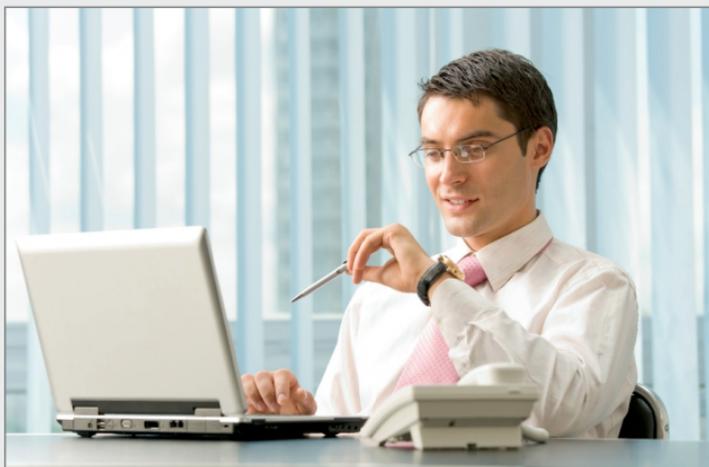


Дмитрий Епифан

**КАК Я БЫЛ
МЕНЕДЖЕРОМ ПО ПРОДАЖАМ**



интересно и полезно

томик первый

Дмитрий Епифан

**Как я был менеджером
по продажам**

Интересно и полезно

Санкт-Петербург
2012

ББК 84(2)

Е 676

Текст печатается в авторской редакции

Епифан Д.

Е 676 Как я был менеджером по продажам.

Д. Епифан.- СПб., ООО «ГАЛАРТ», 2012. – 114 с.

ISBN 978-5-98747-020-6

© ООО ГАЛАРТ, 2012

© Д. Епифан, 2012

Издательство «ГАЛАРТ»

Санкт-Петербург, ул. Б. Монетная, 16, оф. 16

тел. (812) 336-50-04, e-mail: mail@galart.ru

Подписано в печать 14.06.12. Гарнитура Minion PRO.

Формат 120x165. Бумага офсетная. Цифровая печать.

Тираж 1 экз. Заказ № 127.

Компьютерная верстка Г. О. Плешков

Технический редактор И. В. Фатеева

Отпечатано в ООО «ГАЛАРТ»

Санкт-Петербург, ул. Большая Монетная, 16, оф. 16

ПРЕДИСЛОВИЕ

Уважаемый Читатель!

Эта книга – описание личных «подвигов» на «фронте» продаж.

В этой книге я просто поделюсь с Вами своим опытом, удачным и неудачным. Надеюсь, Вы найдете ответы на свои вопросы.

Каждая глава книги разделена на три составные части – «Основное», «Личное» и «Техническое». Если Вы хотите читать художественное повествование, то техническое можете пропускать. Если хотите учиться продавать – читайте «Техническое». А лучше читайте все подряд, авось пригодится.

Учитесь на моих ошибках. И, может быть, некоторые приемы и техники пригодятся Вам для работы.

*С благодарностью и уважением,
Дмитрий Епифан*



ГЛАВА ПЕРВАЯ

*Что лучше – журавль в небе
или синица в руках?
Лучше журавль в руках!*

Необходимость

Что привело меня к продажам? Что меня заставило действительно их полюбить?

Родился я в Узбекистане, прекрасной советской республике в прекрасные советские времена, и долго жил с наивной верой в прекрасное будущее. После школы закончил Ташкентское высшее танковое командное училище, послужил в армии, поработал преподавателем в техникуме. Вместе с первым потоком русских, уезжающих в Россию, переехал в Питер.

Имущества, которое нажил и продал в Узбекистане, хватило на переезд и месяц экономной жизни. И здесь остро встал вопрос о зарработке. Хотя этот вопрос всегда стоит остро...

Поначалу пробовал работать в рекламе. Результат был почти нулевым. Хотя опыта набирался. Когда денег не было даже на еду, подрабатывал на рынке грузчиком. И постоянно искал работу именно в продажах. Объявлений по поиску менеджеров по продажам всегда великое множество, и выбор был. Сложность заключалась в том, что деньги требовались ежедневно, а работодатель почти всегда после получения резюме и собеседования брал паузу для принятия решения, как минимум, дней десять. И в это время, подрабатывая на рынке, приходилось ходить на другие собеседования, высылать резюме, искать варианты и все такое. Причем рассчитывать на первую

зарплату можно было после полумесяца работы, как минимум. Я еще не имел опыта отфильтровывать реальные объявления о работе от объявлений о наборе агентов или просто откровенно «лохотронских». Агентов набирали по принципу: приходи, получай предмет продаж, иди туда – не знаю куда, продавай то – не знаю что, получай процент с продаж. Это все было бы хорошо и приемлемо, только часто предметом продаж были плохо продающиеся товары. Или вообще: набирают народ, предлагают заплатить определенную сумму за приобретение технологии по выращиванию грибов. Рассказывают сказки, что грибы продаются отлично. Правда, умалчивают о том, что надо найти сбыт, походить по магазинам, договориться о реализации. А это самое важное, все магазины рассчитываются по мере реализации, то есть тогда, когда получают деньги. Как вариант предлагают заплатить деньги за запчасти к каким-либо предметам, например авторучкам, и собирать их дома. Обещают скупать собранные предметы по хорошей цене регулярно. Но, конечно, этого не случается, фирма под любым надуманным предлогом в корректной форме Вас посылает. Чтобы разобраться и понять, что открытая вакансия – это очередной «лохотрон», нужно было потратить уйму времени.

И вот, скопив пятьдесят рублей (половина моего дневного заработка), нашел фирму, которая предоставляла информацию об открытых реальных вакансиях. Вариант поиска работы через фирму хорош тем, что фирма, не особенно вчитываясь в резюме, отправляла к работодателю всех, не согласовывая с ним предварительно приход кандидатов. По сути, им был не важен результат, они создавали видимость отработки заказа. Я думаю, что заказчики у них разовые. Хотя поток кандидатов... Тоже вариант.

С тяжелым сердцем отдал я эти пятьдесят рублей, взял первый адрес работодателя и пошел на собеседование. Продавать надо было картофельные чипсы оптом. Нужного опыта на тот момент у меня не было. Правильно

составить резюме я не умел. Я знал, как продавать лук в Узбекистане. Но этот опыт работодателю не требовался.

Поговорили со мной, тактично взяли паузу и выпроводили. Я тогда наивно надеялся на быстрый положительный ответ. Прошло несколько дней – никакого ответа. Позвонил, спросил. Сказали, что еще рассматривают кандидатов. Я за свои пятьдесят рублей имел возможность взять адреса еще нескольких работодателей, и этим воспользовался. Взял адрес компании, которая продавала канцтовары оптом.

И тут мне повезло!

Личное

Трудности объединяют

В то время я был женат, у нас был ребенок от первого неудачного брака жены. И они тоже хотели кушать каждый день! Жена подрабатывала на рынке вместе со мной. Преодоление общих трудностей нас здорово объединяло, придавало бодрости духа.

Техническое

Первое правило продавца

Уважаемый читатель. В каждой главе, читая техническую часть, желательно отключить эмоции и включить голову.

Первое правило продавца – ПРОДАЙ СНАЧАЛА СЕБЯ, потом компанию, потом товар. Многие считают, что прежде всего надо правильно составить резюме. Безусловно, это так. Но для работодателя это вторично. Первое, что он видит, – это форма подачи резюме, то есть электронное

письмо, в которое вы вкладываете свое резюме. Как часто я при наборе персонала сталкиваюсь в лучшем случае с пустым телом письма и прикрепленным файлом. Есть такое понятие – сопроводительное письмо или записка. На мой взгляд, это очень важно. Это первое, чем Вы можете привлечь внимание к своей кандидатуре. Цель сопроводительной записки – побудить работодателя открыть вложенный файл с вашим резюме.

Сопроводительную записку при подаче резюме я обычно пишу такую:

Здравствуйте.

Меня заинтересовала вакансия менеджера по продажам. Прошу рассмотреть мою кандидатуру на эту вакансию.

С уважением,

Дмитрий Епифан.

Тел. +7 223 322 3322.

Именно такой формы, именно с такими знаками препинания и абзацами. Для менеджера по продажам самый важный показатель – это умение продавать. А если Вы плохо продаете себя, любимого, то как же Вы сможете продать товар, часто не особо любимый?

ГЛАВА ВТОРАЯ

Устройство на работу

Пришел на собеседование, причем пешком. Денег на транспорт не было.

Сижу, жду аудиенции менеджера по персоналу. Настроения никакого. Канцтовары... Мелочевка...

Жду уже минут двадцать. Жарко, куртку снять не предложили. Потихоньку осматриваюсь. Офис – не супер, обои кое-где оторваны, на столе у секретарши рабочий беспорядок, линолеум потертый. Прикидываю – фирма не крупная, бизнес копеечный. Как-то грустно, не прикольно. Подумываю смыться. И тут меня приглашает менеджер по персоналу.

В моем резюме указано, что я служил в Монголии. Менеджер по персоналу, просматривая резюме, задает вопрос:

– Вы служили в Монголии? В танковых войсках?

Я, не понимая к чему такие вопросы, подтверждаю. Он говорит:

– Владелец нашей компании тоже танкист и служил в Монголии. Не знаком ли Вам такой-то?

Я с удивлением вспоминаю своего хорошего друга, с которым служил в одном батальоне и имел отличные приятельские отношения. С ним мы не виделись и не общались лет восемь. Вот этого я никак не ожидал!

В итоге мы с моим другом встретились. Оба были обрадованы такому стечению обстоятельств. Он пригласил меня к себе в гости.

Пришли мы с женой к нему. Квартира огромная, обстановка шикарная, авто серьезное. Новый русский.

Поговорили, попили. Решили, что в его фирме о наших отношениях не должен знать никто, кроме менеджера по персоналу. Он предупредил, что на решающем собеседовании, кроме него и менеджера по персоналу, будет присутствовать начальник регионального отдела продаж. Решение о моем приеме на работу будет принимать именно начальник регионального отдела.

И еще мой приятель объяснил, почему мое резюме он бы даже до конца не дочитал. В частности, там я указывал свой реальный опыт работы в старательской артели на должности кочегара!

Прихожу на собеседование. Настроение оптимистичное. Карт-бланш у меня есть. Если не пройду как менеджер регионального отдела, то приятель меня на какую-нибудь другую должность пристроит. И на собеседовании поддержит, не рассказывая о нашей дружбе.

Начальник отдела продаж оказался лет на десять меня моложе, что в минус. Лучше было бы наоборот. И мы все это понимаем.

Еще один немаловажный момент – я один, а напротив меня сидят три человека. Как-то стремно. Но где наша не пропадала... Как сказал великий полководец, главное – ввязаться в бой, а там. Что-то типа этого у меня в голове.

Начальник отдела предлагает рассказать о своем опыте. Я не знаю, как себя подать. Крутым продавцом или скромнягой? Так и говорю, что у меня есть положительные результаты, но как-то неловко себя расхваливать. На помощь мне пришел мой приятель – владелец компании, сказав, что скромность у нас не в почете.

И тут «Остапа понесло»...

Рассказал, что мне довелось продавать: цветомузыку, мопеды, технологическое оборудование для столовых, яблоки, орехи, автомобили, лук, мебель, квартиры, услуги платного душа и еще много чего. Первый плюс я заработал, показав, что мне не важно, что продавать,

главное – продавать! И еще немаловажный момент – я поймал кураж! Мне в продажах всегда это нужно, я работаю играючи. А это приходит тогда, когда что-то начинает получаться, дает надежду на результат. Прекрасное чувство!

Начальник отдела продаж продолжает:

– Вы приезжий?

Мой приятель, генеральный директор, вставляет:

– Среди нас тоже есть приезжие.

Я делаю второй удачный ход:

– Мне, приезжему, необходимо закрепиться в Питере.

И поэтому я буду цепляться за хорошую работу и работать энергично.

Логично, все посмеялись.

Такой прием, «сделать из минуса плюс», в продажах я применяю очень часто. Позже, в техническом разделе, я его подробно опишу.

Продолжается собеседование. Начальник отдела задает очень сложный вопрос:

– Сколько вы стоите на рынке труда?

Ответить красиво на такой вопрос, обозначив желаемую зарплату, практически невозможно. Назовешь маленькую цифру – решат, что ты малоопытен, много тебе никто не платит, здоровых амбиций нет и все такое. Если назовешь высокую цену – подумают, что ты нескромнен или слишком амбициозен. С моим-то резюме... Причем, в этой компании мне изначально предлагают невысокий оклад и процент от продаж.

Я спрашиваю:

– Вы имеете в виду желаемую зарплату?

Это важный контрприем – изменение вопроса в удобную для ответа форму.

После подтверждения отвечаю:

– Я хочу получать поначалу пусть небольшую зарплату, но с огромной перспективой!

Пять баллов, точнее пять звезд! У всех улыбки!

И в конце собеседования, не придавая особого значения, я добавил фразу о том, что, несмотря на свой возраст, умею подчиняться. Я же бывший офицер.

Вот это уже интуитивно, на автомате. Вот это уже мастер-класс!

Собеседование закончилось. Мне сказали, что подумают и сообщат о решении. Но я чувствовал, что шансы у меня неплохие.

Региональный отдел продаж считался в фирме элитным. Устроиться с моими входными данными в этот отдел было бы невозможно. Но после собеседования...

Потом, в приватном откровенном разговоре, мой приятель – владелец фирмы – сказал мне, что я был «супер», но когда упомянул про умение подчиняться, начальник отдела просто «поплыл».

В итоге меня взяли на должность менеджера регионального отдела продаж.

Личное

Жизнь в коммуналке

Была у нашей семьи еще одна проблема. Мы жили тогда в комнате в коммуналке. В Узбекистане у нас была своя хорошая трехкомнатная квартира. Представьте себе наши с женой ощущения, когда из уютной трехкомнатной переезжаешь в комнату в коммуналке. Ладно, мы не особо избалованы и непривычны к условиям проживания. Но соседи!

Жила в нашей коммуналке в соседней комнате одна молодая девушка. Я поражаюсь, как можно быть такой хамкой в таком молодом возрасте. Я сдерживался, старался не замечать ее хамства. А жене приходилось труднее, она иногда даже плакала. Мы привыкли к более дружеским, по-человечески теплым отношениям со стороны даже незнакомых людей в Узбекистане.

После собеседования я был рад, что внес в нашу семью хоть какой-то лучик надежды своим устройством на работу. Жена немного приободрилась.

Техническое

Составление резюме

Есть много советов, как писать резюме. Вот мой вариант резюме (в сокращении).

Резюме специалиста.

Желаемые должности: менеджер по продажам, руководитель отдела продаж, тренинг-менеджер.

Епифан Дмитрий Юрьевич.

Дата рождения 30 октября 1965 г.

Образование: высшее. Закончил Ташкентское высшее танковое командное училище в 1986 г.

Специальность: инженер по эксплуатации техники.

Дополнительно: курсы маркетинга, технологии продаж, психологии бизнеса и др.

Опыт работы:

04.2010 — по настоящее время – ООО «Рога и копыта» (малоэтажное строительство).

Обязанности: активный поиск партнеров и поставщиков различных материалов и систем, связанных со строительством и ремонтом; ведение и наполнение контентом сайта, работа с заказчиками домов.

Достижения: развитие и доведение до уровня окупаемости проекта выставочного коттеджа с «нуля»; развитие проекта «строительство бань» с «нуля»; привлечение в проект производителей эксклюзивных материалов и систем, к примеру: инфракрасное отопление, отделочные панели из бересты и т. п.; привлечение арендаторов.

Причина поиска работы: значительное территориальное удаление от места жительства.

08.2007 – 03.2010 ООО «Рога и копыта – 2» (оптовая продажа посуды) – менеджер региональных продаж.

Обязанности: активный поиск новых клиентов. Работа с клиентами.

Достижения: привлечение новых стратегических клиентов, продажа отдельных видов продукции на неожиданно большие объемы с «эксклюзивно мягкими» условиями.

Причина увольнения: отсутствие карьерного роста (предполагалась стабильно– ровная работа в компании без возможности личного финансового и профессионального роста).

Рекомендации можно запросить у генерального директора Иванова Игоря Михайловича, тел. 322–22–33.

...Еще пару ранних мест работы в таком же ключе.

Увлечения: психология, инновации.

По характеру выдержан, общителен, обязателен, обучаем, энергичен, настойчив. Решению рабочих задач стараюсь найти нестандартные подходы. Способен и люблю достигать сложные поставленные цели.

Готов к переезду.

Активные продажи рассматриваю не только как рабочие обязанности, но и как хобби.

Адрес постоянной прописки и проживания: Санкт–Петербург, ул. М. Тухачевского.

Тел. моб. +7 999 233 3322.

Считаю, что в резюме «вода» не нужна.

Если Вы пишете: «проведение маркетинговых исследований, изучение конкурентов, изучение ассортимента», то Вам нужно устраиваться в компанию по статистике.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ

Я себя покажу!

Региональный отдел компании состоял из четырех менеджеров, включая меня.

Меня представили, посадили, вручили каталог. Полдня поизучал, кое-что запомнил.

Потом дали карточки клиентов.

Это отдельная тема.

Компания постоянно принимала участие в центральных профильных выставках. На выставках заполнялись карточки. В них записывались контакты и другая информация о потенциальных клиентах, подошедших к стенду. На выставке обычно не хватает времени на детальное заполнение карточек, в лучшем случае можно успеть записать название фирмы и контакты.

Дали мне карточек штук двести со всех выставок, встречались даже карточки четырехлетней давности. Причем из самых «сложных» регионов. Дело в том, что фирма наша находилась в Петербурге, а регионы мне дали южные. Те, которые территориально «завязаны» на Москву. Ну да ладно, выбора не было. Начал всех обзванивать. Именно «обзванивать».

Клиентами компании были оптовые канцелярские региональные компании. Ассортимент компании был разделен на две группы – офисная и детская канцелярия.

Не буду рассказывать, как звонил, получал отказы, составлял коммерческие предложения, снова звонил, опять получал отказы, составлял коммерческие предложения и т. д. и т. п. Скажу только то, что за три дня я «вызвонил» сумму за междугородние переговоры, равную той, кото-

рую расходуют менеджеры регионального отдела за месяц. Руководители удивились такой активности первый раз. То ли еще будет...

Начал потихоньку изучать рынок, нарабатывать базу. Как везде в подобных компаниях.

Личное

Стресс

Кроме меня в офисе регионального отдела работали две девушки и один парень. Теперь представьте картину: они – менеджеры элитного отдела достаточно крупной в своем сегменте компании. И я, откуда ни возьмись, такой «крутой» продавец! Регионы мне дали такие, которые никто из них не мог толком обработать.

Я старше по возрасту. Кто я для менеджеров-соседей? Прямой конкурент, то есть «враг». Соответственно, никакого дружелюбия. По работе помогали информацией, но не более того. Сколько фраз «мы Вам уже говорили» мне пришлось выслушать в свой адрес!

Правы японцы, утверждая, что новый сотрудник испытывает стресс шес зажатое состояние я ни в коем случае не мог. Упорно звонил, «лечил», отправлял коммерческие предложения.

