротуара автомобилей в поисках свободного места.

– А какова цель твоей встречи? – вдруг спросил Владимир.

– Моя... что? – Алиса даже вздрогнула от неожиданности. – А, моя цель! Ну, знаешь, напомнить клиенту о себе, пообщаться вживую. У нас в компании это называется «поддерживать контакт».

В конце концов свободное место для парковки все же обнаружилось. Алиса уже открыла было дверь машины, но вдруг спохватилась:

– Ах, да! Надо же ей тебя как-то представить... Скажу, что ты новый руководитель в нашей компании. Татьяне Николаевне это понравится.

Однако Владимир продолжал сидеть на месте как ни в чем

не бывало.

– Нет, ты не поняла, – терпеливо, как учитель двоечнику, принялся объяснять он. – То, что ты сейчас озвучила, – это цели, причем вполне обоснованные. Я имею в виду совсем другое. К чему они тебя приведут? Что Татьяна Николаевна должна будет сделать в результате этой встречи?

– Я действительно не совсем тебя понимаю, – у Алисы вдруг пересохло в горле.

Так обидно было слышать этот учительский тон от человека, которого она знает меньше часа! Алисе захотелось вдруг сказать ему что-то обидное, чтобы сбить с него эту спесь, но в голову почему-то не приходило достойного ответа.

– Закрой дверь, – приказал Владимир. – Если ты действительно хочешь понять, как продавать более эффективно, то сначала должна меня выслушать.

– Но Татьяна Николаевна – одна из моих лучших... – начала было девушка.

– Алиса, ты можешь стать настоящим профессионалом, – Владимир говорил спокойно и терпеливо, – и перестанешь впустую тратить время клиентов и свое собственное. В продажах существует такое базовое правило: никогда не общайся с клиентом без определенной цели.

Наверное, в его тоне было что-то гипнотическое... Во всяком случае Алиса больше не спорила и покорно закрыла водительскую дверь.

– Каждая продажа – это серия определенных действий, –

продолжал молодой человек. – И наша цель – потребовать от клиента связать себя определенным обязательством, предпринять определенное действие, которое позволит и ему, и тебе продвинуться на один шаг в процессе совершения сделки. Поэтому если у тебя нет цели, встречу можно не проводить.

Алиса вырулила обратно на дорогу и вела машину молча, держась за руль сильнее, чем раньше. Общаться с Татьяной Николаевной сегодня ей почему-то совершенно расхотелось.

– Что-то не так? – как ни в чем не бывало спросил Владимир.

Алиса набрала в легкие больше воздуха и медленно выдохнула. Показывать этому заносчивому самозванцу, что он задел ее за живое, не стоило ни в коем случае!

– Хорошо, может быть, ты в чем-то и прав, – медленно произнесла девушка, старательно подбирая слова. – Но что касается «стать настоящим профессионалом»... Я работаю менеджером по продажам уже шесть лет. И мне не нравится, когда меня называют любителем.

– Я не хотел тебя обидеть, – ответил Владимир. – Однако если верить фактам, девять из десяти людей, занимающихся продажами, не профессионалы. Разумеется, ты, что называется, соответствуешь всем требованиям: ты умная, привлекательная... Думаю, ты действительно заботишься о своих клиентах!

Он сделал паузу, чтобы услышать хоть какую-то ответную

реакцию, но ее не последовало. Алиса сидела с каменным лицом, крепко вцепившись в руль. Владимир едва заметно вздохнул и продолжил.

– Все профессионалы действуют по определенной схеме. Именно этому я и учу на своих тренингах. И если ты освоишь эту схему, то будешь зарабатывать много денег. Может быть, – он улыбнулся, – даже неприлично много. Вот увидишь.

Машина затормозила перед очередным светофором. «Черт, а ведь так хорошо все начиналось! – с горечью подумала Алиса. – Такой симпатичный, обаятельный... А мнит себя чуть ли не Наполеоном! Надо бы поскорее от него избавиться под каким-нибудь благовидным предлогом и забыть, как страшный сон».

– Не беспокойся, – Владимир будто прочел ее мысли, – я не страдаю манией величия.

– Ага, ты ею просто наслаждаешься! – съязвила Алиса.

