

ОГОНЬ ПРОДАЖ

ИЛИ КАК ПОЛУЧАТЬ НЕ ТОЛЬКО ДОХОД, НО И УДОВОЛЬСТВИЕ

ДАМИР НУРМУХАМЕДОВ

ТРЕНЕР ПО ПРОДАЖАМ, БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАНТ

Дамир Нурмухамедов

Огонь продаж. Или как получать не только доход, но и удовольствие

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=57109841
ISBN 9785005117847

Аннотация

Книга «Огонь продаж» – это результат многолетнего опыта реальных живых продаж и тренировок продавцов. Здесь нет сложных теоретических формул и выкладок. Книга написана для людей. Цель – дать технологию, которая позволит не только поднять доход от продаж, но и начать получать истинное удовольствие от самого процесса. Прочтите и примените ее – убедитесь сами в том, что продажи это радость.

Содержание

Огонь Продаж 5
Глава 1. Введение 6
Моя история продажника 6
Глава 2. Типичные ошибки и заблуждения 16
Я не продаю 18
Я уже 100 лет в продажах 23
Продажи – это стресс 27
Продажи – это манипуляции 30
Продажи – это навязывание 34
Я боюсь продавать 41
Я боюсь возражений 42
Я не люблю себя 45
Я не люблю людей 47
Конец ознакомительного фрагмента. 48

Огонь продаж
Или как получать не только доход, но и удовольствие
Дамир Нурмухамедов

Анастасия Емельянова *Редактор*
Фарида Нурмухамедова *Корректор*
Екатерина Сергеева *Дизайнер обложки*
Антон Усанов *Фотограф*
© Дамир Нурмухамедов, 2022
© Екатерина Сергеева, дизайн обложки, 2022
© Антон Усанов, фотографии, 2022
ISBN 978-5-0051-1784-7
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Огонь Продаж

или как получать не только доход, но и удовольствие

Глава 1. Введение

Моя история продажника

В 2001 году, когда айфонов ещё не было, а пейджеры пользовались популярностью, я впервые столкнулся с ненавистными продажами. Я – студент четвёртого курса юридического факультета Академии Права. Девушек на свидания фразой «пойдём погуляем» уже не пригласить. Начал понимать, что нужны деньги. Папа давал ровно на дорогу, поэтому часто я возвращался домой пешком. Репетиции КВН отнимали почти все время и не приносили ни копейки.

Я искал способ заработать и встретил в газете объявление с вакансией: «требуется курьер, зарплата 3500руб. в неделю!». Это как сейчас 35.000руб. в неделю! Ну, думаю, класс! Астрахань пешком обошел не раз, город знаю, ноги длинные – я лучший в мире курьер! Пришел на собеседование, которое проходило аж в ТРИ этапа. И в конце последнего этапа вдруг узнал, что работать буду не курьером, а продавцом книг… Конечно, никуда дальше не пошёл, ведь продажи для меня были самым ужасным занятием в жизни. Я – чемпион города по КВН, меня часто по телевизору показывают, буду ходить по офисам продавать книги? Ну уж нет. Спекулянты, барыги, торгаши, фарцовщики, обманщики, балабо-

лы и не только – вот кем я считал продавцов.

Через год, по окончании Академии, я переехал в Питер и там первая же работа – продажа книг! Я думал буду юристом. А юридический опыт у меня был тогда один месяц. Сказали: «С 1 месяцем не можем взять, но есть пост на продажу книг». Как меня колбасило, ребят! Представляете, ехал 1500 км из Астрахани от продаж и попал снова на продажи. Из Питера деваться было некуда, возвращаться обратно не собирался. Подумал: «Ну, ладно, раз судьба опять толкает в эту сферу, то попробую».

Первое время испытывал дискомфорт и искал способ быстрее стать руководителем отдела, так думал избежать продаж… Как бы ни так! Я сам продавал, ещё и других должен был научить. Жизнь на тот момент была на пике стресса. Каждый день десятки отказов! Меня посылали, игнорировали, вызывали милицию, штрафовали, подкалывали, истерили, соглашались и передумывали – всё плохое, что могло быть в продажах, со мной произошло. Я нарабатывал стаж, продавал ужасно, делал так, как делать нельзя. Все ошибки, о которых дальше расскажу, у меня были.