Техническое

Как я веду базу

На новом месте работы я всегда составляю базу. Пользуюсь табличкой в EXCEL. Заношу туда каждый звонок. На каждый столбец я ставлю фильтр для возможности поиска по приоритету, городам и т. д. Вот она:

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	Дома	Участки
ПРИОРИТЕТ	!	перспектива
НАИМЕНОВАНИЕ	Рога и копыта - 2	Рога и копыта
ТЕЛЕФОН
САЙТ	www.fgg.ru	www.hghghhh.ru
КОНТАКТ	Александр (менеджер по закупкам)	Стэлла (руководитель отдела закупок)
ПОЧТА	rtrtrt0@gmail.com	klklb@gmail.com
РЕЗУЛЬТАТ	31.10 отправил предложение по МСЛ и своему дому с описанием технологии. Звонить 04.11	31.10 отправил предложение по МСЛ и своему дому с описанием технологии и ссылкой на ДД. Звонить 02.11

Мне такая табличка кажется очень удобной. Хотя есть и другие варианты и системы работы с базой.

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ

Первая командировка

Я, не разбираясь пока, кто есть кто на рынке канцтоваров, продолжал звонить всем возможным клиентам. Даже, порой по незнанию, попадал к конкурентам. Посылали меня с улыбкой на том конце провода.

А один ответ меня зацепил!

Я позвонил в крупный город в неизвестную мне компанию. Секретарша, доложив про меня и про мое предложение, ответила, что со мной хочет поговорить генеральный директор. Такое редко бывает. Обычно сначала мне предлагали скинуть коммерческое предложение. А тут генеральный!

И генеральный мне поведал, что наша фирма его «кинула», то есть при закупке они недополучили товаров на ощутимую сумму. Они от этого не «умрут», но с нами работать не будут и другим расскажут про то, что наша фирма недобросовестно выполняет обязательства по поставкам.

Такие ответы меня задевают, у меня появляется азарт охотника. Хотя я по жизни не охотник и не рыболов. Зверей люблю.

Но в продажах я воин!

Начинаю разбираться. Оказывается, наша фирма сделала недопоставку этой компании. В дороге сломалась машина, пришлось перегружать товар и технически уже нет возможности отследить пропажу части груза. В этой ситуации наш менеджер, который вел эту фирму, должен был разобраться. Но он бросил этот вопрос на самотек.

Есть очень важный, неписанный закон, применимый к продажам: удовлетворенный клиент приводит с собой еще

двоих клиентов, неудовлетворенный уводит десятерых! Вот такая реальная математика в работе менеджера.

Что делать? Проблема сложная. Но если я ее решу, то могу первый маленький лавровый венок получить. Звоню еще раз генеральному, объясняю ситуацию, прошу уделить мне время для очной встречи на их территории. Он назначает мне время и ограничивает мое присутствие пятнадцатью минутами. Все четко: «У Вас будет пятнадцать минут». Нормально?

Собираюсь в командировку. Как положено: обоснование, расчет времени, расчет финансов, образцы продукции, прайсы, каталоги и все такое. Планирую посетить три крупных южных города, расположенных близко друг от друга.

Приезжаю первым делом в «проблемную» компанию. Встречаюсь с генеральным, коротко напоминаю проблему и предлагаю решение: компенсировать потери дополнительной скидкой при нескольких следующих поставках. Т. е. я его опять «сватаю» как клиента. Скидки – это вторично. И каждый понимает, что скидки для нас не самые запредельные.

Генеральный обещает подумать. Больше мне пока здесь делать нечего.

Чтобы получилась наиболее полная картина участников рынка именно в этом городе, я исследовал город два дня. Посетил все профильные фирмы, и цель командировки считал достигнутой. Поехал в следующий город.

Там был один забавный эпизод. Пришел в крупную компанию, разговариваю с владельцем. Он, сравнивая наш бренд, упоминает известные любому «канцелярщику» бренды. А я их не знаю. Но я выкрутился. Смог показаться профессионалом.

Я считаю, что очень важно именно уметь показать, что ты – профессионал.

После командировки я через какое-то время позвонил в «проблемную» компанию и получил от нее заказ!

Вот это уже был результат!

Помимо этого с нами начали работать сразу три крупные компании. Те, которые я посетил в командировке. За такое короткое время такого не добился ни один менеджер!

Соответственно, отношение ко мне со стороны менеджеров нашего отдела еще более ухудшилось.

Личное

Командировочное него

Люблю я командировки. Перемена мест, поезд, попутчицы, гостиницы, суточные...

Руководством предполагалось, что каждый вечер в командировке менеджер составляет отчет о посещениях за день, проводит анализ, планирует завтрашний день.

Ага, как же!

Пара бутылочек пива, набережная какой-нибудь реки, шашлычок. Если повезет, то и легкие, ни к чему не обязывающие, знакомства. А если командировка на выставку, то вечера заняты обычно рабочей пьянкой с клиентами.

Техническое

Технология продаж

В командировках я обычно предлагаю руководителю провести с менеджерами по продажам минитренинг на основе наших товаров. Все соглашаются. Еще бы! Приехал менеджер из культурной столицы и обучает менеджеров его компании совершенно бесплатно.

Я сам посещал много разных тренингов. Слабых и сильных. Один тренинг мне запомнился надолго. На нем

велась видеозапись. Когда я себя увидел по телевизору, подумал: что я вообще делаю в продажах? Три дня отходил, жена помогла, спасибо ей.

В техническом разделе я опишу свое видение технологии продаж.

Итак, есть пять основных пунктов технологии продаж:

1. Вход в контакт.
2. Выяснение потребностей.
3. Аргументация.
4. Преодоление возражений.
5. Выход из контакта.

Четвертого пункта может не быть, если правильно проведена аргументация.

Сразу скажу, что про каждый пункт можно написать отдельную книгу. Я кратко опишу основные моменты по каждому пункту.

Еще одно: недобросовестные компании предлагают тренинг телефонных продаж, а еще более недобросовестные предлагают такой тренинг после прохождения общего тренинга по технологии продаж. Это – «развод» чистой воды, телефонные продажи – это такие же продажи, только без визуального контакта.

ГЛАВА ПЯТАЯ

«Проснулся звездой»

Под Новый год был у нас корпоратив в престижном ресторане на Невском проспекте. Участвовал весь коллектив компании, примерно сто двадцать человек. Столы стояли полукругом. Я сидел на самом крайнем месте, ближе всех к сцене. Кроме стандартных тостов и, собственно, пьянки, была концертная программа.

И вот, в середине вечера, когда уже сказано с десятков тостов и столько же стопок выпито, подходит ко мне руководитель городского отдела (он был распорядителем вечера). Предлагает вместе с очередной танцовщицей станцевать стриптиз! Я, хоть уже нормально выпивший, соображаю и сначала отказываюсь. Но потом, когда он объяснил, что разделет меня танцовщица только по пояс, я соглашаюсь.

Начинается танец. Танцовщица, частично раздевшись, подходит ко мне и выводит меня на сцену. И здесь мы с ней зажигаем!

Получается классно!

С пластикой на любительском уровне у меня все в порядке. В конце танца она меня поблагодарила за то, что я ей подыграл. И все было пристойно, краснеть мне вроде не за что.

Вечер закончился, в общем, благополучно. Были, конечно, перебравшие. Но обслуга ресторана по-тихому их вывела.

На следующий день я прихожу на работу. Первое, что я услышал: «Дима, Вы совершили Поступок!» И это мне сказала женщина, которая ко мне относилась хуже всех!

И пошло. Мужчины высказывались, что хотели бы сидеть на моем месте. Некоторые удивлялись, что стриптиз танцевал я, а не артист. Женщины все хвалили, восхищались. А самым удивительным для меня стало то, что глазки у женщин стали совсем другие! Такие маслянистые, с искоркой. Я абсолютно не предполагал такой реакции! И отношение ко мне совершенно изменилось.

Я стал «звездой компании»!

Личное

Отношение к моей «звездности»

С женой после этого даже не поругался, но ее отрицательная реакция чувствовалась. Она была не в восторге.

Техническое

Технология продаж, пункт первый

Вход в контакт... Это песня. Это новое знакомство, новый человек.

Вообще я отношусь к тем людям, которые любят людей. И в фирме самое важное – это люди. Товар, сервис, бренды – это вторично.

Что наиболее важно при входе в контакт? Присоединение!

В продажах изначально покупатель и продавец «по разные стороны баррикад». То есть «враги». А надо сделать так, чтобы покупатель был другом. Умеючи это делать очень просто. Принцип один: дать понять покупателю, что Вы такой же, как он.

Вариантов очень много. Например: звоните Вы в другой город, узнаете про погоду, спросите между делом:

«У Вас там холодно?» После ответа добавьте, что и у нас не жарко. Или, готовясь к разговору, изучите сайт Вашего потенциального клиента. Найдите что-то похожее на сайт Вашей компании и скажите, к примеру, о похожем дизайне.

А еще при входе в контакт желательно вставить комплимент.

На тренингах я даю такую вводную. Вам нужно продать пылесос, покупатель ждет Вас дома, на двенадцатом этаже. Лифт не работает. Как присоединиться и сделать комплимент? Я бы сказал так: «Слушайте, Иван Иванович, и у нас в подъезде лифт не работает. Давно хотел зарядкой заняться. А тут обстоятельства помогли».

В этом примере я показал еще один важный прием: «сделать из минуса плюс». Причем, плюсом можно сделать любой минус. Такая вводная: Вы приходите домой к клиентке, дома беспорядок, сама она выглядит неважно, вид из окна отвратительный, запах кошачий, обстановка старая. Как здесь присоединиться и сделать комплимент? Например, сказать, что Вы тоже кошек любите. Или что и у Вас такой же дверной звонок.

Попробуйте сами придумать несколько вариантов.

Важно: я постоянно практикуюсь. Анализирую свои удачи и неудачи. Снова пробую. Очень часто начинающие менеджеры боятся получить отказ. Если постоянно пробовать и стремиться научиться продавать, отказов будет все меньше и меньше.

Проиллюстрирую удачный вход в контакт реальным случаем из моей практики.

Работали мы на выставке в Москве. Стоял я у стенда, никого не трогал. Рядом проходил какой-то парень, на несколько секунд он задержался у нашего стенда. Я подошел к нему и сказал: «Если у Вас есть вопросы, мы все здесь, пьем кофе. Если надо – подходите, все расскажем и покажем». И отошел от него. Он меня подозвал и сказал, что очень спешит, возьмет каталог и побежит дальше. Я, ими-

тируя суету, принес ему каталог. Потом он начал задавать вопросы, на которые я быстро и конкретно отвечал. Так мы проговорили долго. В конце он сказал, что сам удивлен, как мог задержаться у нас на сорок (!) минут.

В чем здесь секрет? Не знаю как Вам, а мне не нравится, когда ко мне подходят продавцы в магазине с вопросом: «Чем я могу Вам помочь?» Я обычно отвечаю, что если мне понадобится, я к Вам обращусь. Продавец отстает.

При очном входе в контакт я всегда использую формулу: «Если Вам необходимо, подойдите, спросите, я отвлекусь от всех дел и все Вам объясню». И обязательно отхожу. Очень часто покупатель начинает в этот момент задавать вопросы, что нам и надо.

ГЛАВА ШЕСТАЯ

Как я «раскручивал» компанию

Себя в фирме я раскрутил стриптизом. Но не поедешь же клиентам показывать стриптиз, неправильно поймут! Хотя я всем клиентам всегда рассказываю о своем опыте в работе, и многие используют этот положительный опыт в своей работе.

В нашей компании была традиция – рассылку о распродажах, поздравления с праздниками делать в стихах. Как-то надо было придумать стихи о распродаже дорогих кожаных портфелей. Всем отделом ломали голову: тема специфическая и сложная, стихи нужны прикольные. И у меня получилось! Начальница отдела продаж (уже была женщина) выделила и похвалила мой стих. И понеслось... У меня получают стихи быстро и на любые темы. Вся фирма меня просила придумать стихи ко дню рождения клиентов, на праздники, распродажи, дни рождения девушек. Кто-то благодарил каким-нибудь угощением, кто-то нет. Я не придумываю стихи без необходимости. Либо посвящаю их девушке, в которую я влюблен на тот момент. Один раз я попытался продать стихи, разместив в Интернете объявление. Заработал сорок рублей, написав для одного парня поздравление его жене. Мне факт продажи не понравился, и больше продавать свои стихи я не пытался.

Но для фирмы это было очень креативной и запоминающейся «фишкой». Помню случай: звоню в компанию, разговариваю с женщиной. Она рассказывает о том, что все женщины их фирмы ждут меня в гости, что они плакали, получив от нас поздравление с Восьмым марта.

Но один случай стоит описать подробнее.

На каждую выставку я придумывал приглашение в стихах. На очередную выставку я придумал стих с таким содержанием: все приглашают, все показывают новинки, все угощают пивом и коньяком, но у нас еще есть рассол, приходите утром – нальем. Не поленился, пошел и купил бутылочку рассола.

Начало выставки, клиентов пока ни у кого нет. И тут к нам подходят владельцы крупной компании. Я пытался их «заполучить» два года, приезжал к ним несколько раз, постоянно разговаривал с ними на выставках, периодически звонил. Пока безрезультатно. Но сейчас они пришли именно к нам и сразу сказали, что будут с нами работать. Четко! Я просто обалдел! Поинтересовался – почему? Они меня порадовали ответом – именно приглашение, его оригинальность побудило их принять положительное решение!

Пять баллов, точнее – пять звезд!
Кстати, рассол я сам и выпил.

Личное

Ленка

Нам, менеджерам, дали помощников. Мне «досталась» обаятельная девушка. Лена, Ленка, Ленчонок.

Стройные и длинные ножки, соблазнительное то, что чуть выше сзади, правильной формы то, что еще чуть выше спереди. И глаза... Обалденные серые глаза. А голосок у нее был ангельский. Ну как тут не влюбиться?

Какие стихи я ей писал! Их у нее набралось с толстую тетрадь.

Все окружающие видели наше отношение друг к другу, да мы особо и не прятались. Я, пользуясь своим положением руководителя, иногда, в качестве поощрения, мог погладить Ленку. Каждый ее положительный результат

в работе старался озвучить, как-то поощрить, например, конфеткой, шоколадкой, пирожком.

Один случай можно описать подробнее.

На Восьмое марта мы, мужчины, придумали дарить подарки девушкам нашего отдела таким оригинальным способом: один из нас отворачивался и называл имена девушек. Я в это время доставал какой-нибудь подарок из коробки. Девушки заранее не видели, что кому достанется. Конечно, мы все заранее спланировали и точно знали – что кому вытаскивать. Я очень хотел подарить Лене что-то с тонким намеком. Мое внимание остановилось на чулках с поясом. И я совершил очень дерзкий и, в то же время, деликатный поступок – подарил при всех любимой девушке нижнее белье. Что вообще немислимо! Но форма подачи была корректной, мы же «не знали», какой подарок и кому из девушек я вытащу из коробки. Зачет!

Техническое

Технология продаж, пункт второй

Поговорим о потребностях. При покупке, например, джинсов я четко говорю продавцу свои потребности. Допустим, мне нужны джинсы престижной марки, моя потребность – имидж. А продавец, не слушая меня, говорит о распродаже и скидках.

Я придерживаюсь такой классификации потребностей:

- экономическая потребность (сэкономить, заработать),
 - физическая потребность (сон, секс, еда, дыхание),
 - имиджевая потребность (принадлежность к высшему классу),
 - потребность безопасности (здоровье),
 - потребность комфорта (удобство чего-либо).
-

Некоторые добавляют духовную потребность и потребность информации. Я их вкладываю в потребность комфорта.

Правило продавца: не думай за клиента. Спрашивай, выясняй его потребность и давай ему то, за чем он пришел. Как выяснить потребности? Вопросами. Чаще всего клиент имеет одну потребность главную и две менее значимые. Например, при покупке джинсов у меня на первом месте потребность имиджевая. На втором месте у меня потребность комфорта, мне нужны удобные джинсы. На третьем месте – потребность экономическая, мне нужны джинсы по адекватной цене.

Неправильно думать, что есть наиболее важные потребности. Причем сегодня мне нужны джинсы эконом-класса, а завтра – дорогие, престижной марки, потребности поменялись.

А у оптовых клиентов в подавляющем большинстве на первом месте экономическая потребность. На втором – потребность комфорта. То есть они хотят прежде всего заработать на Вашем товаре. А комфорт им нужен в доставке, упаковке и т. д.

Какие вопросы я задаю для выяснения потребностей? Разные. Вплоть до прямого вопроса: «Мария Ивановна, какие потребности у Вас на первом месте?» Не всегда такой вопрос уместен, конечно. Какие вопросы задавать – открытые, закрытые, наводящие – Вам подскажут Ваша интуиция и опыт. Я обычно на новом месте работы составляю одну универсальную общую легенду и отклоняюсь от нее незначительно. И всегда стараюсь собеседника похвалить, причем искренне.

Еще один важный момент. Есть много разных тренингов по продажам. Сплошь и рядом тренеры учились по книгам, написанным западными авторами, у нас тогда был застой или перестройка, не было понятия «менеджер», «бизнес-тренер». Такие тренеры не учитывают российскую специфику, их тренинги только вредят. Я обычно

у таких горе-тренеров спрашиваю: «А Вы сами что-нибудь продавали?»

Некоторые тренеры предлагают использовать закон «трех ДА»: если в начале разговора клиента вынудить два раза ответить «ДА», то третий раз он ответит «ДА» автоматически. Я эту технику категорически не приемлю.

Продавец всегда должен уметь поставить себя на место клиента, взглянуть на ситуацию его глазами.

Представьте, что Вам звонят и говорят:

– Здравствуйте, это фирма такая-то?

Вы отвечаете:

– Да.

– Вы занимаетесь продажей канцтоваров?

– Да.

– У нас сегодня акция. Вы готовы купить товаров на сто тысяч рублей для получения скидки?

Я бы не ответил «Да». Я бы мягко послал. Еще мне нравятся некоторые агенты примерно с таким текстом: «Здравствуйте. Мы хотим предложить Вам...». Мне без разницы, что вы хотите мне предложить. Вы меня спросите, чего хочу я. И начинаю над таким продавцом прикалываться. А он, бедненький, старается мне «впарить» свой товар. Терпи, браток, тяжела ноша активного продавца.

ГЛАВА СЕДЬМАЯ

Текущие «подвиги»

Сначала я наработывал базу. И пришло то время, когда база начала работать на меня. Я откровенно сбавил обороты, сосредоточился на оставшихся потенциальных клиентах.

Расскажу о нескольких «подвигах» в моих продажах того времени.

После увольнения предыдущего начальника нашего отдела, того, который меня принимал, мне дали одного крупного клиента. Его вел сам начальник отдела, и все держалось на их личной дружбе. С одной стороны, этот клиент был для фирмы золотым: постоянно делал крупные заказы, брал все наши малоходовые позиции, «висяки». Но с другой стороны – ему постоянно требовалось что-то купить в Питере и этим занимался начальник отдела. То машину, то спальный гарнитур, то еще что-то.

Мне такая перспектива не понравилась. Но клиент хороший... Что делать?

Я поступил так: потихоньку саботировал заказы этого клиента. Но взамен ему нашел небольшого клиента в этом же городе и «вырастил» из него крупного. Такой прием я повторял неоднократно.

Еще забавный эпизод из моей работы в этой компании.

Я ненавижу большое количество документов в работе: отчеты, планы, аналитические и служебные записки. В этой фирме бумажной волокиты было через край. Мне как-то в голову пришла идея – мы сегодня занимаемся написанием отчета об отчетности, завтра – затабличиванием

таблиц, послезавтра – планированием планов. Эти выражения мгновенно распространились по всей компании.