– Ну, немного, – улыбнулся Владимир.

«Ах, эта его улыбка и огоньки в карих глазах! Не смотреть, не смотреть, не смотреть ни в коем случае – приказала себе Алиса. – В конце концов он просто самовлюбленный идиот... И больше мы, к счастью, никогда не увидимся».

Владимир тем временем продолжал свой «урок»:

– Пойми, у любого процесса есть свой алгоритм действий. Это примерно как приготовить борщ по рецепту. То же самое относится и к продажам. Если следовать определенным

правилам, то процесс продаж становится профессиональной деятельностью, а твои результаты – постоянными и предсказуемыми.

Подобную настойчивость Алиса встречала только у свидетелей Иеговы и продавцов гербалайфа. Только теперь вместо лекарства от всех болезней ей впаривали очередной тренинг по продажам! Сколько их уже было на ее счету... СПИН – продажи, SWOT – анализ и прочая белиберда, при попытках разобраться в которой всегда начинала болеть голова. А что будет, если применить все эти рекомендации в работе с клиентом, – просто страшно было подумать!

«Наверняка твой тренинг ничем не отличается от массы себе подобных. «Перед тем как завершить покупку, постарайтесь загнать клиента в угол, уточнив, сколько товара ему нужно – сто или пятьдесят штук». Тьфу! Как будто клиент такой дурак и не чует за версту, когда им пытаются манипулировать». Все это Алиса хотела высказать своему спутнику, но вслух почему-то сказала совсем другое:

– Что ты имеешь в виду?

– Можно провести такую аналогию. Успешная продажа похожа на взаимоотношения мужчины и женщины. Оба процесса, как правило, развиваются по определенному сценарию и включают в себя несколько шагов. В классической схеме продаж их ровно девять. Каждый из них соответствует принятию клиентом конкретного решения, и все вместе они в конечном итоге приводят к покупке. Или к сексу, если го-

ворить об отношениях.

Владимир снова улыбнулся, и Алиса на секунду забыла про все тренинги на свете, но затем быстро взяла себя в руки. «Поддаться его обаянию? Ни за что!»

– Да ладно! – воскликнула Алиса. – Неужели в этих процессах есть какая-то последовательность? Мне кажется, что каждый мужчина, как и каждый клиент, делает только то, что взбрело ему в голову в данный момент.

– Нет, существует строгая последовательность решений, которые принимает клиент и которые в конечном итоге приводят его к покупке, – сказал Владимир. – Просто так, с ходу всего не объяснить... Так, – вдруг скомандовал он, – видишь кофейню? Давай зайдём в нее.

Алиса остановила машину. Идея о том, что у каждой встречи с клиентом должна быть определенная цель, вдруг показалась ей интересной и не лишенной практического смысла. А уж аналогии со знакомством, а точнее, с соблазнением, не проводил только ленивый.

«Ладно, может быть, это будет полезно, – решила она. – К тому же кофе сейчас явно не помешает».

Шаг 1. Обязательство как цель

ШАГ 1



**Если вы не идете вперед,
вы остаетесь позади**

Кафе оказалось небольшим и довольно уютным. Алиса с Владимиром выбрали столик у окна и заказали кофе.

– Ну что ж, продолжаем разговор! – весело сказал Владимир голосом Карлсона из детского мультика, так что Алиса

невольно улыбнулась. Затем он снял с руки часы, положил их перед собой и добавил серьезно:

– У меня есть примерно два часа.

– Хорошо. Итак, по – твоему, все начинается с целей?

– Кивни головой, если ситуация покажется тебе знакомой, – начал Владимир. – Представь, что ты назначила первую встречу с очень перспективным клиентом (назовем его Иван Иванович). Ты слышана о проблемах этой компании с текущим поставщиком и поэтому сделала вполне логичный вывод, что они готовы его сменить. Ты все о них знаешь. Ты уверена в себе. Ты собираешься зайти в офис к Ивану Ивановичу и продать ему свой продукт.

Алиса кивнула.