Я начал расти постепенно в продажах, дорос даже до РОПа. У меня было 80 дистрибьюторов книжных по СНГ. Но из-за того, что в голове сидела мысль, что продажами занимаются торгаши и спекулянты, часть дистрибьюторов отвалилась и руководство начало волноваться. Я облажался, меня спустили обратно до стажера. Отправили опять лично

продавать книги. Руки тряслись, кошмар!

И тут вмешался случай! Меня отправили продавать книги на семинары. Тогда в Питере была компания «Персонал ЭСТО», потом она выросла и стала уже знаменитой «ATManagement Group». У них головной офис во Флориде, США. Они приглашали крутых спикеров по продажам, маркетингу, отношениям. По 20—30 тысяч рублей стоили билеты на семинары. А я приходил туда продавать бизнес литературу на эти темы и не только.

Пока шел семинар, трафик – ноль, и я был вынужден, чтобы не скучать, слушать этих спикеров. И это было правильно, т.к. там я набрался много полезной информации. И в перерывах новую информацию на этих же ребятах и применял. И вот так часто я посещал эти семинары, так хорошо применял на практике, что меня уже начали приглашать самого, как тренера. У меня начал расти отдел продаж, повысили обратно до РОПа. Я стал ездить по городам, читать семинары. А когда узнаешь информацию и сразу применяешь – формируешь навыки, то становишься всё большим экспертом в этой области.

Сейчас я – Дамир Нурмухамедов: спикер, тренер, и бизнес консультант. Кого только не тренировал. Всю Россию уже охватил семинарами. Компании, которые обслуживал – это и бетонные заводы, и крутое Петербургское агентство «Мега групп», и «Московский лифтовый завод». И главное: ребята получают результаты, у них растут доходы! Сегодня у ме-

ня 4 бизнес-направления, в неделю минимум 2—3 семинара по 100—200 человек в зале. За все время больше 10.000 учеников уже прошло!

Провожу личное обучение для предпринимателей. Ко мне обращаются за советом действующие предприниматели, а мы с женой с удовольствием помогаем настроить бизнес-процессы, прописать стратегию, создать правильные должностные инструкции, нанять персонал, решить тысячу и одну задачу для роста и расширения компании клиента.

Еще я управляющий партнер крупнейшего в Петербурге сообщества начинающих предпринимателей «Бизнес-Квартира». Несмотря на то, что я соучредитель, помогаю там как менеджер по продажам, как руководитель отдела продаж, как спикер. Обожаю до сих пор продавать! Если менеджер зевнул, то я с удовольствием «ловлю» покупателя. Через меня проходят сотни студентов, помогаю им открыть бизнес.

Следующее направление – центр «Усилитель продаж», с 2015 года работает. Это тренинг-центр, где тренеры выезжают на точку к клиенту за прилавок, и тренируют, как правильно продавать. Компания заказывает услуги, а наши ребята едут, сначала сами разбираются в продукте, делают анализ, а потом начинают тренировать.

И, наконец, отдушина – любимый проект «10х клуб». Это обучающая платформа для мотивации и улучшения мышления с точки зрения финансов. Через обучение помогает стать человеку устремленным, живым, энергичным и цеп-

ким.

Идея написать книгу пришла не сразу. На книжных полках сотни и тысячи авторов, которые делятся шикарными знаниями. Зачем вам нужен я? Ответ прост. Я так ни разу и не встретил продавца, который по-настоящему кайфовал бы от самого процесса продаж. Годы тренировок показали, что братья и сестры по цеху испытывают грусть, печаль, апатию и стресс, занимаясь этим непростым трудом – продажами, т.е. любые эмоции, кроме радости и удовольствия. А человек создан, чтобы быть счастливым.

Кому-то сложно начать продажу, кто-то панически боится завершить сделку. Многие сомневаются в продукте, для некоторых общение с людьми уже стресс. Я хочу, чтобы вы шли на работу вприпрыжку и мечтали снова вступить в общение с очередным клиентом. Продажник занимается настолько важной деятельностью, что заслуживает хорошего настроения и восторга от работы. Разве не здорово?

Кому книга будет полезна?

Всем, кто хочет научиться продавать. Тем, кто считает, что продажи – это не его, и кто уверен, что уже достиг высот в этом деле. А еще…

– Менеджерам по продажам – тем, кто звонит, ездит на встречи, тусовки и т. д.