Следующий «подвиг».

Был у меня один потенциальный клиент, которому я звонил периодически целый год, постоянно встречались с ним на выставках. И никакого результата. Причем закупщик, как бывает часто, постоянно не успевал проанализировать мои предложения, откладывал ответы на месяц и все в таком духе. Я уже и «откат» предлагал, хотя с «откатами» в частных фирмах я сталкивался редко. Решил идти ва-банк.

Готовясь к очередной выставке, настойчиво приглашаю на стенд коммерческого директора этой компании, то есть начальника того закупщика.

Приходит к нам целая делегация – четыре человека, коммерческий директор и менеджеры, в том числе и мой закупщик. Я не провожу стандартную презентацию (они знают наши бренды и их преимущества), а откровенно жалуюсь на моего закупщика. Что он мне не дает никакого ответа, за месяц у него не нашлось пяти минут времени для анализа моего предложения и все такое. Коммерческий мне отвечает размыто, ни «да», ни «нет». Я иду на риск, тупо задаю вопрос: «Вы хотите заработать на копеечку больше?» Он опять пытается вилить. Я предлагаю определиться и ответить либо «да», либо «нет». И мы либо продолжим переговоры и обсудим условия работы, либо просто попьем пива или коньяка. И при таком раскладе ему, коммерческому, в присутствии менеджеров, ответить можно только «да». То есть я его загнал в тупик, из которого есть только один выход.

Зачет! Он начал с нами работать.

Еще креатив.

После одной из командировок со мной начал работать крупный клиент из одного небольшого, но очень перспективного южного города – он располагался на пересечении транспортных путей оптовых покупателей. Я придумал

следующее: если они делают заказы на определенную сумму, мы дарим менеджерам по продажам ценные подарки. Именно персонально менеджеру. Такой прием практикуется крайне редко, мне никогда ничего не дарили наши поставщики. Премия от руководства – это другое. Я своим приемом еще сделал хороший задел на будущее. Все продажи прежде всего зависят от менеджеров.

Эта идея у меня сработала, результат был неожиданно крупным. И вот, представьте себе картину: приезжает менеджер крупной компании из культурной столицы в провинциальный южный город и дарит мальчикам и девочкам, менеджерам по продажам, телевизор, фотоаппарат, микроволновку и подобные подарки. Все просто обалдели. А мне приятно выразить человеку благодарность за его хороший труд. Я много работал с людьми: сначала в армии с солдатами, потом в техникуме со студентами и знаю про «политику кнута и пряника». Считаю, что «пряников» должно быть гораздо больше, чем «кнутов».

Еще наглый «подвиг».

У нашей компании было много конкурентов. Но один из них был сильнее всех. Имел товар, очень похожий на наш. Производила и наш, и его товар одна китайская компания. Его цены были ниже наших. Это все не особо страшно, переживем. Но он еще и располагался в Москве, что для нас было очень важно.

При оптовых продажах детской канцелярии наступает сезон, перед сентябрем, когда все школьные товары буквально сметают. Товара для всех в нужных количествах не хватает.

В какой-то момент я подумал – а почему бы не позвонить нашему конкуренту, не поинтересоваться, испытывает ли он нехватку товара? И мне повезло, попал в точку. Он сделал нам очень крупные заказы.

Позорный «подвиг».

Не все, конечно, у меня было на пять баллов. Пригласили нас как-то на корпоративный юбилей в один южный

город. После фуршета была более серьезная пьянка в более узком кругу. Там я малость перебрал и, никому не сказав, уехал в гостиницу. Все заволновались: криминальный район, город я не знаю и все такое. Но они меня не знают! Нормально, на автомате доехал до гостиницы и лег спать. Утром, правда, получил свое от начальницы отдела. Было очень стыдно. После этого на корпоративах четко ограничиваю потребление спиртного.

Еще практически ценная идея.

Есть такое понятие, как многоступенчатая прямая продажа. Так продают таймшер, очень сложный предмет продаж. Происходит это примерно так: к Вам, к примеру, на пляже случайно подходит человек, заводит непринужденный разговор и рассказывает, что он отдыхал на другом курорте и описывает его красоты. Когда Вы заинтересовались, он сообщает, что как раз сегодня вечером будет бесплатный фуршет с презентацией именно этого курорта. Вы приходите на презентацию, и там Вас уже «лечит» другой сотрудник и ссылается на следующее мероприятие (концерт, вечеринку), посвященное этому курорту. Там с Вами работает уже третий сотрудник. И так до шестидцати ступеней и разных людей. Последний сотрудник заключает с Вами договор. Причем от первого сотрудника он отличается серьезностью, абсолютным отсутствием лишнего времени на лишние переговоры. Он по умолчанию считает, что Вы уже приняли положительное решение о приобретении таймшера. Короче – вы попали.

Это жесточайший психологический прессинг. Вообще любая активная продажа – это агрессия. А в случае с многоступенчатой продажей создается эффект «должника»: следующий сотрудник с вами встречается после Вашего обещания предыдущему. Обещали прийти на презентацию, обещали встретиться и поговорить, обещали подумать и т. д.

Мы с моей помощницей этот прием опробовали, работает замечательно. Сначала она звонила и добивалась

какого-либо обещания, потом звонил я и интересовался выполнением этого обещания. В таком способе работы с клиентами у нас была еще одна фишка – работа на контрастах. О таком приеме я напишу подробнее в технической части.

А еще мы с моей помощницей использовали одну тонкость – работа на жалости. Это можно проиллюстрировать так: помощница звонила клиенту и говорила, что начальство ее ругает за его просрочки платежей и за то, что от него поступают маленькие заказы. Поверьте, любой мужчина пожалеет девушку, особенно симпатичную с ангельским голоском и, чем сможет, ее защитит, в данном случае оплатит и закажет.

Еще одна моя инновация.

В нашей компании не лимитировалось количество клиентов, были важны суммарные объемы продаж у каждого менеджера. Было территориальное разделение России на четыре части, за каждым менеджером одна часть. У менеджеров было по тридцать – сорок клиентов. Причем разных – мелких, средних и немного крупных. Времени на работу с таким количеством клиентов уходило много. Я, оценив ситуацию, пошел по другому пути – создал себе очень комфортную и маленькую по количеству клиентов базу. Но все мои клиенты были крупными, в сезон они давали в три раза больше объемов, чем у других менеджеров. Более того, я прихватил всеми правдами и неправдами еще и Украину, Беларусь и даже Казахстан, благо в республике СНГ наша компания вообще продавать не предполагала. Побудила меня к созданию такой комфортной базы, как ни странно, моя лень. Я всегда в продажах стремлюсь работать мазками, точечными ударами, но максимально эффективными.

Кстати, даже писать эту книгу мне лень. Может не дописывать этот шедевр? Нет, я ее допишу, впереди много интересного.

А вот прикол на грани фола.

Работал у нас короткое время еще один начальник отдела. Он имел какое-то навороченное образование, пытался внедрить в наши устоявшиеся рабочие стандарты CRM – систему, обожал составлять различные бумаги. Мы его не любили, хотя он и пытался с нами навести мосты.

У него была привычка докапываться до сути, пытаться разобраться в вопросе до конца, до мельчайших деталей.

Нас это бесило.

Начинает спрашивать:

– Бумага какая?

Отвечаешь:

– Белая.

– На сколько процентов?

– Девяносто пять.

– А почему именно девяносто пять?

– Самый оптимальный вариант для офисной техники и зрительного восприятия.

– А почему самый оптимальный вариант?

И так до бесконечности. Создавалось впечатление, что вопросы задаются ради вопросов. В таком же стиле, как у нас таблицы затабличивались и планы планировались. Надоело всем ему отвечать, а куда деваться? Он же начальник. Говорит какую-то заумную мутную муть, а генеральному нравится.

Начал я искать варианты ответов на его вопросы. И нашел один универсальный, на все случаи жизни! Догадаетесь, какой?

«НЕ ЗНАЮ!» Все гениальное просто.

Потом наши диалоги проходили так.

Он спрашивает:

– Какие скидки имеет такой-то клиент?

Я отвечаю:

– Десять процентов.

Он:

- Почему именно десять?
- НЕ ЗНАЮ.

Он опешил. Как, менеджер не знает все о своем клиенте?! Спрашивает меня:

- А почему не знаете?

Отвечаю твердо, как на допросе:

- НЕ ЗНАЮ!

После такой удачной находки мои попытки прекратились. А потом он уволился. Не совсем красиво, кстати.

Личное

Предложение Ленке

Предложение Ленке я сделал, преклонив одно колено, как положено, на улице, не обращая внимания на толпу.

Но здесь я пролетел. Не зачет...

Она была пока замужем. К тому же ее муж работал в нашей компании какое-то время, и мы знали друг друга. Правда, иногда она называла мужа моим именем, а я свою жену пару раз назвал Леной, так уж получилось. И все всё понимали. Подружки Лены были за меня и, когда немного выпивали, советовали ей быть со мной. А как иначе: я же звезда стриптиза, лучший менеджер компании, поэт и все такое.

Техническое

Технология продаж, пункт третий

Держитесь, братцы и сестры продающие! Эта глава будет длинной, подробной и нудной. Так надо.

Аргументация... Это даже не песня, это сказка. Редко, но бывает, когда ты слушаешь аргументацию грамотного

менеджера – просто расплываешься и засыпаешь. Тебя обволакивает его (а лучше ее) голос, его тембр, интонация, паузы в нужных местах. Мне даже говорили, что есть нечто гипнотическое в грамотной аргументации. И это так. Постарайтесь сделать аргументацию в высшей степени профессиональной, и Вы это увидите.

Но это лирика, перейдем к делу.

Аргументация, по сути, является подтверждением того, что ваш товар удовлетворяет именно те потребности, которые имеет клиент в данный момент.

Сразу остановлюсь на важном примечании: плохой продавец продает товар, а хороший – его свойства. То есть его выгоды.

Пример: плохой продавец продает телевизор и рассказывает о его доступной цене, малых размерах, красивом дизайне и т. д. Хороший продавец продает ВОЗМОЖНОСТЬ сэкономить при покупке именно этого телевизора; ВОЗМОЖНОСТЬ оставить больше свободного места в доме, так как телевизор компактный; ВОЗМОЖНОСТЬ внести изюминку в интерьер комнаты телевизором оригинального дизайна.

Эти несколько строк являются КЛЮЧЕВЫМ моментом продаж, прочитайте их еще раз, не ленитесь.

На своих тренингах я обычно предлагаю придумать пару аргументов для подтверждения каждой из пяти потребностей на основе любого товара или предмета. Хорошим примером у меня является продажа зажигалки ZIPPO. Я его опишу подробнее. Для некурящих и не знающих поясню: зажигалка ZIPPO создана в Америке в 1932 году, очень надежная, достаточно дорогая, заправляется бензином, имеет пожизненную гарантию, загорается уверенно на ветру, имеет металлический корпус.

Итак, даю задание менеджерам придумать аргументы на все потребности, то есть убедить клиента, что она экономична, безопасна, удовлетворяет физические потребности, комфортна и подчеркивает имидж.

Менеджеры сразу впадают в ступор. Я имею в виду новичков, таким зубрам, как я, такие задачки даже как-то стыдно задавать.

Давайте разберемся с аргументами в этом случае.

Экономическая потребность.

Цена самой недорогой Zippo примерно шестьсот рублей. Казалось бы, как она может удовлетворить экономическую потребность? Я сравниваю Zippo с дешевыми китайскими зажигалками за пять рублей. Если посчитать, то лет за пять Zippo себя окупит, так как за это время на дешевые разовые зажигалки вы потратите больше денег. Добавьте сюда время, затраченное на покупку дешевых зажигалок. С экономической потребностью разобрались.

Физическая потребность.

У курильщика курение превращается в физическую потребность. То есть зажигалка зажигает сигарету, здесь все понятно.

Потребность комфорта.

Zippo действительно уверенно зажигается и горит на ветру, что очень удобно – не надо заходить за угол или прятать зажигалку от ветра в руках. Помимо того, она очень удобно сидит в руке, удобна ее крышка, удобен механизм подачи искры. Сюда же можно отнести ее надежность и пожизненную гарантию.

Потребность безопасности.

Зажигалка никогда не взорвется, если ее оставить на солнце, в отличие от газовых зажигалок. Из нее не вытечет бензин. Ее корпус никогда не треснет в отличие от пластиковых зажигалок.

Имиджевая потребность.

Когда видишь мужчину или женщину с зажигалкой Zippo, понимаешь, что они не покупают самые дешевые вещи, то есть не бедные, принадлежат к определенному классу.

Я привел аргументацию в сравнении с определенным предметом, брендом, используя принцип относительно-

сти. Причем, не нарушая негласного закона: при сравнении с другим брендом нельзя «ругать и обзывать» этот бренд.

Опишу один показательный случай, который был на одном из слабых тренингов, которые нам периодически устраивали за счет компании.

Один из наших сотрудников попросил тренера аргументировать имиджевую потребность самой дешевой шариковой ручки. Тренер потерялся. Я пришел ему на помощь, предложив привезти эту ручку клиенту на «Линкольне» (дорогой престижный автомобиль). Или, к примеру, упаковать эту ручку в достойную коробочку с логотипом компании. Конечно, здесь я утрирую, но реальных вариантов много. В каждом конкретном случае, немного подготовившись, можно найти их с десятков.

Для того, чтобы уметь приводить нужные и убедительные аргументы, прежде всего необходима постоянная тренировка. Берете первый попавшийся предмет и придумываете по два аргумента на каждую потребность. Если Вы устали читать эту главу, можете заняться такой тренировкой в качестве разминки для ума. Лично для меня это увлекательно.

А аргументы для Вашей тренировки такие:

- чем больше Вы будете тренироваться, тем профессиональнее будете продавать и больше зарабатывать (экономическая потребность);

- чем больше Вы будете тренироваться, тем вкуснее будете кушать, потому что больше будете зарабатывать и сможете себе позволить посещать лучшие рестораны. И секса у Вас будет больше, если захотите (физическая потребность). С темой секса я стараюсь быть осторожной, в конце главы объясню, почему;

- чем больше Вы будете тренироваться, тем комфортнее Вам будет вести переговоры с клиентами, Вам не надо будет брать паузу и обдумывать ответ. Все начнет получаться «на автомате» (потребность комфорта);

– чем больше Вы будете тренироваться, тем безопасней Вы будете себя чувствовать в любом коллективе и в любой компании: Вас никогда не уволят (потребность безопасности);

– чем больше вы будете тренироваться, тем больше Вы будете зарабатывать, Вас будут больше уважать, брать с Вас пример. Купите себе престижную машину, дом и все такое (имиджевая потребность).

Это я немного размялся.

Как обещал, в конце главы про секс и подобные темы в работе с клиентом. Был у нас один прикол.

Работала в городском отделе нашей компании одна женщина. Классный менеджер, оптимистка, заводила. Звонит она периодически одному потенциальному клиенту. На том конце провода – мужчина. Ее задача – сделать его постоянным клиентом компании. Долгое время результата нет. Его главная «отмазка» такая – у него есть надежный поставщик подобного товара, его все устраивает. И в один прекрасный момент наша женщина – менеджер ему предлагает: «Измените своему поставщику и почувствуете новые ощущения. Жене же наверняка изменили? Наверное, было приятно?» Он посмеялся и сдался, начал с ней работать. Видимо она попала в точку. Этим опытом она поделилась на какой-то вечеринке с нашими менеджерами. Один наш менеджер – мужчина решил этот опыт повторить в подобной ситуации. Только у него интересы потенциального партнера представляла женщина. И когда он ей сказал об измене мужу... Она его послала очень далеко! И надолго.

ГЛАВА ВОСЬМАЯ

Первое падение

Я продолжал работать, не особо напрягаясь. Затабличивал таблицы, планировал планы, отчитывался об отчетах, в перерывах занимаясь продажами и общением с клиентами. У меня все получалось, постоянно присутствовал кураж, некая эйфория от успехов.

Но перспектив карьерного роста в компании не предвиделось. Начальником отдела я стать не мог. Там требовался другой опыт. Да я особо и не хотел. Какой-то другой должности пока не придумали.

В то время только становились популярными компактные цифровые фотоаппараты. Я купил себе такой в кредит. Получал я для менеджеров подобных компаний очень неплохо. Только копить я не умею, что есть – то есть. Это – одна из моих ошибок. Учиться на моих ошибках.

Как-то, заигрывая со своей помощницей, допуская некоторые вольности, попался я за этим занятием на глаза своей начальнице отдела. И она на мне оторвалась. То ли женская зависть, то ли мы ее уже достали. Хотя я действительно переступил черту корректного поведения на работе. И после этого меня посетила мысль открыть свою рекламную фотостудию.

Проработав в компании три с половиной года, я принял решение уволиться. Думал, что сейчас быстренько найду деньги, открою фирму, быстренько разбогатею, женюсь и т. д.

Наивный!!!

Начал я ходить к знакомым и незнакомым, искать деньги. Никакого бизнес-плана у меня не было, залога

для получения кредита тоже. Деньги, естественно, быстро кончились. Через какое-то время я одумался и начал искать новую работу.

Я мог пойти в любую канцелярскую фирму, взяли бы с руками и ногами. Но я не хотел. Многие фирмы с охотой принимают менеджеров «со своей клиентской базой». Что это значит? Это значит, что менеджер эту базу наработал в другой компании и фактически ее украл. Если он вор, то почему некоторые руководители считают, что менеджер «со своей клиентской базой» не уйдет потом в другую компанию со своей еще большей клиентской базой? Или я чего-то не понимаю?

Составил резюме уже более привлекательное, чем первое. И начал его рассылать. Пока искал работу, опять приходилось искать способы ежедневных заработков. У жены тогда тоже не было работы. Ходили мы с ней на овощную базу. Я работал грузчиком, она – сортировщицей. Если кто-то был в моей шкуре, поймет. Во-первых, работа физически тяжелая, грязная. Во-вторых, заработок копеечный. В-третьих, самое плохое отношение тех собственников, которые тебя нанимают. В основном, это приезжие с Кавказа. И когда европеец нанимается к ним на тяжелую и грязную работу, они себя показывают, мягко выражаясь, не самыми заботливыми о сотрудниках руководителями. Относятся как к рабам.

Эти ежедневные двести рублей были для меня очень ценными.

Личное

Жена иногда бывает полезной

Как вы понимаете, личная жизнь зависит от финансовой стабильности очень сильно. А с моими поворотами...

Опять все плохо. Хотя морально жена меня тогда поддерживала, врать не буду.

Техническое

Подготовка к продажам

Здесь уместно поднять тему подготовки к продажам.

Вся подготовка к продажам сводится к подготовке аргументации. В идеале, при хорошей подготовке, у клиента не должно возникнуть возражений на Ваше предложение.

Подготовку к продажам можно разделить на следующие составляющие:

- изучение ассортимента,
- определение круга потенциальных клиентов,
- анализ рынка и конкурентов,
- ознакомление с конкретным потенциальным клиентом.

Изучение ассортимента.

На новом месте каждый менеджер начинает с этого. Обычно используемые инструменты – каталог, технические описания, прайсы. Смысл изучения ассортимента – понять, какие выгоды имеет товар на основе его свойств. Например, светодиодная лампочка имеет свойство низкого потребления электроэнергии, а выгоду – экономичность. Не мешает знать максимально полные характеристики товара, но иногда того огромностраничного каталога с описанием технических характеристик не требуется, нужны только базовые знания отдельных свойств. Или наоборот, встречаются такие вопросы от клиентов, ответа на которые в вашем каталоге нет. Я при этом беру паузу, дополнительно изучаю вопрос и отвечаю клиенту при следующем разговоре.