– Итак, ты приходишь к нему в офис, рассказываешь немного о себе, и почти сразу Иван Иванович говорит: «Скажите, что вы можете мне предложить?» «Отлично», – думаешь ты. Такая реакция собеседника позволяет тебе сразу перейти к презентации своего продукта, что ты, собственно, и делаешь. Иван Иванович тебя, кажется, очень внимательно слушает. Однако минут через двадцать он смотрит на часы и говорит, что у него другая встреча. Вы прощаетесь, и он просит тебя оставить брошюры. Ты выходишь из его офиса и думаешь: «Ну вот, все прошло хорошо. Я просто уверена в этом».

Алиса снова кивнула, но на этот раз как-то неуверенно. За исключением имени, Владимир почти один в один описал

ее первую встречу с клиентом сегодня утром. Она и в самом деле шла на эту встречу, будучи абсолютно уверенной в том, что все выгорит, все получится как надо... Но в какой-то момент ощутила, что это чувство вот – вот исчезнет.

И, как это ни печально, оказалась права – клиент поскучился, вспомнил про другую встречу, попросил оставить брошюры...

Алиса покосилась на Владимира. Ну откуда ему знать наиболее частый сценарий ее переговоров с клиентом? Можно подумать, он сам на них присутствовал!

– Итак, на чем вы остановились с Иваном Ивановичем? – спросил Владимир. – О каком следующем шаге вы договорились?

– Ну, я так думаю, что позвоню Дмитрию и назначу следующую встречу, – ответила Алиса, даже не заметив, что использовала реальное имя вместо вымышленного. – То есть как такового формального соглашения не было... Но он же попросил брошюры, а значит, был заинтересован, так ведь?

Владимир сокрушенно покачал головой.

– Знаешь, что бы я подумал, будь я этим Дмитрием? – спросил он. – Я бы подумал: Алиса кажется приятной девушкой, и ее продукт вроде бы неплох... Но все, чего нам удалось за сегодня, это получить ее брошюры. У меня нет на них времени. Если она перезвонит, мне, скорее всего, придется ей отказать.

Алиса горько вздохнула, вспоминая все встречи и звонки,

которые заканчивались примерно так же – ничем. Помолчав немного, она спросила:

– И что, именно здесь нужно ставить цели?

– Именно, – с улыбкой подтвердил Владимир. – Цель встречи – это обязательство покупателя перед продавцом. То самое, что продвинет процесс продаж на один шаг вперед.

Он отхлебнул кофе и продолжил:

– Основная цель продавцов заключается в том, чтобы заставить покупателей связать себя обязательством. И то, что отличает эту цель от других, – это согласие покупателя.

Алиса слушала очень внимательно.

– Значит, эта цель – самая важная? – решила уточнить она. – А как же...

Но Владимир не дал ей договорить:

– У менеджера по продажам может быть несколько целей для встречи с клиентом: узнать о его бизнесе, конкурентах, выяснить, кто в фирме клиента принимает решение о покупке, и так далее. Но! – он поднял вверх указательный палец. – Ни одна из этих целей не может стать основной причиной для встречи или звонка, потому что они не требуют обязательств со стороны покупателя.

Владимир кивнул в сторону молодого человека лет двадцати, явно пытающегося завязать знакомство с девушкой за соседним столиком.

– Вот смотри: когда молодой человек пытается завязать отношения с девушкой, первое, что ему для этого нужно, –

ее номер телефона. Без этого все остальные звенья цепи не будут работать.

Алиса и сама заметила эту парочку. Что-то ей подсказывало, что парень с девушкой уйдут из кафе вместе... Она вдруг с грустью подумала, что у нее самой давно уже не было никаких отношений, хоть отдаленно напоминающих романтические, – слишком много времени и сил отнимала работа...

А Владимир тем временем продолжал:

– Цель первого «касания» – взять номер телефона, а не просто поделиться своим хорошим настроением! В противном случае продолжения может и не быть. Когда ты позвонила Дмитрию, чтобы назначить утреннюю встречу, ты держала в голове совершенно четкую цель – получить согласие на встречу с тобой. И ты это согласие получила. Клиент обязал себя провести реальную встречу в назначенное время – ты достигла цели своего телефонного звонка.

Алиса кивнула. В самом деле, она возлагала такие надежды на эту встречу!