– Руководителям этих самых менеджеров. Внимательно читайте, и увеличите доход в 2—3 раза, применяя эту информацию.

– Владельцам компаний. Читайте книгу вместе с сотрудниками, и отдел продаж сможет в разы больше продавать.

– Сетевикам. Законы продаж работают и в традиционных и нетрадиционных бизнесах.

– Всем, кто общается с другими людьми. Если вы хостес, официант, врач и т. д. В любом случае вы общаетесь. Для вас тоже будет много полезной информации.

А побочный эффект материалов – это улучшение отношений в семье. Я – отец троих детей, у меня крепкая семья, поэтому знаю, о чем говорю! Если вы в отношениях, то посадите вторую половинку рядом, и читайте вместе, так эффект будет выше!

Что вас ждет в книге?

Идея создания этой книги в том, чтобы позволить всем, кто связан с продажами, наконец-то расслабиться и испытать удовлетворение. А на Земле каждый человек неразрывно связан с продажами, и я продам вам эту идею.

Вы научитесь себя любить. А это главная задача продавца – любить себя. Научитесь правильно реагировать на отказы, вместо того чтоб расстраиваться. Бывает человеку предлагаете что-то, а он говорит: «Ну, не знаю, я подумаю». И тут вот сразу осадочек небольшой. А если вам так 10—20 раз сказали, то осадок уже большой. Вспомните моменты, когда вам приходилось звонить в холодную или встречаться, и вы испытывали дискомфорт на этот счет. Вам было страшно назвать цену, неудобно задать вопрос покупателю. Воз-

можно, вы встречались со строптивыми клиентами, которые портили настроение. После прочтения книги вы будете готовы к этому, а если примените новые знания, то сформируете навык и будете играючи с этим справляться. Тараканов в голове переловите, уничтожите, и научитесь продавать с удовольствием.

Вы выясните, что такое фундамент продаж. Узнаете основополагающие факторы, из-за которых продажи не происходят. Познакомитесь с этапами продаж. Научитесь приветствовать клиента, когда он вам звонит или когда вы звоните. Поймете, что делать при встрече клиента в шоу-руме, и как завлечь людей, если они не заходят сами. Разберетесь, как спрашивать клиента о проблемах и болях. Как выявлять потребность, как продемонстрировать экспертность, чтобы клиент уже на этапе вопросов хотел купить. Представьте, вы можете так задать вопрос, что клиент, не дожидаясь презентации, скажет: «Я хочу, продайте, пожалуйста!» А вы будете с удовольствием продавать.

Еще узнаете, как сделать эффективную презентацию. И речь идет не о «Powerpoint», а о том, как представить продукт в выгодном свете, чтобы клиент с первых же минут понимал: «Да, это то, что я искал». Чтоб у него сработал щелчок, и он думал: «Как хорошо, что я общаюсь с этим продавцом, он предлагает ровно то, что нужно». Вы узнаете крутую технику продаж и обработки возражений, которая называется «Циркулярка продаж». Поймете, что такое возраже-

ния на самом деле, и как не вестись на них. А ведь это одна из фатальных ошибок продавцов, когда у покупателя в кармане лежит нужная сумма, он готов платить, но говорит «я подумаю», и продавец его отпускает. Больше вы так делать не будете.

Потом вы выясните, как поднять средний чек. Потому что до 80% денег прибыли некоторые компании теряют именно в этом месте, а в других средний чек – это чуть ли не самый важный показатель вообще в продажах. Если у вас получится увеличить средний чек, то вы будете получать больше денег. Иногда дополнительные товары по маржинальности в десятки раз выше самого продукта. На этом и делают деньги. В ресторанах быстрого питания главный источник дохода – это не бургеры, а картофель фри. Почему? Потому что там дешевый закуп и высокая цена реализации.

Дальше вы узнаете как сделать, чтобы клиенты возвращались и становились постоянными. Тенденция на мировом рынке состоит в том, чтобы сначала продавать либо в ноль, либо даже в минус, чтобы только получить клиента. А потом выстраивать отношения с ним навсегда, на всю жизнь.