Определение круга потенциальных клиентов.

Немного забегаая вперед, прокомментирую это на собственном примере. В одной из компаний мне довелось продавать ножи, в том числе и перочинные. Клиентами компании были крупные региональные компании – перепродавцы. Но я придумал продавать перочинные ножи в магазинчиках на автозаправках. Компания получила абсолютно новый сегмент рынка. Это яркий пример того, что определение круга потенциальных клиентов может сыграть очень важную роль в работе менеджера и коренным образом повлиять на объемы продаж компании.

Анализ рынка и конкурентов.

Это важная и большая работа, если Вы приходите на новое место. Мне как-то не доводилось получать эти сведения при подготовке к самостоятельной работе на новом месте. В лучшем случае, мне давались краткие данные о рынке и конкурентах, более детальные сведения приходилось искать самостоятельно. Способов изучения конкурентов много, например, «разведка боем». Когда надо узнать цены у конкурента, считаю корректным сделать запрос от лица, якобы потенциального клиента. Или еще пример: если на сайте конкурента есть раздел «Наши клиенты», я всегда в этот раздел захожу и пытаюсь переманить клиентов конкурента. Что поделаешь, бизнес, продажи – это борьба.

Ознакомление с конкретным потенциальным клиентом.

Не буду описывать азбучные истины, коснусь только собственного опыта. В оптовых продажах сейчас изучить клиента проще простого – зайти на его сайт. На сайте я «гуляю» основательно – захожу в те разделы, по которым можно сделать выводы. Причем выводы я делаю по мельчайшим деталям. Например, захожу в раздел «Новости», последняя новость датирована пятилетним сроком давности. Вывод: либо компания ничего нового не анонсировала, либо сайт никто не администрирует, либо вообще

компания «приказала долго жить». Еще пример, захожу в раздел «вакансии», вижу объявление о приеме на работу техника – технолога по теме, которой ранее компания не занималась. Вывод: компания планирует эту новую тему выводить на рынок.

Что касается выводов, то я всегда их делаю. Я по психотипу – дискрет. О психотипах людей применительно к продажам я напишу в отдельной технической главе.

ГЛАВА ДЕВЯТАЯ

С дуру можно и...

В итоге, после двухмесячных поисков и мытарств, работу я нашел. Взяли меня менеджером по продажам офисной мебели. Я понятия не имел о специфике этого бизнеса.

При собеседовании мне красочно описали преимущества этой мебельной компании и ассортимента. Я наивный поверил, что только они предоставляют услугу дизайнера мебели бесплатно. Эта услуга заключалась в компьютерной компоновке мебели в помещениях офиса. Эту услугу, на самом деле, делают все бесплатно и не напрягаясь. Про ассортимент мне рассказали, что он лучший в городе и цены самые низкие. Оклад пообещали небольшой, но огромный процент с продаж. Короче, по полной программе мне «впарили» эту вакансию, молодцы!

Пришел на работу. Выделили мне рабочее место, дали справочник «Желтые страницы» и вперед. Начал я обзванивать какие попало фирмы и предлагать им офисную мебель. Делал по двести звонков в день, результат – нулевой. Все видели мое стремление, энергию, опыт общения. Заплатили мне через месяц меньше, чем обещали. Но я и этому был рад. Пробовал поменять тактику поиска клиентов – ходил по городу пешком и искал строящиеся офисные здания. Находил, узнавал владельца. Но когда выходил на решающих людей, оказывалось, что все поставщики офисной мебели уже были определены. Как обычно все было заранее куплено, откаты получены и все такое.

В итоге, после второго месяца меня не полностью рассчитали и вежливо попросили освободить их горячую вакансию для очередного наивного менеджера.

По этому опыту я понял, что активно продавать мебель – это глупость. Мебель покупают на длительный срок. И найти тех, кому она нужна, практически невозможно. За исключением поиска снабженцев крупных быстрорастущих компаний. Там вероятность есть, но такие варианты требуют личных знакомств, откатов и т. д. Лучше уж продавать расходный товар, например, ту же канцелярию: когда закончит писать ручка, у Вас купят еще одну. А мебель... Очередной заказ от одного клиента следует ждать при открытии следующего офиса или филиала. Много ли таких, дикорастущих? Для себя я решил, что активная продажа мебели сродни активной продаже мест на кладбище.

Личное

Никакого личного

Когда опять оказываешься у разбитого корыта, в личном плане тоже пустота. С девчонками знакомиться не с руки. По самому скромному варианту нужно пригласить девушку в кафе. А денег нет. Поэтому все соблазнительные варианты откладывались до лучших времен. Выдержки мне не занимать, она у меня железобетонная. Нет, кевларовая (кевлар – пуленепробиваемый материал, используемый в бронезилетах).

Техническое

Составление коммерческого предложения

Умение составлять коммерческое предложение – это, фактически, умение продавать. При его отправке у Вас

есть ограничения: нет возможности рассказать подробно о Вашем товаре или услуге, нет возможности наблюдать реакцию клиента и подстраиваться под него и т. д. Часто приходится отправлять коммерческие предложения без предварительного контакта с человеком, принимающим решения. То есть он читает только Ваше предложение и не слушает Ваших аргументов, его возражения остаются при нем.

Самое первое правило – предложение должно быть написано элементарно грамотно, без орфографических ошибок. Я не ленюсь составить шаблон предложения, проверяю его тщательно и неоднократно, хотя бы в MS Word. Иногда читаешь чужие коммерческие предложения и с первых строк понимаешь, что менеджер просто не уделил внимания проверке орфографии своего суперпредложения. Я лично перекладываю это на себя. То есть менеджер не уделил минимального внимания мне лично, моим потребностям прочитав его послание комфортно, без ошибок. Буду ли я читать его до конца и открывать прикрепленный файл? Вряд ли. А что читает потенциальный клиент в первую очередь? Правильно, пояснительную записку (см. Главу первую. Техническое.) Кстати, Ваше резюме – это коммерческое предложение себя, любимого.

Лично я всегда избегаю писать предложения в таком стиле:

«Здравствуйте.

Наша компания работает на рынке оказания юридических услуг более десяти лет. За это время нашими клиентами стали крупнейшие предприятия североурюпинской области». И далее в таком же ключе.

Кого волнует, сколько ваша компания работает на рынке и какие у нее были клиенты? Может быть, потом, когда клиент готов будет принять решение, он посмотрит ваше портфолио, получит рекомендации от других клиентов.

В коммерческом предложении нужно заложить весь скелет технологии продаж.

На всякий случай напоминаю:

1. Вход в контакт.
2. Выяснение потребностей.
3. Аргументация.
4. Преодоление возражений.
5. Выход из контакта.

Разберем подробнее. Как добиться максимально эффективного входа в контакт? Да элементарно, примерно так:

«Иван Петрович, здравствуйте.

Если ваша компания заинтересована в получении более комфортных условий поставок сырья для производства металлоизделий, предлагаю ознакомиться с нашим предложением (в прикрепленном файле).

Задать вопросы Вы можете по телефону +7 233 322 2233 или по электронной почте: 885344@mail.ru

Буду признателен за ответ на предложение.

С уважением, руководитель направления Дмитрий Епифан.

ООО «Рога и копыта».

Поставка сырья для производства металлоизделий.

www.roga-i-kopita.com».

ООО «РМТ» ИНН 78989905 КПП 5657801	195112, г. Санкт-Петербург, ул. Магнитогорская д.817А т. +7(812) 223-22-33 ф. +7(812) 332-33-22 моб. +7-952-223-22-33	Епифан Дмитрий Юрьевич
---	---	---------------------------------------

Расход материала (Система Декот-XXI) при использовании в качестве облицовки плиты Керамогранит 600*600мм.

Материал - НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ AISI 430

Введите S фасада

Примерный расход при площади фасада S=		1	кв.м.			
Плита	Цвет	ед. изм.	Цена, рубли	Кэф. расх.	Кол-во	Сумма
Плита фасадная Керамогранит 600*600 мм.		кв.м.	0,00	1,15	1,15	0,00р.
горизонтально-вертикальная система						
Кронштейн 2*50*150*50 мм.	-	шт.	28,90	3,50	3,50	101,15р.
Прокладка паронитовая 50*50 мм.	-	шт.	3,30	3,50	3,50	11,55р.
Дюбель с болтом 10x100	-	шт.	18,00	3,50	3,50	63,00р.
Горизонтальный Г-профиль 1,2x40x40 мм.	-	пм.	91,80	2,00	2,00	183,60р.
Вертикальная П-обр. стойка 1,2x20x20x 60 мм	-	пм.	157,00	1,60	1,60	251,20р.
Вертикальная Z-обр. стойка 1,2x20x20x40 мм	-	пм.	91,80	1,35	1,35	123,93р.
Закленка Нерж. сталь 4*8,0 мм.	-	шт.	2,50	24,00	24,00	60,00р.
Кляммер Рядовой нерж.	Ral	шт.	16,50	2,90	2,90	47,85р.
Кляммер Стартовый нерж.	Ral	шт.	14,00	2,50	2,50	35,00р.
Стоимость эл-тов в рублях:					877,28р.	877,28р.
					за метр кв.	за фасад

Я стараюсь избегать обезличенных предложений. Всегда можно узнать у той же секретарши, для кого отправить предложение. Если она не знает, кто в отделе закупок решает мои вопросы, то я отправляю письмо с пометкой в теме письма: «Для Ирины», именно для этой секретарши. Потом звоню и спрашиваю о моем предложении именно ее – передала ли, кому передала и вообще не ушло ли оно в мусорный ящик.

Теперь про выяснение потребностей. Через отправку предложения их не выяснишь, здесь можно только предполагать.

Я предполагаю, прежде всего, что у клиента есть потребность комфорта при изучении Вашего предложения. Логично?

Общие принципы составления коммерческого предложения – краткость, информативность, отсутствие «воды», наличие ссылок на ресурсы для более детального ознакомления с Вашим товаром или услугой. Еще немаловажно – удобство работы с Вашим предложением. Пример: если предложение должно быть положено на стол решающему сотруднику в распечатанном виде, я стараюсь, чтобы по объему оно не превышало одного листа. Перед отправкой распечатываю его у себя в офисе и смотрю, удобна ли для восприятия печатная форма. Если файл может быть использован клиентом для расчетов, то делаю простую табличку в EXCEL, подчищаю все лишние формулы, скрытые строки, делаю примечания для удобства работы с файлом, чтобы клиенту осталось для расчета только ввести исходные данные. С таким подходом клиент обязательно оценит Ваш профессионализм. Порой даже экономическая потребность отходит на второй план, если клиенту удобно работать с Вашим предложением.

Пример вложенного в коммерческое предложение файла.

Все предельно просто, информативно и удобно.

Есть менеджеры, которые просто рассылают предложения, не заботясь о его дальнейшей судьбе. В каком-то бизнесе это возможно. Но я всегда стараюсь отследить прохождение предложения до решающего человека и узнать реакцию на него.

Предлагаю Вам провести небольшой эксперимент – проанализируйте с точки зрения вышеописанного свои ранние коммерческие предложения. Есть желание что-то подкорректировать?

ГЛАВА ДЕСЯТАЯ

Продажи на колесах

Оказавшись без работы опять надо было искать ежедневные заработки.

Как-то я прочитал в газете объявление о приеме на работу продавцов в электричках. Оно привлекло меня обещанием ежедневных выплат.

Я много раз видел этих ребят, продающих всякую лабуду в электричках. Обычно это происходило так: заходил в вагон продавец с сумкой, набитой этой лабудой, и произносил примерно такой монолог: «Здравствуйте, уважаемые пассажиры. Сегодня мы хотим предложить Вам универсальные ножи для чистки овощей. Лезвие ножа сделано из нержавеющей стали и не требует заточки. Нож легко чистит картошку, морковь, шинкует капусту...» и далее в таком же ключе. Если это было возможно, демонстрировали свой товар в действии: открывали зонтики, включали фонарики, чистили ножами картошку и т. д. В конце длинного монолога обязательно говорили, что цена этого товара всего столько-то рублей. Проходили по вагону, редко что-то продавали.

Отношение пассажиров к этим людям по умолчанию отрицательное. Оно и понятно – едешь себе спокойно, разгадываешь кроссворд или читаешь интересную книгу, а тебе навязчиво предлагают купить ненужные вещи. Причем эти торговцы шли потоком, один за другим.

Я всегда прислушивался к этим монологам – презентациям. Эти монологи – бесплатное обучение продажам.

Я анализировал, что в них меня коробит. Во-первых, «Мы хотим предложить Вам». Опять «МЫ ХОТИМ!»! Да

мне наплевать, что хотите Вы. У меня есть свои желания, Вы у меня не спрашиваете и не даете мне их высказать. Во – вторых, эта фраза «по цене ВСЕГО столько-то рублей». Почему «ВСЕГО»? Может для меня это «...по цене АЖ столько-то рублей».

Но продавцы все-таки что-то продавали, сколько-то зарабатывали. И ежедневные выплаты!

Пришел я на собеседование в одну из контор, которая занималась торговлей в электричках. Склад в подвале привокзального здания. Горы безделушек. Офис состоит из старого стола и замазанного стула. Поговорили со мной, записали паспортные данные, чтобы найти, если я вдруг вздумаю слинять с дорогушим и необходимейшим товаром. Назначили для моего обучения одного из продавцов.

Начали мы выбирать товар и набивать сумки. Было там все: ручки, фонарики, терки, лейкопластырь, корзины, игрушки и еще множество всякой мелочевки. Я взял примерно такой же набор, как и мой наставник. Пошли работать. Обучение заключалось в моем присутствии при презентациях моего наставника в течение получаса. Ну, послушал я, что-то запомнил. И вышел на самостоятельную работу.

Хочу сказать, что для офисных менеджеров будет очень серьезным испытанием продажи в электричках. Я бы посоветовал руководителям такие испытания проводить периодически. Не прошли бы это испытание процентов девяносто менеджеров, а успешно продавали бы процента три от всего менеджерско-продающего состава. Самое главное в таких продажах – это страх. Страшно выступать перед толпой, которая по умолчанию тебя ненавидит. А иногда тебя откровенно посылают. Да к тому же надо выступать каждые пять минут.

Но я, с верой в свои исключительные способности, начал действовать. Сначала использовал стандартное: «Здравствуйте, уважаемые пассажиры... Мы хотим предложить...»

и далее по тексту. За час продал какую-то мелочь. Заработал рублей пять. Лиха беда начало!

И тут, в один из заходов, я продал корзину! Ура!

Объясню свое ликование. В моем ассортименте были всякие дешевые вещи, которые стоили десять – двадцать рублей. От продаж этой мелочевки мне оставалось двадцать процентов, всего два – четыре рубля. А корзина была самой дорогой и стоила сто рублей, соответственно мне от продажи оставалось аж двадцать рублей! Корзина представляла собой обтянутый материалом проволочный каркас, который еще и компактно складывался легким движением рук. В корзинах предполагалось хранение белья. Корзины привлекали внимание яркими цветами и большим объемом в раскрытом положении, как воздушные шары.

Я рассчитался с работодателем за проданный товар, получил свои проценты. На следующий день я решил продавать только корзины. Кроме меня, до такого «эксклюзива» не додумался ни один продавец!

Теперь предстояло обдумать текст презентации.

Отличие такой презентации от презентации менеджера оптовой компании в том, что здесь у меня есть только одна попытка. Торгуя канцелярией, можно позвонить двадцать раз и каждый раз менять текст и смотреть, какой из вариантов клиента цепляет больше всего.

Я придумал примерно следующую основу, «скелет» презентации: «Уважаемые пассажиры, здравствуйте. Если Вы хотите дополнительный комфорт в доме, обратите внимание на эти корзины. В них компактно можно хранить белье, детские игрушки и другие домашние вещи. В сложенном состоянии корзины занимают мало места, положите их на полочку после использования. Если Вы хотите приучить ребенка к порядку, дайте ему несколько разноцветных корзин для игрушек. Ребенок будет приучаться к порядку играючи. Цена этой корзины сто рублей, а при приобретении двух корзин в качестве подарка Вы получа-

ете журнал с кроссвордами». То есть я аргументировал, прежде всего, потребность комфорта.

Набрал я корзин штук двадцать и пошел в массы.

Мне нужно было продавать сначала в электричке, следовавшей от Питера в область. Проехав несколько станций, я пересаживался на электричку, которая шла обратно в город. Количество станций и места пересадок я выбирал сам. За проезд такие продавцы, как я, не платили. Кто уж кому дал бабла за такую роскошь, я не знаю. У меня был фирменный бейджик, контролеры меня не трогали.

Начал я в перерывах между презентациями других торговцев продавать свои корзины. Сначала мне не везло, несколько раз скатался впустую. Потом продал пару корзин, причем в электричке, ехавшей в сторону города. Здесь меня посетила мысль: когда человек едет домой, то ему близка тема дома, уюта, комфорта. А если он едет на дачу или на пикник, то он и не думает о домашнем комфорте. Я присмотрелся к пассажирам, ехавшим в сторону области. Некоторые держали в руках пустые корзины для грибов.

И тут меня осенило, вот оно!

Нужно в направлении области продавать корзину для грибов, а в направлении к городу – корзину для белья! Гениально!

Дело пошло. Я поймал кураж, фактически продавал уже не только комфорт, но и счастливые семейные отношения. На ходу импровизируя, выдавал примерно такую легенду: аккуратная жена, складывающая белье и приучающая к порядку малышей, обративший на это внимание муж, большее уважение и любовь в семье. Причем получалось все так складно, что в вагоне мне несколько раз делали комплименты, ставили «зачет и респект» как продавцу. Что вообще немислимо!

При таком раскладе можно было увеличить цену на «такой ходовой товар», что я и сделал.

Так я какое-то время ездил и прикалывался в электричках. Деньги зашибал невеликие, но на еду хватало.

Личное

Знакомство по ходу

Познакомился с другими путешествующими в электричках продавцами. Раньше я считал, что в такие продажи все идут по великой нужде. Мне казалось, что все торговцы в электричках – бедные и замученные жизнью люди, пришедшие к самому крайнему способу заработка. Оказалось, что это совсем не так. Много было среди них веселых, свободных и обаятельных ребят, которые работали в свое удовольствие, ни от кого не зависели. Работали, когда хотели. Витал какой-то особый дух приключений и свободы. Ни тебе установленного рабочего времени, ни отчетов, ни начальников! Красота!

С одной женщиной я как-то сблизился. Просто по-дружески болтали, пока ждали очередную электричку. Она работала давно, не особо напрягаясь. Общаться с ней было легко и приятно.

Техническое

Преодоление страха

Очень часто я встречал менеджеров, которые пытаются активно продавать, переступая через себя, напряженно, без импровизаций, скучно, без куража. Причина этого, прежде всего, в неумении преодолеть страх отказа.

На эту тему написано много рецептов. Я расскажу о своем способе.

Я считаю, что тот, кто говорит, что ничего не боится, – врет. Есть хорошая пословица: «Ничего не боятся либо дураки, либо сумасшедшие».