– Однако на саму встречу ты шла без какой-то конкретной цели, – продолжал молодой человек. – В итоге ты оставила несколько брошюр, которые вполне могла бы прислать по почте или передать с курьером. Тем самым ты заставила клиента поверить в то, что встреча с тобой – напрасная трата времени.

«Боже мой, какая же я дура!» – с горечью подумала Алиса.

– Не кори себя слишком сильно, – будто прочел ее мыс-

ли Владимир. – Большинство продажников совершают эту ошибку. Вот почему среди них так мало профессионалов.

Алиса подалась назад, прокручивая в голове свои последние встречи с клиентами. «Я все время совершала одну и ту же ошибку! – с горечью думала она. – Где бы я была сегодня, если бы мне кто-то сказал обо всем этом шесть лет назад... Похоже, этот Владимир знает, о чем говорит!»

– Для каждого взаимодействия с клиентом, – продолжал тем временем молодой человек, делая акцент на каждом слове, – ты обязана четко определить цель. И этой целью должно быть какое-то конкретное обязательство со стороны клиента. Какова будет цель твоей следующей встречи с Дмитрием, если тебе удастся о ней договориться?

– Это просто, – просияла Алиса. – Я бы хотела представить ему наше предложение, в деталях описав все его достоинства. Еще я хотела бы обсудить хотя бы приблизительную сумму сделки. И пусть на встрече присутствуют все, кто отвечает за принятие решений о покупке.

– Хорошо. Это ясные и конкретные цели, – отметил Владимир. Он как будто хотел добавить что-то еще, но в последний момент передумал. – Но если бы ты продумала все заранее, они стали бы целями твоего утреннего звонка, не так ли? И в ответ на заявление о другой встрече ты ответила бы Дмитрию что-то типа: «Мне бы хотелось представить наше предложение в деталях и рассказать о том, сколько вам нужно будет инвестировать в этот проект. Мы могли бы назна-

читать встречу на следующей неделе?» Так бы ты попала на следующий этап процесса совершения сделки. Но поскольку ты не держала свою цель в голове, ты, скорее всего, упустила возможность закрыть сделку.

Алиса вздохнула. Владимир сочувственно улыбнулся:

– Повторяю: каждая продажа – это серия определенных шагов. И каждый шаг требует своей конкретной цели.

Он достал из портфеля лист бумаги и начал быстро что-то писать на нем.

– Допустим, у тебя есть возможность встретиться с человеком из какой-нибудь компании, в которой имеется некая проблема. Эту проблему можно решить с помощью продуктов и услуг, которые ты предлагаешь. То есть этот человек испытывает трудности, однако сам решений о покупке не принимает. Ты встречаешься с ним и определяешь его потребности. Потом он ведет тебя к лицу, принимающему решение, и ты делаешь для него презентацию. После этого ты, скорее всего, корректируешь свое предложение и представляешь его в окончательном виде. Значит, для тебя шаги цикла продаж выглядят так... – Владимир составил на листе бумаги список, а затем передал его Алисе.

Цикл продаж

Шаг 1. Звонок по телефону.

Цель: назначить встречу для определения потребностей.

Шаг 2. Встреча с определением потребностей.

Цель: назначить встречу с теми, кто принимает решение.

Шаг 3. Встреча с теми, кто принимает решение.
Презентация продукта.

Цель: назначить встречу с окончательным предложением.

Шаг 4. Встреча с окончательным предложением.

Цель: получить продажу и закрыть сделку.

Алиса какое-то время внимательно изучала список, а затем радостно воскликнула:

– Но ведь именно это я и делаю! Хотя, признаю, никогда не воспринимала свою работу как систему шагов и целей... Однако, знаешь, на практике все далеко не так просто!

– Что именно тебе кажется сложным? – спросил Владимир.

– Ну, взять хотя бы переход от встречи с презентацией к встрече с окончательным предложением. В реальном мире после того, как я представлю наше предложение тем, кто принимает решение, они наверняка захотят еще раз все обговорить, в сотый раз споют мне старую песню об уникальности их компании – мол, решения, которые работают у всех, у них работать не будут... У них найдется куча причин, почему они не готовы выслушать обычное предложение. Не пойми меня неправильно, – поспешила добавить девушка. – Я вижу, где постановка целей ускорит весь цикл. Ты прав по поводу Дмитрия – я бы продвинулась гораздо дальше, если бы поставила цель еще до встречи. Я до сих пор недовольна

собой из-за этого. Я просто говорю, что определение цикла продаж в моем случае – это не такая простая задача.