Я многого боюсь. Очень страшно было первый раз прыгать с вышки в воду, погладить бродячую собаку, вы-

ступать в электричках с презентацией. Но я смог эти страхи преодолеть. В продажах я давно научился это делать.

Если меня послали – я перекладываю этот провал на свой непрофессионализм. Не на себя, как на личность, а на свои умения, опыт. Если меня посылают, значит я не смог заинтересовать, привлечь внимание. Не хватает опыта.

Так набирайтесь его, этого опыта. Это попытки, попытки и еще раз попытки. Проанализируйте отказы, скорректируйте свое предложение и пробуйте.

Хороший способ этому учиться на тренингах. Нормальный тренер сразу задает присутствующим некий расслабляющий тонус. Самое важное в тренинге – это то, что здесь Вас никто не поругает за ошибки, не лишит премии. Наоборот, Вам помогут, подскажут. Ошибайтесь, Вам за это ничего не будет! Повторюсь – это самое главное отличие игровых продаж на тренинге от обычных рабочих продаж.

Если Вам это поможет, представьте себе, что продажи – это тренинг. Даже если Вас пошлют, то не побьют же. Пробуйте, не бойтесь. Есть еще один способ – позвоните не вашему потенциальному клиенту и сказать: «Здравствуйте, меня зовут так-то, я тренируюсь преодолевать страх отказа клиента. Откажите мне сейчас как можно жестче, чтобы я хорошенько потренировался...»

Есть еще один момент: иногда так не хочется начинать ежедневную серию звонков. Но когда втянешься, поймашь кураж, начнешь шутить с потенциальными клиентами, нудный обзвон превращается в игру.

Кстати, про то, как я погладил бродячую собаку.

Познакомился я с одним мужиком. Он давно служил в армии в Хабаровском крае. Как-то ехал на машине по тайге, захотел по нужде, остановил машину, отошел от дороги в лес. И в самый ненужный момент на него вышел настоящий амурский тигр. Морда огромная, глаза желтые, движения спокойные, уверенные, с лендой. Мой знакомый оставил автомат у машины, бежать за ним не стал.

Просто протянул руку и погладил тигра по голове. Тигр посмотрел на него желтыми глазами, повернулся и ушел.

Вот это мужество!

После этого я нашел собаку и погладил ее. Для меня это подвиг!

ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ

Кто ищет – тот найдет

Нашел я очередную работу менеджером по продаже услуг окраски ДВП. Для тех, кто не знает: тыльные стенки мебели делаются обычно из окрашенного ДВП. Также окрашенное ДВП широко применяется в облицовках бытовок, жилых вагончиков.

Начал искать клиентов. Звонки, звонки, звонки.

Обстановка в этой фирме была просто идиотская в плане документооборота, «документооборотный маразм». На одну бумагу требовалось две подтверждающие бумаги, на две подтверждающие – четыре разрешительные и уточняющие. Как такой бред можно было придумать?

Менеджеры, работающие в компании давно, смирились с таким положением дел и ни к чему особо не стремились. Зарплата менеджера не имела процентной части. Когда я нашел эту работу, считал твердый оклад элементом надежности и стабильности. Я никогда не работал с твердым окладом, не зависящим от результатов работы. Но вскоре мне это нравится перестало. После одной командировки я увеличил объем продаж всей компании на тридцать процентов, зарплату мне повысили на десять процентов. Не понятно. Поговорил с руководством о процентах. Откровенно высказал, что не могу оценить свои достижения и свою работу как специалиста, получая фиксированный оклад. Руководители видели, что в отношении меня надо было вводить процентную часть, но это бы привело к изменению условий оплаты всех менеджеров. А к этому они были не готовы.

Я начал подрабатывать в этой же фирме вечерами. После основной менеджерской работы переодевался и работал на складе – распиливал ДВП.

Но фиксированный оклад мне нравился все меньше и меньше. Еще напрягало откровенное хамство некоторых «ценных» сотрудников. Доходило до того, что их откровенно посылали клиенты!

Я принял решение уволиться. Мне предложили повышение зарплаты, но в корне условия не менялись. Я уволился.

Быстро нашел другую работу, связанную с продажей рабочей одежды, работал там месяц без оплаты. Начал попутно искать другую работу.

И тут в газете мне попалось интересное объявление. Вот его полный текст: «Тому, кто считает себя СУПЕРРЕГИОНАЛЬНЫМ менеджером, звонить по телефону тако-му-то, спросить того-то. Продажа котлов шведской марки СТС».

Вот это меня зацепило: это же специально для меня!

Звоню и говорю, что считаю себя суперрегиональным менеджером и готов это аргументированно доказать. Мне предлагают отправить резюме. Я спрашиваю о комфортных сроках для рассмотрения и прошу разрешения позвонить для уточнения результатов. Все, как положено в суперпродажах.

Резюме у меня тогда было составлено грамотно. Я с ним мог устроиться в любую фирму, если не было требований специальных знаний и возрастных критериев. И меня абсолютно не смущала тема продажи котлов. Хорошему продавцу без разницы, что продавать.

В оговоренный день делаю контрольный звонок и получаю приглашение на собеседование. В итоге, после собеседования меня берут. Обещают приличный оклад и приличный процент с продаж.

Личное

Тишина

В личном плане полная тишина. Пока стабильной работы нет, о личном как-то и не думается. Кстати, когда я приходил на собеседование в качестве суперрегионального менеджера, одет я был не супер, достаточно скромно.

Техническое

Предел дозволенного

Здесь уместно поговорить о пределах самому себе разрешаемых поступков. Что я имею в виду, поясню реальным примером из одного тренинга.

На среднего пошиба тренинге, который нам устраивала компания, зашла речь о том, насколько может позволить себе каждый сделать то, что, казалось бы, неприемлемо. Одному парню предложили просто громко крикнуть. Он боится. Я, конечно же, заорал в это время во все горло.

Иногда кажется, что такой-то клиент никогда не будет нашим. Что он слишком крут. И не нужно пытаться.

А если попробовать? А вдруг? Это как раз из того, что ты сам себе можешь позволить применительно к продажам.

ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ

КОТЛЫ



Раньше я никогда не связывался с котлами. Для несведущих поясню: котлы предназначены для обогрева домов, коттеджей.

Сначала я продавал котлы в регионы. Это было очень трудным делом, так как котлы без сервиса вообще не продаются. Но я продал один котел за месяц, что было обнадеживающим фактом.

После первого месяца нас с девочкой-менеджером перевели работать в демонстрационный зал на розничные продажи. Девочка-менеджер сразу ушла, она не смогла продавать котлы в демонстрационном зале. Я остался.

Демонстрационный зал спроектировали грамотно. Один котел был рабочим. Мы демонстрировали клиентам его в действии, что выгодно отличало нашу компанию от конкурентов.

Формат продаж предполагал не активные продажи, люди сами приходили, звонить и искать клиентов не требовалось. Благодать!

Руководил отделом опытный продавец. Он меня многому учил. Например, показал, как можно водить клиента за собой по пятам. В техническом разделе этот момент я опишу подробнее. Еще он умел показать себя простым парнем. У него была привычка повторять слова-паразиты, типа: «Ну, как бы...». Причем, растягивая эти слова. За это время он обдумывал ответ. Интересный прием.

Продавал я котлы достаточно успешно. Времени между разговорами с клиентами было достаточно, я искал применение своей энергии. Начал предлагать наши котлы другим городским компаниям, занимавшимся отоплением. Потихоньку сформировал дилерскую сеть. Я всегда стараюсь найти вариант, чтобы продавать не самому, а через кого-то.

И вот в один прекрасный день шеф предлагает мне пойти в выставочный коттеджный поселок и предлагать там наши котлы. Этот поселок состоял из нескольких выставочных домов, предназначенных для показа потенциальным клиентам. В каждом таком доме находились сотрудники, проводили презентации, общались с клиентами, занимались проектированием. В большинстве домов располагался офис той фирмы, которая строила дом. Что в принципе абсолютно не правильно, в технической части я подробнее на этом остановлюсь.

Я пошел предлагать котлы и влюбился в тему строительства домов. Я понял, что нужно именно в этом поселке открыть демонстрационный зал и продавать там котлы. Сюда, помимо целевых клиентов для покупки котлов, будут заходить и другие посетители выставочного поселка,

которым тоже могут понадобиться наши товары и услуги (помимо котлов, мы продавали все для систем отопления и оказывали услуги проектирования и монтажа этих систем).

Личное

Продолжение тишины

В личном плане у меня в это время была тишь да гладь, никаких увлечений. Это как-то не по мне, это как-то совсем не прикольно. Но энергия и эмоции копятся. Держись, очередной объект увлечения!

Техническое

Технология продаж, пункт четвертый

Работа с возражениями

Часть первая.

Классификация типов возражений

Есть много вариантов деления возражений по типам от разных авторов. Мне нравится примерно такая классификация возражений: основные и второстепенные, необоснованные и обоснованные, явные и скрытые, конфликтные, зондирующие, провоцирующие, неопределенные и рефлкторные.

Основные возражения.

Основных возражений обычно немного. Как правило, они касаются услуг или характеристик Вашего товара или услуги. Например: дорого, дешево, не удобно, не престижно, не безопасно. Вы не можете предложить товар, кото-

рый в идеале подходил бы каждому клиенту, у каждого потребности разные.

Некоторые примеры второстепенных возражений.

1. У клиента нет денег, и он это скрывает. Клиент начинает придумывать, «высасывать из пальца» различные возражения, при детальном анализе не может их аргументировать.

Способ преодоления: я считаю, что на некоторых клиентов не надо тратить время, если понимаешь, что человек тебя обманывает. Корректно предложить человеку самому изучить вопрос и, если он не прав, обратиться снова. То есть совсем уж «ложиться под клиента», на мой взгляд, не стоит.

2. Желание убедиться в Вашем профессионализме. Иногда приходится общаться с клиентами, которые делают из тебя «выжатый лимон» именно техническими вопросами. С одной стороны, понятно, что клиенту приятно покупать у профессионального менеджера. С другой стороны, клиенту порой не важны собственные ответы, ему важно то, как менеджер себя показывает.

Вариант преодоления: я в таких случаях разделяю вопросы клиента на общие и сугубо технические. На общие отвечаю сам, а для ответа на технические призываю инженера или технического специалиста. Это вполне нормально и профессионально, особенно в узкоспециальных технических продажах.

3. Желание отложить покупку, обдумать еще раз. Бывают случаи, что Вы уже практически заключили договор, но в какой-то момент клиенту посоветовал кто-то из его знакомых еще раз подумать. Это вполне нормально.

Вариантов преодоления здесь два: либо Вы держите линию «продать сейчас» и пытаетесь «дожать клиента» аргументацией, либо переносите переговоры о принятии решения на определенный срок. Такая ситуация очень тонкая, и многое зависит от Вашего опыта, интуиции, выдержки.

4. Желание получить более исчерпывающую информацию о Вашем товаре или услуге, боязнь совершить ошибку. В специфических продажах, где клиент не обладает необходимыми знаниями о товарах и услугах, например, при продаже отопительных систем, он хочет получить от Вас максимум информации, порой даже той, которая ему не нужна. Часто продавцы запутываются в ответах на сложные вопросы, разговор уходит в сторону. Клиент не понимает, какие вопросы еще нужно задать.

Я использую такой вариант работы с такими возражениями: корректно прерываю ход мыслей клиента, и мы вместе начинаем разбираться, какие вопросы ему нужно уточнить. Если клиент чувствует, что Вы принимаете искреннее участие в его проблеме и вместе с ним пытаетесь ее решить, он Ваш. Чтобы понять истинную причину таких возражений, просто задавайте правильные вопросы.

ГЛАВА ТРИНАДЦАТАЯ

Еще раз через все «нет»

Как оказалось, поход в выставочный поселок изменил всю мою дальнейшую жизнь. Я крепко влюбился в тему коттеджного строительства. Тем более иметь рабочее место в реальном небольшом доме мне казалось очень привлекательным.

Я начал действовать.

Среди выставочных домов я нашел один пустующий, закрытый. Узнал, что им владеет одна московская компания. Построен он был для демонстрации штукатурки. Но дело у москвичей не пошло, они только платили аренду, но ничего не продавали и не презентовали.

Я сказал своему шефу о моей идее договориться с москвичами о субаренде этого домика, установки там действующего котла и продаже отопительного оборудования в выставочном поселке. Шеф эту идею не одобрил. Но я на всякий случай позвонил москвичам, владельцам домика, с предложением субаренды. На что услышал отказ.

Ладно, ищем другие пути.

Через несколько дней шеф поговорил со мной на эту тему более обстоятельно. Я смог его убедить в привлекательности и выгодах от реализации моей идеи. Он предложил мне поискать место в других домиках. Были в поселке еще варианты, но тот домик москвичей был самым привлекательным.

И в один прекрасный момент москвичи одумались, сами позвонили мне, и мы договорились о субаренде. Я не знаю, кто соображает быстрее – москвичи или пи-

терцы, но в какой-то момент до москвичей дошло, что мы можем оплачивать стоимость аренды за них.

Ура! Я начал готовить следующий проект.

Личное из раннего

Артель

Пока на личном фронте у меня тишина, я расскажу о ранних моих приключениях.

Как-то в лихие девяностые мне довелось работать в золотодобывающей артели. Пришлось искать хорошо оплачиваемую работу из-за долгов. Ситуация стандартная для того времени – мой кредитор, видя мою неплатежеспособность, нанял бандитов. Они предложили варианты: либо я отписываю на них квартиру, либо возвращаю долг с огромными процентами и суммой за причинение морального вреда им и кредитору.

Я с большими сложностями занял деньги у близких людей, отдал долги кредитору и поехал на заработки. В то время, еще до «черного вторника» 1998 года, заработать большие деньги можно было на золоте в золотодобывающей артели. Наскроб я денег на билет в один конец до Хабаровска. Сел на поезд и поехал искать артель. Помню, еду в поезде, настроение неопределенности, никаких знакомых у меня в Хабаровске нет, адреса артелей не знаю, еду на «авось». И в поезде играет песня Владимира Кузьмина «Я не забуду тебя», там есть такие слова:

«А за окном все так же стонут провода.

И поезд мчит меня в сибирские морозы».

Аж выть хочется!

Приехал в Хабаровск, начал спрашивать народ, где находятся артели. А была как раз суббота. Я решил в субботу артели обойти, присмотреться. Нашел несколько, везде закрыто, выходной. И тут я зашел в очередную ар-

тель, контора оказалась открыта. Я нашел какой-то кабинет, постучался, вошел. Там находился какой-то мужик, а напротив него сидел генерал, и они о чем-то беседовали. Я извинился, объяснил, что приехал из Ташкента устраиваться на работу. Мужик несколько опешил. Спросил, есть ли у меня опыт бульдозериста. Я сказал, что нет, но танк я знаю и опыт ремонта танков у меня есть. В итоге мужик сказал мне, что он меня берет сначала кочегаром на базу, а через полгода – ночным механиком на участок в тайге. Я понятия не имел, с чем это едят, но то, что меня берут, радовало.

Переночевав на вокзале, в понедельник я пришел в контору, нашел того мужика (он оказался владельцем второй по величине артели в Хабаровском крае) и напомнил ему наш субботний разговор. Он отправил меня в отдел кадров оформляться. Ура!

Из отдела кадров меня послали проходить медкомиссию. Прихожу на медкомиссию, спрашиваю про сроки выдачи результатов. Мне говорят, что все будет готово за три дня. Мне абсолютно не улыбается три дня ошиваться на вокзале. Я объясняю, что сегодня мне нужно уехать на базу в артель и намекаю на определенные способы решения моей проблемы. Врачи оказались нормальными мужиками, за литр «беленькой» я получил все результаты через десять минут. В отделе кадров артели все обалдели от такой скорости прохождения медкомиссии. Поехал я на базу.

Там мне объяснили, что можно, а что нельзя. Во-первых, строго сухой закон, за запах алкоголя – огромный штраф и моментальное увольнение. Во-вторых, работа по двенадцать часов без выходных и праздников. В-третьих, женщин, кроме сотрудниц головного офиса в Хабаровске, в штате артели нет в принципе.

В обязанности мои в первые три месяца входило ночное дежурство по базе в качестве сторожа, топка котлов, заготовка дров, подготовка еды для свиней, утреннее до-

ение коров. Я, городской житель, раньше никогда к коровам не подходил.

Ладно, где наша не пропадала...

Начал работать. Научился доить коров, колоть огромные дрова, топить котлы. Потихоньку втянулся. Работал каждую ночь три месяца подряд. Потом поменялся со сменщиком, начал работать в день.

Здесь у меня было три интересных момента.

Первый: когда я работал в ночь, в мои обязанности входило только приготовление (запаривание) корма для свиней. А когда перешел работать в день, мне вменялись уборка вольеров и кормление коров и свиней. Когда я первый раз открыл вольер и попытался с двумя ведрами провратиться к лоткам для корма, мои пятнадцать свиней чуть не сшибли меня с ног. Такое положение вещей мне не понравилось. Как поет Макаревич:

«Не стоит прогибаться под изменчивый мир.

Пусть лучше он прогнется под нас».

Я бы немного перефразировал: «Не стоит прогибаться под свинячий мир...». Начал я моих свиней дрессировать. И кнутом, и пряником. В итоге примерно через месяц я добился следующего: наливаю четыре ведра корма, подхожу к вольеру. Свиньи спят. Я негромко пару раз повторяю команду: «Место». Они встают, уходят в дальний угол, стоят, смотрят, поворачивая головы в мою сторону и прикольно шевеля ушами. Я спокойно выливаю корм, выхожу, беру еще два ведра, выливаю их, выхожу, закрываю вольер. Свиньи стоят, похрюкивают и шевелят ушами. Потом я произношу команду: «Взять!» Они бегут к кормушке и, довольно похрюкивая, расталкивая друг друга, начинают кушать. Ситуация была настолько комичная, что руководители артели, когда до них дошел слух о моих дрессированных свиньях, хотели отправить видео приема пища свиньями в адрес передачи «Сам себе режиссер».

Но самое смешное было не это. Перед тем как улететь на участок в тайгу на вторые полгода, я сдал дела сменщи-

ку. Все ему объяснил, показал, в том числе проинструктировал, как управляться со свиньями.

Мы сидели в столовой и ждали вертолет, он задерживался. И тут прибегает ко мне мой сменщик и возбужденно говорит: «Напомни вторую команду свиньям, а то я командую: «Фас» – они не идут, команду: «Кушать» – они стоят». Тут мы все, держась за животы, упали под стол.

Был один опасный момент: одна свинья, улучив момент, когда я отвлекся и оставил вольер открытым, забежала к коровам. Коровы ее чуть не заподали, она с громким хрюканьем еле выбежала от коров. Если бы свинья погибла, с меня бы высчитали стоимость мяса в живом весе и стоимость доставки свиньи на вертолете из Хабаровска, то есть свинина получилась бы золотая.

Был еще один неожиданно приятный момент. Обе моих коровы были беременны. Когда я увидел, что у первой коровы начались роды, съездил в рядом расположенный поселок и привез ветеринаров. У первой коровы все прошло быстро и гладко. Сложнее было со второй коровой – перед родами она слегла (потом выяснилось, что ее ударили в молодом возрасте). Роды проходили у нее тяжело. Ветеринарам приходилось делать теленку искусственное дыхание. Но все закончилось благополучно.

А самое главное – корова родила двойню! Что крайне редко встречается у коров! Так как телята родились в марте, я назвал одного Мартик, а другого – Марсик. У меня было чувство, сродни отцовскому, телята были для меня как дети. Никогда бы не предположил, что мне так понравятся коровы и свиньи!

Еще одна деталь – мужики в артели работали суровые, северные. У многих было по паре ходок в места не столь отдаленные. На меня смотрели косо потому, что, во-первых, на одну вакансию в артель была очередь из шестидесяти человек и новых сотрудников практически не брали. А я, не имея опыта, неизвестно откуда, сразу работал ночным механиком (ночной механик – это фактически на-

чальник ночной смены). Во-вторых, у меня был повышающий коэффициент зарплаты. Были угрозы в мою сторону, что, мол, можно в тайте и остаться.

В артели я проработал без семи дней год, выходной был у меня всего один – по причине зубной боли. Зуб мне выдирали врач анестезиолог, другого не было.

Но все закончилось благополучно. Приехал я домой с деньгами, по тем временам, для Узбекистана большими. Раздал долги за себя и за того парня, купил машину, аппаратуру. Может, в жизни еще пригодится артельский опыт, чего не бывает.

Техническое

Простое и сложное

Если вы хотите быть хорошим продавцом, то подумайте о простом и сложном. Что я имею в виду, объясню на конкретном примере.

Мне часто приходится участвовать в такого рода диалогах:

- Скиньте мне, пожалуйста, Ваше предложение на электронку.
 - Говорите адрес.
 - Записывайте. Maximus4893@intertrest.ru.
 - Давайте по буквам. Первая «эм»?
 - Да. Вторая – «а», как русская «а». Потом «икс», как русская «х». Записываете?
 - Да, давайте дальше.
 - Потом «и с точкой». Потом «эм».
 - «Эн»?
 - Нет, «эм», Мария.
 - Ага, понял.
 - Дальше «у», как русская «и». Потом «с», как доллар. Записали?
-

- Да, получилось «максимум». Правильно?
- Да. Потом «сорок восемь девяносто три» цифрами, собачка, «и» с точкой, «эн», Нина, «т» английское, «е», как русское «е», потом «ар».
- В смысле «эр»?
- Да. Вы какой язык учили?
- Китайский.
- А, понятно, в английском языке «эр» произносится как «ар».
- Понятно, дальше.
- Потом «ти», в смысле «тэ», потом «эр», потом «е», как русское «е», дальше «с», как доллар, потом «тэ». Записали?
- Да, получилось «интертрест», правильно?
- Да. Потом «точка», «ру».
- Спасибо, в течение получаса я составлю коммерческое предложение именно для вас и скину.
- Хорошо, скидывайте.

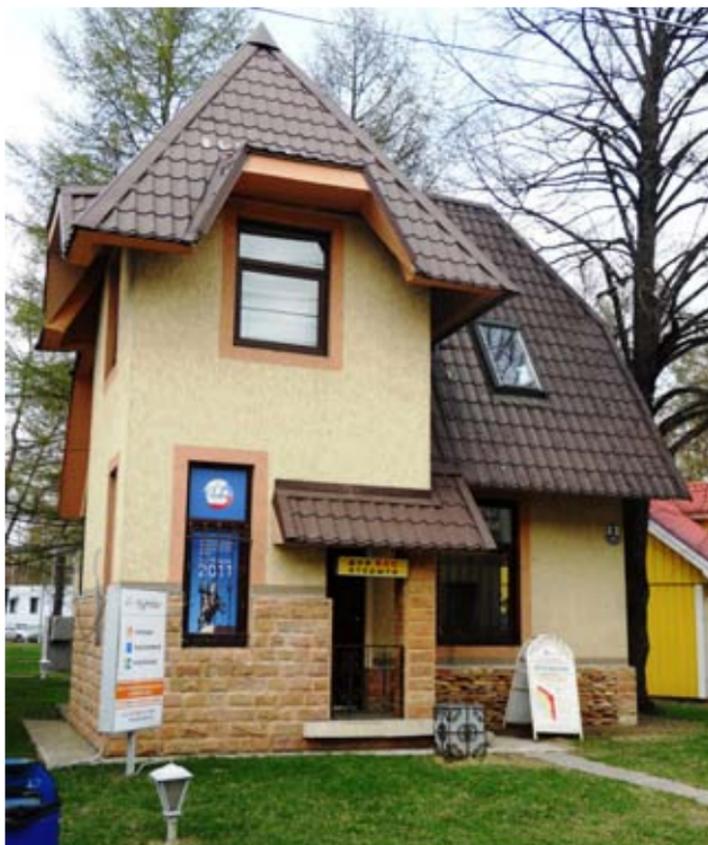
Прошу прощения за такой длинный диалог, но прервать его было нельзя. Каждый имеет личный электронный ящик, а некоторые имеют не один. Каждый сам придумывает его название. Я, может, чего-то не понимаю, но зачем придумывать сложное название? Для того, чтобы сказать свой сложный адрес, нужно потратить несколько минут. И не факт, что Ваш партнер не ошибется. Я – за святую простоту. Например, мой электронный адрес 885344@mail.ru. Не надо уточнять в разговоре по буквам, все четко и понятно с одного раза.

Или еще один пример. Навороченный сотовый телефон, который используется только для звонков и отправки SMS. Как-то не логично.

Я сторонник того, чтобы в продажах все было просто и понятно для клиента.

ГЛАВА ЧЕТЫРНАДЦАТАЯ

Первый опыт работы в коттедже



Что нам стоит дом построить? Точнее – замутить очередную мутную муть.

Исполнилось одно из моих многочисленных мечтаний – начал я работать в выставочном доме. Дом наш был небольшим, но очень уютным. Всего шестьдесят квадратных метров площади, двухэтажный. На первом этаже – демонстрационный зал с котлами, один из которых мы сделали действующим.

Работа предстояла непыльная, мои обязанности – проведение презентаций, консультаций и доведение клиента до заключения договора и оплаты. Опыта и знаний у меня для этого хватало. Решение технических вопросов брал на себя грамотный проектировщик.

У нашей вновь созданной фирмы было три учредителя – мой шеф по прошлой работе и двое наших общих знакомых, но фактически развивал этот проект я.

Продажи такого формата своеобразные и уникальные. К нам в домик заходили, примерно, пять человек в день. Из них нашими потенциальными клиентами, покупателями котлов, были процентов десять. Звонить и искать клиентов не требовалось. Одним словом, работа – не бей лежачего.

Я благополучно перевел базу тех дилеров, которых наработал в предыдущей фирме по котлам, на нашу фирму. Цены, условия и товары у нас были теми же, наша фирма была неким клоном моей предыдущей фирмы, руководство осталось тем же.

Работа шла размеренно, без напряжений и головных болей.

Личное

Кристинка

Делопроизводителем к нам взяли молодую девушку Кристинку. Худенькая, стройная, с немного наивным ли-

чиком. Сначала она казалась такой девочкой-паинькой, ботаником женского рода, необщительной недотрогой. Но чем больше мы работали с ней, тем больше доверяли друг другу, отношения наши быстро переросли в приятельские. Мы с Кристинкой часто оставались в домике вдвоем, болтали на разные темы, смеялись, прикалывались, ходили друг к другу в гости – то она спускается ко мне на первый этаж, то я поднимаюсь к ней на второй.

Рядом, в соседних выставочных домиках, работали менеджеры – девочки, мы периодически обменивались с ними визитами друг к другу. Не работа – рай!

Один прикольный эпизод из того времени.

Как я ни пытался сделать наши отношения с Кристинкой более близкими, у меня ничего не получалось, Кристинка дальше разговоров не шла. Ну, мне же нужен прогресс в любом деле. Как-то стояли мы с ней и болтали перед окном первого этажа. Ей понадобилось оторвать бумажку, которая была приклеена вверху окна. Она залезла на подоконник и попросила ее поддержать. Я конечно с удовольствием ее поддержал за то, что пониже спины. Ей ругать меня было не с руки – сама попросила поддержать, не уточнив, за что. Все вроде легально и корректно. Смеялись мы с ней долго.

Техническое

Искусство держать паузу

На эту тему написано много. Пауза в разговоре порой дает неожиданные результаты.

Я не буду повторяться, опишу один из примеров применения паузы в продажах.

По многу раз на дню многие слышат монологи менеджеров типа: «Здравствуйте. Мы хотим предложить Вам...» или «Здравствуйте. Соедините меня с тем-то». Меня лич-

но это раздражает. Именно то, что со мной здороваются, а я не могу поздороваться в ответ. Я всегда после «Здравствуйте» делаю паузу и жду, пока мне ответят: «Здравствуйте». Жду долго. Если мне не отвечают, здороваюсь еще раз. Потом весь остальной текст.

Если Вы хотите, чтобы Вам ответили, возьмите паузу. Понятно, что хочется сказать много. Сдерживайтесь, вовлекайте собеседника в диалог.

Еще мне нравится, когда на мое: «Здравствуйте», отвечают: «Да». Я при этом делаю вид, что не расслышал и повторяю: «Здравствуйте». Вот тогда мне всегда отвечают: «Здравствуйте».

В таком приеме есть еще один скрытый смысл: хороший продавец всегда «ведет» клиента, владеет инициативой. Приведенный пример – это как раз один из способов перехвата инициативы, очень важный и часто применяемый. Но про это я напишу в отдельной технической главе, это отдельная песня.

ГЛАВА ПЯТНАДЦАТАЯ

«Деньги кому?»

Когда у меня есть возможность, я самосовершенствуюсь. Не обязательно в работе. Например, был такой случай: вздумалось мне попробовать себя в единоборствах. Пошел на пробный урок по каратэ, причем группа была детской. Тренер дал задание разбиться по парам, стоя на одной ноге и держа одну прямую ногу соперника попытаться повалить друг друга. И в этот момент я поймал чувство равновесия, мог спокойно повалить соперника в любую сторону. При этом мой соперник не смог повалить меня вообще.

Еще один пример: тренер дал задание поймать теннисный мячик, когда соперник выпускает его из поднятой руки. Задача по аналогии поймать денежную купюру пальцами, когда другой человек держит ее между Вашими разжатыми пальцами и выпускает в непредсказуемый момент.

Что я придумал в случае с мячиком? Я присел! И мог ловить мячик всегда. То есть я увеличил время реакции. Мячик теперь пролетал около двух метров, у меня было достаточно времени среагировать и поймать его. Все гениальное просто!

После этого пробного занятия я пошел на пробное занятие по дзюдо. Там моим спарринг-партнером был здоровенный парень, выше меня на голову и шире меня на полметра, с опытом занятий русским кулачным боем. Так вот, он меня не смог уложить! Я сам такого не ожидал! После этих пробных занятий, даже когда я поскользываюсь

на льду, я не падаю, моментально ловлю равновесие. И это продолжается несколько лет!

Ну, что-то я отвлекся.

Итак, работаю я в коттедже, все размеренно, без напругов. Попутно заигрываю с Кристинкой. Мои учредители иногда приходят ко мне в коттедж и помогают работать с клиентами.

Иногда им не понятно, почему я постоянно как будто в эйфории, а мне люди деньги несут.

Был у нас один показательный случай. Наш потенциальный заказчик отопительной системы в какой-то момент мог «соскочить», мы его очень ждали, но он все затягивал оплату и переносил сроки заключения договора. С ним общался мой руководитель. И вот, когда клиент почти «сорвался», мой шеф просит именно меня ему позвонить и уточнить его решение.

Я звоню клиенту. Спрашиваю о его решении. Клиент, как оказалось, не имеет полной информации о некоторых технических вопросах. Дело в том, что и я не знаю этих тонкостей. Я беру паузу, уточняю у нашего инженера ответы, перезваниваю клиенту и все ему доходчиво объясняю. Мои руководители все слышат и, после окончания разговора, спрашивают меня, не сорвался ли клиент. Я говорю, что пока непонятно.

Буквально через пятнадцать минут наш клиент приезжает, заходит в дом и говорит буквально следующее: «Здравствуйте. Деньги кому отдавать?» Мы все просто обалдели!

А секрет здесь в том, что клиент сомневался в правильности выбора нашего товара и услуг потому, что не имел полной информации (см. Главу двенадцатую. Техническое.). Я просто эти сомнения у него убрал грамотной консультацией.

И такой случай на этом месте работы у меня был не единственный.

Личное

В цветнике

В личном плане в это время драйв продолжался – то с Кристиной заигрываю, то с девчонками из соседних коттеджей. Весело! А с женой наоборот, отношения наши как-то охладелись.

Техническое

Высший пилотаж в продажах

Выставочный коттеджный поселок располагался на территории выставочного комплекса «Ленэкспо», где проходят все крупные выставки по различным тематикам. Я имел возможность бесплатно посещать каждую выставку, что я и делал. Подсматривал интересные идеи, слушал презентации менеджеров, учился продавать более профессионально, – нет пределов совершенству. Некоторые выставки были узкопрофильными и интерес представляли только для специалистов. А некоторые – очень интересными, например, выставка животных, ярмарка меда, книжная выставка, автомобильная выставка, выставка украшений. На выставку автомобилей и украшений я ходил облизываться, денег на роскошь у меня не было.

Пользы с выставок для себя я почерпнул много. Я наблюдал, что привлекает посетителей больше всего. На одной специализированной выставке я увидел интересную картину: посетителей было мало, на стендах пустота. Но около одного стенда стояла толпа народа. Я заинтересовался и пошел посмотреть, что же такого интересного показывают. Оказалось, народ стоял и смотрел, открыв рты, на крутящийся макет ветрогенератора. Смысл – привлекает взгляд динамика, то есть изменение чего-то, движе-

ние. Это неписанный закон рекламы. Еще пример – гуляю по очередной выставке, наблюдаю. Вдруг мое внимание что-то привлекло. Начинаю разбираться. Привлекательной оказалась карта России с мигающими, отходящими от Питера к дальним регионам, светодиодными лампочками. Казалось бы – идея не новая и простая. Я подошел к менеджерам на стенде с картой, разговорился. Они рассказали мне, что у этой интерактивной карты останавливается очень много посетителей, у них даже возникла идея продавать такие карты.

А на одной автомобильной выставке я увидел высший пилотаж продаж. Точнее, это были не продажи, а художественное выступление. В одном из павильонов демонстрировались ретро-автомобили. И вот, включается приятная французская музыка, слева и справа от одного шикарного автомобиля в стиле автомобиля Элвиса Престли становятся две девушки – близняшки. Обе длинноногие блондинки, действительно – красавицы. И начинают они синхронно делать плавные танцевальные движения по разные стороны автомобиля. Зрелище – не оторваться. Народ кушает, рты у всех открыты, слюни текут потоком. Причем максимальный эффект такое зрелище дает, если ты стоишь и смотришь четко по центру, метрах в пяти перед капотом автомобиля. Естественно, это место занял только я, все остальные наблюдают сбоку. Стою, слушаю, смотрю и облизываюсь. Сзади стоял мой товарищ, замначальника охраны выставочного комплекса. Он легонько постучал меня по плечу. Когда я обернулся, он спросил: «Нравится?» Я говорю: «Обалденно. Ты мне только объясни, я не понимаю, что здесь покупать и кому нести деньги?» Он предложил отнести деньги в охрану, посмеялись.

Прием с близняшками я запомнил. Если получится, то в каком-нибудь очередном мутном проекте я его повторю. Работает просто убийственно, внимание раздваивается, голова уезжает. Один раз я видел работу девушек-близняшек в продажах. Когда я искал партнера, который про-

изводит металлоизделия для установки нам выставочной мусорки, меня привлек магазин металлических дверей. Я подумал, а почему бы не пригласить производителей дверей в наш проект на условиях соэкспоненства. Захожу внутрь магазина и вижу там менеджеров – близняшек! Потом, когда я разговаривал с владельцами этой компании, они рассказали, какой труд проделали, чтобы найти этих девочек, перелопатили весь город.

А я придумал такой вариант: одна из близняшек работает менеджером, проводящим презентацию в выставочном доме, а другая – кассир. Представьте себя в роли клиента. После того, как Вы спрашиваете у девочки-менеджера, куда нести деньги, она Вас отправляет на второй этаж в кассу! Вы подходите к кассе, а там сидит эта же девочка! Как бы у Вас «крыша» не съехала!

Если серьезно – прием мощнейший. Если девочки еще и умеют продавать – это высший пилотаж в продажах, более сильного варианта я не встречал. Жалко, что нет у меня брата-близнеца, нам бы в продажах равных не было!

ГЛАВА ШЕСТНАДЦАТАЯ

Лучшее – враг хорошего?

Эта пословица, как мне кажется, останавливает любые инициативы. Поэтому я ею никогда не руководствуюсь, мне всегда чего-то не хватает. Может, просто приключений на одно место?

К нам в выставочный дом заходили, в основном, потенциальные покупатели домов, а не котлов. Мне пришла в голову идея: а почему бы нам не продавать дома?

Я начал, попутно с продажами котлов, готовить проект продажи домов «под ключ». В принципе, это было делом несложным: требовалось найти партнеров по всем темам, связанным со строительством. Начал изучение новой для меня темы малоэтажного строительства.

Нашел архитектора, который спроектировал наш домик, строителей, которые его построили. Договорился с ними, что если посетитель спрашивает о строительстве дома, я даю координаты наших партнеров.

И в один прекрасный момент я продал дом! Точнее я дал координаты наших партнеров по строительству посетителю нашего домика. И этот посетитель заказал строительство дома! Этот факт был полной неожиданностью и для меня самого. За месяц продать дом – это был результат, которого не могли добиться многие компании, выставочные дома которых стояли рядом. Тем более они продавали именно дома, а не котлы, имели подготовленных опытных менеджеров, полный штат сотрудников и всю необходимую техническую базу.

Я сказал об этом факте своим учредителям и предложил брату с наших партнеров деньги за раздачу их реклам-

ных материалов. Учредители согласились и назвали сумму. В итоге не сошлись мы с нашими партнерами в сумме, эквивалентной двумстам евро. Но тему продажи домов я решил не оставлять, наоборот – подготовить и убедить учредителей в возможности ее реализации и выгоде.

Что мне потом и стало боком.

Личное

Процесс написания этой книги

Я, как хороший продавец, начал распространять эту книгу, когда были написаны начальные главы. Сначала ждал реакции с некоторой боязнью, волновался – понравится или не понравится, можно ли ее будет продавать? Когда получил с десяток положительных откликов, волнения ушли, появилась четкая уверенность, что я, наконец, нашел свой предмет продаж, который будет иметь коммерческий успех. Я наконец получу возможность стать финансово независимым и смогу осуществить все свои проекты: снять фильм по книге, сделать проекты «Эпифанов пузырь», «Розовые игрушки», «Честная аптека», построить свой выставочный дом в Москве и т. д.

У меня изменилась походка, она стала уверенной и спокойной, изменилась осанка, взгляд. Даже в алкогольных напитках я перешел с водки на мартини. Прекрасное чувство – уверенность в будущем!

Но главное – у меня появились первые поклонницы! Первый раз я очень смущался, когда разговаривал с ними очно. Они смотрели на меня, открыв рты. Я не заболел звездной болезнью, но ощущение от предстоящей славы приятно щекотало мое самолюбие и тщеславие.

И еще одно радовало – моя ценность увеличивалась с каждым словом, записанным на диктофон, и каждой написанной буквой!

Техническое

Деление клиентов

Ниже – табличка, в которой клиенты поделены по двум критериям – отношению к цене и качеству.

Давайте расшифруем.



Понятно, что экономный клиент хочет получить товар или услугу невысокого качества и за небольшую цену. Клиент понятный и предсказуемый.