Владимир сделал несколько глотков кофе, обдумывая слова Алисы.

– Хорошо, добавлю только две вещи, – наконец произнес он. – Первое. Определение шагов в цикле продаж и постановка целей на каждом шаге уменьшит время всего цикла на 25 %. Это как если бы мы вычли из условного года продаж целых три месяца.

Глаза Алисы округлились от удивления, но Владимир оставался совершенно невозмутимым.

– И второе, – продолжал он как ни в чем не бывало. – Почему цикл продаж у тебя требует больше времени? Поправь меня, если я ошибаюсь. Даже после того, как ты завершила определение потребностей клиента во время первой встречи, возникает множество вопросов, так ведь?

– Ну да, в той или иной степени, – осторожно согласилась Алиса.

– А где было определение потребностей сегодня утром на встрече с Дмитрием?

Алиса не нашла, что ответить.

– Ты говорила, что Дмитрий дал тебе возможность сразу перейти к представлению продукта и избежать лишней болтовни, так?

Алиса кивнула.

– Так вот, я не думаю, что ты была готова представить

хорошее предложение Дмитрию или обговорить с ним цену вопроса, потому что ты недостаточно информирована о его проблемах. А причина, по которой ты недостаточно компетентна в этом вопросе, очень проста – ты об этом не спрашивала!

«Так просто! Ну почему я сама не додумалась до этого?» – с тоской подумала Алиса.

– Ты позволила Дмитрию подтолкнуть тебя к презентации своей компании и своего продукта слишком рано, – продолжал Владимир. – Еще до того, как проанализировала его проблемы и выяснила, что уникального есть в его компании, по крайней мере в восприятии Дмитрия. А это может испортить весь процесс продаж на следующем этапе, например на встрече с теми, кто принимает окончательное решение о покупке. Ты поработала над презентацией своего продукта и все о нем знаешь. Соблазн состоит в том, что ты хочешь рассказать о своем продукте сразу же, как только клиент предоставит тебе возможность. И если ты поддашься этому соблазну, то выпадешь из алгоритма покупательских решений.

– Да, ты упоминал об этом раньше, – согласилась Алиса.

– И еще одно, – продолжал Владимир. – Ты начала продавать свой продукт прежде, чем смогла рассказать о себе. Это тоже ошибка. Никто не купит твой продукт, пока не почувствует доверие к твоей компании. А этого не произойдет, пока клиент не почувствует доверие к тебе.

Алисе захотелось выпить чего-нибудь покрепче, чем ко-

фе.

– Не паникуй! – рассмеялся Владимир, увидев выражение ее лица. – Сейчас мы во всем разберемся.

Молодой человек достал из портфеля ламинированный лист бумаги и положил его на стол. Алиса успела заметить, что на нем была изображена какая-то схема. Затем Владимир достал другой лист бумаги и записал на нем шесть слов.

– Вот, смотри, – молодой человек показал список Алисе, – перед тобой пять решений, которые каждый покупатель принимает в процессе покупки.

✓ ПРОДАВЕЦ

✓ Компания

✓ Продукт

✓ Цена

✓ Время покупать

Шаг 2. Доверие

ШАГ 2



**Вы не сможете ничего продать,
пока не продадите себя**

Пока Алиса изучала список, Владимир допил свой кофе и отставил чашку в сторону.

– Важно понимать, что все эти решения принимаются в заранее установленном порядке, – начал объяснять он, как

только девушка подняла голову от бумаги. – Продажи – это процесс, включающий в себя определенную последовательность шагов, в ходе которых человек принимает окончательное решение – покупать у тебя или нет.

– И каким же образом это происходит? – спросила Алиса.

– Во – первых, покупатель оценивает самого продавца, мысленно отвечая себе на вопросы типа: «Нравишься ли ты мне?», «Можно ли тебе верить?», «Хорошо ли ты осведомлен?»

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.