Тяжелый клиент – это тот, который хочет купить товар лучшего качества, но по низкой цене. Это такой клиент,

который из Вас всю душу вынет, все скидки выпросит. Это самый нелюбимый клиент.

Сноб – клиент, который покупает товар самый лучший и платит за него высокую адекватную цену. На мой взгляд – самый лучший клиент.

А вот наш самый любимый клиент – ленивый. Он не торгуется, не особо сравнивает похожие товары, не роется в Интернете в поисках альтернативы. Просто приходит и платит. Все таких клиентов любят.

Еще я делю клиентов на удобных и неудобных. Забегая вперед, расскажу об одном моем клиенте, крайне неудобном, показательный пример.

Был у меня один клиент, интернет-магазин, я тогда продавал товары для дома. Этот интернет-магазин занимался перепродажей и доставкой товаров, то есть покупал товары у нас и отвозил покупателю. Клиентами магазина были физические лица. Заказы от этого магазина я получал практически ежедневно, но маленькие. Причем уйма времени уходила на согласования и корректировки. Штат сотрудников магазина составляли две девушки – владелица и ее помощница. У обеих был полный бардак в голове, заказы составляли обе, не согласовывая между собой. Мне приходилось выдерживать натиск обеих. Я решил ситуацию привести к более удобной. С большим трудом договорился, что заказы мне отправляет только одна из них, я до девяти часов утра скидываю ей список товаров, который есть на складе, она мне скидывает заказ до десяти часов. Обязательно только один файл, без каких-либо дополнительных корректировок и исправлений. После колоссальных трудов по приведению ситуации к минимальным тратам нервов и времени, приходит мне от них заказ с письмом такого содержания: «Дмитрий, во вложенном файле заказ, но исправьте количество позиции № 1 с 2 на 4, а позицию № 3 уберите совсем». Это с учетом того, что заказ составляет всего три позиции!

И начинаю я снова писать, что мы четко договорились о том, что я принимаю ЕДИНСТВЕННЫЙ файл с заказом до десяти часов БЕЗ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ КОРРЕКТИРОВОК! Но они просто тупят по полной программе, да еще и жалуются на меня коммерческому, просят сменить менеджера. Но когда я уходил в отпуск и передавал дела моей коллеге, так она просто откровенно посылала моего клиента – этот интернет-магазин с его заморочками.

Это пример, как маленький клиент занимает много времени и нервов, а прибыли практически не приносит. Я считаю, что менеджер, потратив такое же количество времени на поиски новых клиентов, принесет больше пользы, и нервы свои сэкономит, и практически потренируется.

И очень часто я встречался с противоположной ситуацией, когда с крупным клиентом времени на обработку заказов уходит мало, работать с ним комфортно и приятно.

Кстати, про избитое всеми продавцами выражение: «Оптимальное соотношение цены и качества». Это два совершенно разных понятия. Как, например, белое и горячее. Можно ли говорить про соотношение разных по природе вещей? И оптимальное соотношение цены и качества для каждого сугубо индивидуально. Если мне продавец говорит эту фразу, я начинаю над ним издеваться.

ГЛАВА СЕМНАДЦАТАЯ

К наркологу!

Решил я убедить учредителей, что коттеджи продавать выгоднее, тем более никаких дополнительных вложений не требовалось.

Сначала я начал переубеждать младшего соучредителя. Решающий разговор проходил у нас на повышенных тонах. Кем я только не был – и дураком, и идиотом, и захватчиком. Но, в конце концов, я его переубедил, он позвонил второму соучредителю и сказал, что я говорю умные вещи.

Приехал второй соучредитель и началось все снова – я дурак, мудака и идиот. Теперь задача моя усложнялась – их было двое. Помню, разговор был крайне тяжелый, на грани фола. Они все-таки мои начальники, и мне приходилось четко соблюдать субординацию, ответить оскорблением на оскорбление я не мог, мог только отрицать – я не дурак, не мудака и не идиот. Разговор дошел до кульминации и подошел к вопросу: что нужно сделать для того, чтобы мне поверили?

Я использовал прием по принципу «разделяй и властвуй» – разделил моих оппонентов. Получилась такая ситуация: первого учредителя я попросил встать в зону, которую не видит второй, и задал такой вопрос второму соучредителю: верит ли он первому? Он ответил, что верит. Мне же второй учредитель не верил. Я был виден только первому и спросил второго: «Верит ли он, что я держу в руках горячую сковородку?» Мой оппонент несколько потерялся от такого вопроса. Я сам ответил: «Чтобы поверить, что сковородка горячая, нужно ее хотя

бы увидеть и хотя бы потрогать». И здесь второй учредитель сломался, ситуация превратилась в резко противоположную, я его переубедил. Ура! Победа, но какой ценой!

Но оставалось самое главное и самое сложное – переубедить третьего соучредителя, а он был «тяжеловесом» по сравнению с первым и вторым.

И вот приезжает третий соучредитель. Что тут началось! Разговор, точнее крайне эмоциональный спор, проходил примерно в таких тонах.

Он:

– Встань.

Я встаю. Он:

– Что ты дергаешься?

– Так Вы же сами сказали: «Встань», я и встал.

– Ладно, иди домой, отдохни.

Я собираюсь и ухожу. Он:

– Нет, подожди.

Короче – полный бред и противоречия с его стороны. Еле как договорились продолжить этот тупой спор завтра.

Но самое интересное произошло на следующий день. Приезжает третий учредитель и начинает мягко и изда-
лека:

– Дима, ты ничего не принимаешь?

– В смысле?

– Наркотики, таблетки, травку?

– Травку, когда я жил в Узбекистане, редко курил, там это в порядке вещей. Но лет десять уже не курил и не хочется. Еще пару раз пробовал в школьные годы нюхать клей, многие пацаны пробовали. Наркотики никогда не принимал и не собираюсь.

– А алкоголь?

– Пью иногда, могу достаточно много, но на работе не пью принципиально, за крайне редким исключением случаев, когда на выставках надо символически поддержать клиента. Ну и, само собой, на корпоративах.

Бывали периоды, когда от безысходности я пил часто, но у меня нет никакой зависимости от алкоголя. Работая в артели, я вообще год не пил, кроме разрешенных стаграмм на Новый год.

– Я, Дима, очень хочу с тобой работать. Мне нравится, что ты энергичен, оптимистичен и активен. Но давай съездим к одному хорошему врачу, просто проверишься, я очень тебя прошу.

– Да не вопрос, если Вам это надо – поехали.

Приехали мы к наркологу, пока ждали в очереди, я прочитал их рекламный проспект, мне он понравился. Наконец заходим, нарколог спрашивает меня:

– Зачем Вы приехали?

Я, кивая на своего шефа, отвечаю:

– Он попросил.

– Вы пьете?

– Пью, но зависимостью не страдаю.

– Наркотики употребляете?

– Нет.

– А чего приехали?

– Шеф попросил.

Нарколог в тупике! Но ему надо провести свой сеанс. Он начал нести что-то свое о вреде алкоголя и наркотиков. Потом все-таки попытался выяснить, что же у нас с шефом не так. Я сказал, что я просто быстро схватываю саму суть ситуации и моментально ее использую, а шефу для этого требуется время, поэтому он меня не понимает. Продемонстрировал я это на примере их рекламного проспекта – в достаточно большом и размытом тексте я подчеркнул ключевые слова и фразы: «всегда», «в любой ситуации», «Вы находитесь», «под нашей полной защитой». Все остальное в рекламном тексте – это «вода». Наркологу не по себе, логика у меня железная.

Потом он начал на бумаге составлять некую схему: если я буду пить, то будет плохо в работе, дальше – плохо в семье и так далее. Я ему говорю:

– Дайте мне эту бумажку.

Он:

– Да подождите, дайте закончить.

Когда он закончил, я взял эту бумажку, аккуратно сложил и засунул в свой паспорт. Он спрашивает:

– Для Вас это важный разговор?

– Важный.

– Честно?

– Честно.

– Очень важный?

– Подождите, смотрите насколько важный.

Достаю свой паспорт и показываю, что я положил его бумажку именно в паспорт, в самое начало. Он в ауте! Говорит:

– Все, идите, мне с Вами не комфортно.

Я вежливо его поблагодарил и вышел, мой шеф задержался. Если расшифровать, что произошло, – я просто шел на шаг впереди нарколога в его же работе.

Шеф вышел через пять минут, говорит мне:

– Ты можешь дать обещание, что не будешь пить неделю?

– Да, без проблем.

– Честно?

– Честно.

– Даешь слово офицера?

– Даю, шеф.

– Точно не будешь?

– Точно.

– Ну ладно, поехали на работу.

– Не, шеф, давайте сначала вмажем!

Оба смеялись долго. Визит к наркологу закончился. Никто ничего не понял, но шеф за него еще и заплатил!

На следующий день у меня как раз был День рождения. Прихожу я на работу, никто не поздравляет, все какие-то отчужденные, глаза отводят. Я смотрю, раз такое дело, мне здесь больше ловить нечего. Они просто боятся

сказать мне в открытую, что сотрудничество наше дальше продолжаться не может. Я все понимаю, прощаюсь с ними и ухожу.

Ухожу опять в никуда!

Личное из раннего

Люба – 1

Когда я работал военруком в техникуме, у меня был бурный роман со студенткой. Мне тогда было двадцать шесть лет. Летом студенты техникума вместе с некоторыми преподавателями выезжали в трудовой лагерь.

Тем летом мои студенты работали на сборе винограда.

В один из прекрасных солнечных дней я, когда выводил студентов на работу и распределял грядки, услышал, как кто-то из девчонок позвал: «Любка!» Я передразнил ее с такой же интонацией: «Любка!» Ко мне повернулась девочка и с горящими глазами дерзко ответила: «Любка на базаре семечками торгует!»

Вот с этого все и началось!

Техническое

Меры и полумеры

Этот раздел относится вообще к жизни, к моим жизненным принципам. Мне либо нужно все, либо не нужно кусочков, чего-то недоделанного. Если гостиница, то «пять звезд», если спать, то с королевой. Понятно, что нам всем нужно все и сразу, а мне нужно все и сразу, но с наименьшими затратами времени и денег.

Я опишу несколько примеров применения мер и полумер в моем опыте продавца.

Сидели мы как-то в одном из московских ресторанов с узбекским интерьером и кухней. Все красиво, стильно, еда вкусная, лепешки и самсу жарят в настоящем тандыре (тандыр – печь для жарки на углях различных блюд, широко распространена в Узбекистане). Девочки-официантки в восточных платьях. Вместо столов – имитация узбекских низких столиков, как в чайхане. Все классно. Но я пошел на один шаг, который немного добавил дегтя в бочку меда. Я попросил официантку: «Синглим, менгя яна юз грамм арак керак, илтимос», что в переводе с узбекского: «Сестренка, мне нужно еще сто грамм водки, пожалуйста». А она, бедненькая, узбекского не знает. Я не понимаю, что мешает владельцу ресторана взять официантками девчонок-узбечек. Они отлично работают, платят им часто меньше, чем русским, они привнесут тонкий восточный колорит в обслуживание. Кроме того, в подавляющем большинстве девочки-узбечки очень вежливы и обходительны. А главное – это будет именно бескомпромиссно, именно не полумера, а мера. Вспомните пословицу: «Нельзя прыгнуть через пропасть на девяносто девять процентов».

В продажах лично я стараюсь не допускать таких недоделок и ляпов.

Еще свежий пример из той же серии: одна моя хорошая знакомая Настя, милая и внимательная девочка, хороший продавец, присылает нам коммерческое предложение. Вроде все красиво, понятно и комфортно воспринимается, но в теме письма ошибка в названии своей фирмы! Настя, если ты читаешь эти строки, помни, что ошибки, порой, очень дорого обходятся!

ГЛАВА ВОСЕМНАДЦАТАЯ

Снова у разбитого корыта

Опять я оказался без работы, без денег и без перспектив. Опять поиски, рассылка резюме, собеседования. Опыта мне не занимать, но пока опять что-то стоящее найдешь, проходит время, надо что-то кушать и оплачивать транспорт при перемещениях с одного собеседования на другое.

К этому моменту продажи в электричках были запрещены. Что я придумал на этот раз? Коль мне надо было ездить в метро, то почему бы там не попробовать что-то продавать?

На свой страх и риск, без какого-либо разрешения, здесь ходили по вагонам продавцы и предлагали какую-нибудь мелочь, типа ручек, фонариков, лейкопластыря и т. п. Отличие от продаж в электричках заключалось в ограничении презентации по времени. Нужно было успеть все сказать о товаре во время остановки поезда, потом из-за шума ничего слышно не было. Еще за одну остановку нужно было пройти весь вагон, предлагая свой товар всем пассажирам. Причем, когда продавцы расхваливали свой товар, то слышали их только рядом сидящие пассажиры, в конце вагона их пламенную речь никто не слышал. Еще одна сложность заключалась в том, что надо было опасаться ментов и внутреннюю охрану метрополитена, они могли оштрафовать, забрать товар, а попросту, если тебя поймают, приходилось отмазываться пятьюдесятью рублями, что для меня было просто губительно. Не так конечно, когда работая на рынке, потеряв пятьдесят рублей, я чуть не расплакался, но все равно ощутимо.

Встал вопрос о товаре, который можно выбрать в качестве предмета продаж. Можно было закупить те же фонарики, но где взять денег на закупку первой партии?

Я придумал продавать комплект – ручку и кроссворды. То есть пассажир получал полный комплект для удовольствия.

Нашел сотню рублей, купил ручек по рублю и дешевых кроссвордов с уценкой по два рубля. Теперь надо было придумать способ не платить при входе в метро. Тогда усиленного контроля при входе не было, обычно в будочке на входе сидела бабушка. Я решил играть на жалости, хоть и стыдно, но помогает. Взял карточку для интернета на сто рублей, она у меня с каких-то пор завалилась, при входе говорил, что очень надо ехать, но денег вообще нет. Предлагал вместо денег карточку, показывая ее номинальную стоимость, и говорил, что детям и внукам она пригодится.

Срабатывал этот прием на сто процентов, не было случая, чтобы меня не пропустили.

В вагонах говорил коротко, просто предлагал для комфорта в дороге комплект – ручку и кроссворды. Так я за поездку на собеседование и обратно зарабатывал небольшую сумму денег, позволявшую по минимуму питаться.

Личное из раннего

Люба – 2

Со своей студенткой Любой я начал больше общаться. Она была старостой в группе, лидером.

Каждый рабочий день, после распределения грядок, мне было особо нечего делать, ходи себе и прикалывайся с девчонками, благо их в нашем отряде было около восьмидесяти человек.

Я собирал виноград вместе с Любой. Какие это были прекрасные дни! Вечером, когда жара немного спадала, мы

купались в бассейне, играли в спортивные игры, я пел ей песни под гитару.

В это время другая студентка сама покушалась на мою честь. Раньше, в предыдущем сельхозотряде, у меня с ней кое-что было.

Она как-то пришла ко мне в комнату (у меня была небольшая отдельная комната), откровенно присела на кровать и ждала, когда я начну. Но я оказался твердым, как камень, и у нас ничего не было. Не знаю, рассказала она своим подружкам или нет, но слухи про нас ходили, и Люба об этом знала.

Техническое

Перехват инициативы

Этот пункт очень важен, и продавец, на мой взгляд, должен держать инициативу всегда при разговоре или переписке с клиентом.

Инициативу в продажах я понимаю так: кто-то ведет разговор, направляет его туда, куда ему хочется, а другой участник следует именно в том направлении.

Я всегда перехватываю инициативу и веду клиента до конца именно в нужном мне направлении.

Но это вовсе не означает, что клиент полностью танцует под мою дудочку и замирает, как заяц перед удавом. Нет, он комфортно себя чувствует, но именно в тех рамках, которые ставлю я.

Пример: выше я описал, как жестко предложил потенциальному клиенту ответить на вопрос о сотрудничестве на уровне «да» или «нет», и, в зависимости от его ответа, мы либо просто болтаем и пьем пиво, либо продолжаем деловой разговор. Это пример очень жесткого перехвата инициативы, на грани фола.

Такой же жесткий прием при очном общении. Если клиент ведет разговор не туда, куда мне надо, я говорю: «Минуточку», при этом руками показываю внутренние стороны ладошек, жест «стоп».

Вот пример мягкого перехвата инициативы: если клиент отвечает, что после рассмотрения моего предложение он мне сам перезвонит, я всегда проговариваю следующее: «А если Вы не перезвоните, можно я сам Вас наберу. Вдруг у Вас есть ко мне вопросы, и я на них грамотно отвечу?». Ответ почти всегда положительный.

В этом коротком примере есть еще один очень важный момент, слово «грамотно». Ни в коем случае нельзя показывать клиенту, что Вы не профессионал. Вы можете чего-то не знать по неопытности, но сможете найти грамотный ответ через пять минут и перезвонить ему еще раз. Хвалите себя, не скромничайте, Вы – грамотный и профессиональный сотрудник! Клиент должен понимать, что с Вами ему наконец повезло. Среди очень большого числа не особо профессиональных менеджеров он нашел суперменеджера! Помните, что очень часто покупают не именно тот товар, а именно у того продавца. Но об этом наблюдении я напишу более развернуто и интересно ниже.

Глава девятнадцатая

Снова в коттедже!

Я продолжал активно искать работу и ходить на собеседования. Как-то мне надо было приехать на собеседование в «Ленэкспо», на территории которого располагалось мое прежнее место работы. Проходя мимо коттеджного поселка, я случайно увидел, что один из выставочных домов снесли. То есть какая-то новая фирма собралась строить свой выставочный дом. Сразу родилась очередная

гениальная идея – а не попробовать ли мне устроиться менеджером в этот дом.

Я узнал контакты этой новой фирмы и предложил себя в качестве менеджера этого проекта. Меня пригласили на собеседование. Владельцами этой фирмы были отец и сын. Мы поговорили с ними, и я пообещал, что буду работать сначала вместе со строителями, то есть непосредственно строить дом, потом приглашу много партнеров в этот проект. Это все я буду делать за самый минимально адекватный оклад и в будущем процент от продаж. С такими предложениями меня сразу взяли. Дали оклад шесть тысяч рублей, когда гастарбайтеры получали минимум восемь, а средняя зарплата менеджера по продажам тогда была примерно пятнадцать – двадцать тысяч рублей. Но меня это не смутило, я надеялся примерно через полгода выйти на хороший процент и очень хотел реализовать свои мечты.

Личное

Люба – 3

Люба жила в общежитии. У них в группе не было военного дела, которое я преподавал, поэтому на занятиях мы не встречались, виделись с ней редко, урывками. Я часто стоял на входе в здание техникума и ждал утром ее прихода, мы перебрасывались парой фраз.

В мои обязанности, как заместителя директора техникума по военной подготовке, входила, помимо всех остальных, обязанность организации и контроля дежурства преподавателей по общежитию. Один из дежурных преподавателей должен был там оставаться на ночь. Но, как правило, дежурного преподавателя в общежитии ночью не было.

Я предложил директору меня и моего приятеля, мастера производственного обучения, в качестве постоянных

дежурных по общаге за небольшую дополнительную оплату. Директор согласился.

Мы с моим приятелем на законных основаниях получили возможность контролировать женскую половину общежития в вечернее и ночное время, чем мы с удовольствием пользовались. Мы часто подолгу задерживались в комнате, где жила Люба. Приятель, не долго думая, близко сошелся с ее подружкой. У нас с Любой начался бурный роман. Она частенько проводила полночи у меня в комнате для преподавателей, а мой приятель – в их комнате.

Не буду описывать мои любовные переживания, каждый понимает о чем я. Но прервались наши отношения так: ее родители были против нашего с ней брака потому, что я уже был разведен, а она – девочка-конфетка. Нашли ей родители парня, который быстренько ей сделал предложение. Люба в итоге расписалась с ним и уехала в Якутск.

Как потом оказалось, она очень ждала, что я приеду и сорву им свадьбу. Но я не приехал. И правильно сделал – я до конца не был уверен в том, что если у нас не будет совместных трудностей, которых мы с ней преодолели достаточно, спасая наши отношения от осуждения многих, мы сами друг друга не съедем.

Техническое

Технология продаж, пункт четвертый

Работа с возражениями

Часть вторая

Преодоление возражений

Ну что, братва, дождались наконец? Вот оно, родимое!

На эту тему написано столько, что, пожалуй, из технологии продаж эта тема самая популярная и избитая.

Не буду ругать или хвалить авторов, которые умудряются писать целые трактаты и научные статьи на тему преодоления возражений, считаю, что все намного проще.

Я использую всего три приема:

1. «Переворот медали другой стороной».
2. Подача негатива позитивом.
3. Отступление.

1. «Переворот медали другой стороной».

Этот способ можно типично проиллюстрировать таким примером: когда клиент говорит, что Ваш товар дорог, вы отвечаете примерно следующее: «Да, дорого, но это же качественный товар».

Как вариант, некоторые продавцы отвечают: «А как Вы хотели, это же качественный товар, и он должен стоить дорого». В этом варианте Вы намекаете, что клиент – идиот, не понимает элементарных вещей. Осторожнее с этим, человека обидеть – раз плюнуть, душа – тонкая штука, ее надо беречь.

2. Подача негатива позитивом.

Прием интересный, но не простой. Не всегда его можно применить.

Пример: если клиент говорит, что мой товар дорог, я отвечаю: «Вы знаете, что если бы он стоил дешевле, я бы вообще его не покупал, потому что это явная подделка».

Но, например, подать позитивом царапину на новой машине, вряд ли получится, если только ее не нанес сам Элвис Пресли.

Или, к примеру, автор сего опуса, Ваш покорный слуга.

3. Отступление.

Этот способ все мы применяем очень часто – снижение первоначальной цены, смягчение договорных условий, предоставление дополнительных скидок, отсрочек и т. д. Он плох тем, что ведет в никуда. Есть пределы, когда его применить уже нет возможности – пределы Ваших скидок и отсрочек ограничены.

Все, уважаемый читатель, это все мои секреты относительно этой важной части технологии продаж. А мастерство применения этих приемов достигается только тренировкой.

Дерзайте!

ГЛАВА ДВАДЦАТАЯ

Цена оптимизма

Начал я с того, что поехал в Подмоскowie и привез выставочный дом. Я ездил в качестве старшего, отвечающего за груз. Дом в разобранном виде мы привезли в сорокатонной фуре.

Я участвовал в самом процессе строительства своими нежными писательскими ручками.

На дворе стоял февраль, морозы были не самые сильные, но ноги в моей не арктической обуви постоянно мерзли, ботинки мои моментально промокали в жидком снегу.

Но мы построили коробку дома достаточно быстро. Основная работа была сделана за четыре дня, с условием того, что работало нас шесть человек с раннего утра до позднего вечера. Обедов я с собой не брал, денег не было вообще, владельцы иногда подкармливали нас колбасой за их счет, за это им спасибо.

Когда коробка дома была закончена, началась моя пенсия. Я искал партнеров по всем темам, связанным с малоэтажным строительством, и приглашал их в наш проект. Это было увлекательным делом, моим форматом работы – я уже продавал КОТТЕДЖНЫЙ проект!

В итоге у меня все получилось. Я пригласил партнеров по лестницам, окнам, кровле, отделочным материалам и т. д.

Но самое главное – я воплотил в жизнь свою мечту, мечту № 348 «В» – сделать так, чтобы мое рабочее место было в кресле у камина и я мог жарить в нем охотничью колбасу! Естественно, камина у меня лично никогда не



было. Камин в качестве выставочного образца поставили мной приглашенные партнеры за их счет.

Я пожарил первый раз колбасу в камине на рабочем месте, и мне стало уже не так интересно, – мечта сбылась, дальше должна была родиться другая мечта. Но она пока плохо просматривалась, такая яркая, крайне сложная в осуществлении, в моем формате.

Зато когда клиенты заходили в наш дом в тот момент, когда я топил камин, они не хотели уходить: горящий камин – сильная штука в продажах.

Личное

Развод

Дома у меня было полное непонимание со стороны жены. Денег опять у меня не было, в мои перспективы она уже не верила. У нас были постоянные скандалы, она откровенно издевалась над моими планами на будущее.

Место работы у нее было постоянное. Продукты она покупала для себя и для ребенка. Хотя у нас холодильник был пока общим, но моих продуктов там не было. Одно время я около двух месяцев питался только лапшой собственного приготовления (простая мука), обжаренной на небольшом количестве растительного масла, с жареным луком и, в лучшем случае, вареными куриными лапками – самым дешевым субпродуктом.

В итоге, конечно после одобрения мамой, она предложила развод, что было вполне естественным.

Она даже предложила развод отметить, но я сказал, что для меня это не праздник.

Мы продолжали жить в одной коммуналке и иногда встречались «для здоровья».

Техническое

Технология продаж, пункт пятый

Выход из контакта

Этот пункт технологии продаж, пожалуй, самый важный, этим Вы заканчиваете цикл продажи. Выход из контакта должен быть таким, чтобы клиент захотел обратиться к Вам еще раз.

Я всегда стараюсь зафиксировать возможность позвонить клиенту еще раз. Например, спросить, не нуждается ли он в моих товарах или просто поинтересоваться его здоровьем.

А мое фирменное при выходе из контакта – это какая-нибудь шутка к месту. Вы наверно могли заметить, что с чувством юмора у меня, по меньшей мере, нормально.

Основная задача, которую нужно достичь при выходе из контакта, это запоминаемость. Вот с этим пунктом у меня всегда получается высший пилотаж. Я не иду на

презентацию, не имея какой-нибудь оригинальной фишки. Например, забегая вперед, когда я работал в фирме, занимающейся изготовлением профилей из металла, ходил и показывал образцы профилей. Ничего оригинального, профили как профили, все как у всех. Но у меня на веревочке к одному профилю была привязана моя визитка. Перед уходом я всегда заострял внимание клиента на этой детали, что неизменно вызывало улыбку. Казалось бы, мелочь, но я точно запоминался оригинальностью.

Что и требовалось.

ГЛАВА ДВАДЦАТЬ ПЕРВАЯ

Первые клиенты

Наконец у меня появился первый клиент на дом. Он владел сетью музыкальных магазинчиков. Сделал он заказ достаточно быстро, несмотря на то, что это был первый дом по такой технологии для нашей фирмы, не считая выставочного.

Пока я проводил с ним свою менеджерскую часть работы, все было нормально, но когда началось само строительство, положение поменялось.

На своем участке он оставлял доверенное лицо – свою маму, она постоянно фотографировала ход строительства и докладывала ему результаты.

Дело в том, что в строительстве существуют определенные допуски по размерам, но наши строители (четыре нормальных парня – узбека) под руководством шефов вытворяли такое! Например, нижний ряд панелей отклонялся от нужных размеров на десять сантиметров. Представьте – часть стены дома как бы висит над землей, не опираясь на фундамент.

Подобных ляпов было множество. Некоторые панели пришли к нам треугольной формы, хотя по проекту должны были прийти прямоугольными, их изготавливали в московской области представители одной из солнечных кавказских республик.

Наш первый клиент почти ежедневно присылал длинные электронные письма с фотографиями и ссылками на СНИПы с требованиями исправления ошибок.

Еще по незнанию и невнимательности моего руководства мы попали на скрытый подвох. В договоре клиент

добавил четкое определение шумоизоляции. Мои руководители, не вникая в детали, эти дополнения подписали. А потом, когда на практике начали реализовывать условия договора, оказалось, что стоит такая шумоизоляция бешеных денег. Клиент, оказывается, добивался этого, чтобы оградить домашних от своего музицирования.

Дополнительно ко всем бедам нас подводили поставщики. Оказалось, что в фирме нашего партнера, который установил нам кровлю на выставочный дом, такой бардак в головах сотрудников, что просто никак, кроме бредового бреда, такую работу не назовешь.

Эти ляпы отражались на прибыли и на моих ожидаемых процентах.

Но это все ерунда по сравнению со сложностями, которые я испытал со вторым моим клиентом, бывшим ФСБэшником.

Он появился в воскресенье, когда в выставочном поселке, кроме моего дома, все было закрыто. Походил, поспрашивал, ушел.

Ровно через неделю он пришел и заказал проект дома и осмотр его участка. То есть я получил второй заказ.

И началось!

Он приходил ко мне после бассейна, ровно в два часа каждое воскресенье, и начинал меня пытаться. Видимо, релакса в бассейне полностью он не достигал, ему нужно было еще и поизгаляться надо мной, бедным.

Основной лейтмотив моих попыток сводился к вопросу «когда?». Он исправно платил и хотел от меня услышать четкие сроки выполнения работ. Я не мог брать на себя ответственность за работу нашей бригады узбеков, я их не видел и не контролировал. Тем более такие ответы не входят по умолчанию в обязанности менеджера, сроки всегда прописаны в договоре, и отвечает за соблюдение договорных обязательств директор.

Но ФСБэшник пытал меня усиленно каждое воскресенье. Для меня два часа с четырнадцати до шестнадцати

были черными, я боялся этих двух часов и всю неделю думал о них непрерывно.

Как я смог перевернуть сложнейшую психологическую ситуацию кардинально – сам поразился!

Ожидаю я как-то его очередного прихода, мандражирую. Приходит, весь свежий, хорошо пахнущий и начинает в своей гестаповской манере. Я два часа подвергаюсь пыткам, доходит уже до угроз физической расправы со мной, бред полный. У меня от такого допроса начинает болеть голова, чего я раньше не замечал за собой. Я в какой-то момент прошу перерыв, объясняю, что у меня болит голова и мне надо выйти покурить.

Курю и думаю, ищу выход.

И он находится, вот оно!

Захожу обратно. ФСБэшник спрашивает:

– Ну, что будем делать?

Я:

– Дружить.

Он опешил – я был в роли поверженного, сильно волновался, нервничал, он вел инициативу. А тут вдруг я зашел, с улыбкой предлагая дружить! Спрашивает:

– Каким образом?

Я говорю уверенно:

– Все будет хорошо, Я НАСТРОИЛСЯ НА ВАШУ ВОЛНУ!

Он подал мне руку, попрощался и ушел.

Одна фраза, которую я нашел, помогла кардинально изменить ситуацию.

Зачет, уважение и уважуха!

Действительно, очень показательный опыт. Теперь я понимаю, что испытывает человек при психологических пытках в ФСБ.

Личное

Марина

Как-то я заметил девушку, гуляющую вокруг нашего дома и фотографирующую дом с разных ракурсов. Подошел к ней, разговорились.

Оказалось, что она – начинающий архитектор. А нам как раз нужен был архитектор. С моей подачи владельцы приняли ее на работу.

Не хочется мне как-то про нее писать. Все у меня с ней было по моей стандартной схеме, но она пожаловалась на мои личные ухаживания владельцам. Девочка была просто молодая умом.

Техническое

Что и как мы продаем

Работая в выставочном коттеджном поселке, есть возможность постоянно видеть вживую работу твоих конкурентов – я иногда сидел в доме у девочки-соседки, тоже менеджера подобного проекта. Видел, как у них сделан дом.

Я поражаюсь некоторым руководителям, которые в выставочном доме устраивают офисы. Заказчик приходит покупать не офис, а дом, домашний комфорт и уют. Так и покажи ему это, что тут сложного!

Еще один показательный пример.

Мой второй заказчик, ФСБэшник, дал мне один инструмент, который я использую в продажах постоянно. Это критерии оценки клиентом адекватности руководства компании-продавца, то есть важность деталей в форме подачи. Расшифрую – он мне сказал, что оценил компанию по трем основным моментам:

- трезвые строители.
- руководство ездит на хороших машинах.
- наш дом единственный открыт для посетителей в воскресенье.

По умолчанию основной поток посетителей предполагается в субботу и в воскресенье, человек смотрит дом в спокойной обстановке в нерабочее время. Если ты руководитель и не понимаешь этого, то у тебя не все в порядке с логикой и вообще с головой. Я, как клиент, никогда тебе не доверю построить дом своей мечты.

Работая в нашем выставочном доме шесть месяцев, я получил двенадцать заказов на дома только лишь благодаря элементарной логике. Результаты моих соседей-конкурентов с моими результатами даже близко не стояли.

ГЛАВА ДВАДЦАТЬ ВТОРАЯ

Выставка «Госзаказ»

Как-то нас пригласили принять участие в выставке «Госзаказ». Мы, наивные, думали, что на эту выставку приглашают избранные фирмы, которые в своей области являются лучшими на рынке.

Начали готовиться. Денег и энергии на подготовку к выставке ушло немерено, но мы надеялись получить крупные заказы.

И вот начало выставки. Выступили официальные лица, пробежались по стендам участников официальные представители различных госструктур – МВД, МЧС, ФСБ и т. д.

А потом началась культурная программа – выступления музыкальных коллективов, фуршеты, конкурсы, короче – элементарная, хорошо подготовленная в культурном плане пьянка.

И все пять дней в таком же ключе.

Я понял, что ожидать здесь получение заказов – нонсенс, и позволил себе расслабиться. Участвовал во всех конкурсах, ходил к соседям на рюмку коньяка и т. п.

Владельцы компании ничего этого не поняли и считали, что вел я себя на выставке не адекватно. У нас произошел крупный разговор, после которого я от них ушел.

Ушел опять в никуда. Ожидаемых процентов мне не заплатили, даже трудовую я забрал у них под угрозой обращения в суд.

Владельцы оказались элементарно жадными и непорядочными людьми.

Ну, да Бог им судья.



Личное

В поисках музыки

Работая над этой книгой, я сталкивался с большими трудностями. Какой путь написания выбрать?

Я размышлял над способом написания: должен ли я сделать это сам или лучше пригласить редактора? Каков для меня оптимальный способ сделать это быстро, качественно и красиво? Как получить «всё и сразу», да ещё с наименьшими потерями времени и денег?

Пробовал научиться методу слепой печати, но упражнения меня нервировали.

Кроме того, я искал способ сделать процесс написания книги максимально комфортным. А комфортная работа для меня – это общение с симпатичной, приятной девушкой. И вот я раскидал по интернет-ресурсам объявления о поиске помощника-редактора.

Получил несколько откликов. Встретился с парой-тройкой девушек. В основном эти встречи проходили под знаком заигрываний и выявляли «денежную» цель моих собеседниц. Девочек интересовал конкретный оклад и размер предоплаты. Я отметал такие варианты. Сами посудите: я не знаю ни стиля, ни характера работы своего потенциального редактора – таким образом, предоплата тождественна покупке кота в мешке.

Коммуникативные неудачи случались и на уровне текста. Так, после стилистической корректуры, которую я доверил одной из девушек, мои фразы становились уже не моими – лишёнными эмоционального заряда и первоначального оттенка значения. Изменяя слова, в которых была сконцентрирована вся острота текста, девушка-редактор невольно извлекала из него мою энергию.

Как бы там ни было, все эти неудачи вынуждали меня отметить вариант за вариантом, учили меня быть избирательным. И в какой-то момент я получил электронное письмо от девочки, которая отреагировала на моё объявление о поиске помощницы, и отреагировала без каких-либо вопросов о деньгах, как это обычно случалось. Я начал изучать это предложение. Посмотрел на фото: приятная, симпатичная девочка. Поискал её в интернете: второй курс, факультет журналистики, много фотографий, подружки. Нормальная девчонка. Позвонил ей, и мы договорились встретиться.

В день встречи, примерно за час до приезда Насти, у меня состоялся разговор с моим на тот момент руководителем. Разговор этот был для меня жизнеобразующим; его

исход решал судьбу одного из самых крупных моих проектов. И я выиграл, моя точка зрения победила. Но к концу этой длинной, хотя и в дружеских тонах, беседы я был выжат, как лимон. Но встречу с Настей не отменил.

Мы встретились. Моё первое ощущение: приятная девочка. Молодая.

Моё настроение в ту минуту, когда мы садимся за столик, оставляет желать лучшего. Мне хочется домой, хочется расслабиться. Но я переступаю через себя, и мы начинаем беседу. Обмениваемся краткими рассказами о себе. Но дальше разговор идёт ни шатко ни валко. И тут я спрашиваю её, чего она ждёт от нашего сотрудничества? Признания ли? Славы ли? Денег? А может, самовыражения? Она отвечает чётко: «Всего».

Я ставлю первые пять баллов. Я бы и сам дал тот же максималистский ответ. Молодец!

Рассказываю ей о своих предыдущих неудачных попытках найти помощницу. Упоминаю, что их средний возраст от 23 до 26 лет. «А тебе сколько?» – спрашиваю. – «Двадцать». Я охренел! Ещё пять баллов! Молодец, Настя!

Говорим дальше, и в какой-то момент я цепляюсь за фразу собеседницы о том, что в душе ей сорок пять лет. «Странно, – говорю, – мне в душе всегда было двадцать шесть». Оказалось, что по каким-то причинам она много лет живёт одна, и ей кажется, что это накладывает свой отпечаток. Какой взрослый ответ в устах двадцатилетней девочки! Меня зацепило еще раз.

Ещё одно. Я сразу честно сказал: мне нужен не просто редактор, которому я тупо заплачу, а он тупо сделает механическую работу. Мне нужен слушатель, друг, помощник, если угодно, муза. Она меня прекрасно поняла и призналась, что ей, пожалуй, тоже не нужен «сухой» оклад: как и меня, её вдохновляет другая работа – за идею, за самовыражение. Она и сама мечтает однажды написать книгу. А сейчас у неё период преодоления трудностей (и я «там» был), то есть такое время, когда важно чувствовать себя

музой. Той самой, которая мне и нужна. Потому что... ну не люблю я стучать по клавиатуре в одиночестве, сидя в прокуренной комнате.

А самое меня цепляющее было то, что Настя выдала очень важный аргумент – частичное совпадение моего литературного имени и ее фамилии. Не в начале нашей первой беседы, а в конце! Чувствуете разницу? Это сильный шаг, это уже пять звезд!

В итоге, уважаемый читатель, нравится Вам или нет, но Вы получили соавтора...

И решили мы с Настей издать первый томик моей книги.



ЭПИЛОГ

Мы не хотим, уважаемый читатель, злоупотреблять Вашим терпением, но интрига есть интрига, как же без нее!

Второй и третий томик моей, точнее, нашей книги будут еще интереснее. Настина книга «Про себя, любимую» будет не менее увлекательной, а фильмы, снятые по нашим книгам, будут бомбой в российском прокате.

Как говорится: спрашивайте в магазинах, ищите на прилавках, смотрите в кинотеатрах.

Приятного Вам ожидания.

*С уважением и благодарностью,
Дмитрий Епифан.*

P. S. Как вы думаете, уважаемый читатель, до чего дошли наши с Настей отношения?