Некоторые идеи я буду преподносить много раз под разным соусом. Не спешите перелистывать страничку – отнеситесь к этому как к терапии. Я много лет тренирую продажников и обнаружил, что повторение действительно мать учения. А еще рекомендую прочитать эту книгу дважды, потому что во второй раз вы поймете гораздо больше, а значит

и применить знания на практике получится гораздо эффективнее. Если у вас есть друг или подруга, которые как вам кажется, не получают удовольствия от продаж, а некоторые вовсе зареклись к этой теме больше не возвращаться, то подарите им экземпляр этой книги с теплым приветом от меня. Тот случай, когда книга будет реально лучшим подарком.

Более двух с половиной тысяч лет назад в Индии родился Сидхартха Гаутама. Он принес людям бесконечно привлекательную идею о достижении состояния бодхи. Люди поверили и начали практиковать. Благодаря Будде они узнали, что рождены для счастья, а удовольствие не порок. Что внутреннее состояние умиротворения важнее материальных благ. И деньги не стоят того, чтобы 5 дней в неделю по 8 часов находиться в ненавистном месте и заниматься нелюбимым делом. Вы достойны большего. Продажи увязли в рутине, стрессе и напряжении. Давайте исправим это!

Какой у вас будет результат?

Недавно парень, который был у меня на открытом семинаре, говорит: «Дамир, я применил твою технику по закрытию сделки. Общался с женщиной, взял и сказал, вот то, чему ты меня учил, слово в слово. И она тут же купила».

Я дам вам всю нужную информацию для успешного завершения сделки. Поэтому читайте до конца! Будет полезно, однозначно! А если до начала обучения представите нужный результат, то появится вероятность к нему прийти. Поэтому возьмите блокнот и запишите свою цель. Опишите подроб-

но, что хотите получить от прочтения этой книги, и только потом переходите к следующей главе.

Глава 2. Типичные ошибки и заблуждения

Почему не получается продавать по схеме: предложил – купили, предложил – купили… Это из-за убеждений в голове. Кто-то боится звонить, кто-то думает, что люди злые, кто-то говорит, стыдно продавать в колл-центре…

Хочу обрадовать: все проблемы, что есть в продажах, это не потому что вы какие-то ущербные. Нет, ни в коем случае. Система так устроена, что продажи, как будто бортанули так конкретно. Есть, конечно, звезды в продажах – они проскользнули как-то, научились сами. Но, как правило, продажники – это не те, кто где-то учился. Я не знаю ни одного учебного заведения, где учили бы техникам продаж, правильному общению, выявлению потребностей, закрытию сделок и т. д. Даже если что-то похожее есть, то там сидят теоретики, которые сами не продавали, а книжек начитались. А продавать учить должен тот, кто постоянно сам продает.

Продавец – это супер профессия! Продавец нигде не пропадет: если попадете в другой город или страну, то подучите язык и справитесь. Сможете легко получать согласие на что угодно, и без усилий убеждать других. Запомните! Единственный навык, который доставит доход – это продажи.

Моя мама – заслуженный педагог России. Она 40 лет обучает детишек английскому и немецкому языкам. У нее куча часов, она любит детей, а зарабатывает только 17.000руб.. А в продажах даже в самом начале вы уже будете минимум 30.000руб. зарабатывать, даже будучи студентом. Чем раньше начнете продавать, тем раньше начнутся доходы.

Если посмотрите цитаты миллиардеров, обнаружите, что у них всё сводится к тому, что руководитель должен уметь продавать. Когда общаетесь с сотрудниками, нужно продать идею, чтобы они шли за вами. Когда общаетесь с руководителем, должны правильно продавать себя, чтобы получить нужную оплату за работу. В продажах хоть сколько можно денег заработать, главное постоянно расти. Рост этот обеспечивается обучением. Поэтому переходим к ошибкам, убивающим продажи. Нужно их знать, чтобы суметь справиться! Тогда и доход вырастет и конверсия будет лучше.

Я не продаю

Одна из самых нелюбимых профессий россиян – продажники. А ведь продажники – двигатели прогресса. Если убрать продажи, сказать: «Всё, продажи запрещены», – то мир остановится. Сломается логистика, магазины закроются, а вы будете ждать пока помидор созреет на поле, чтобы его покушать. Будете голодать. Без продаж ничего не будет. Тем не менее есть балбесы, которые нападают на продажи и продажников и пытаются донести, что это плохо. Есть еще до сих пор товарищи, которые говорят: «Ааа, как вам не стыдно, вы купили за 100 рублей, а продаете за 120… Как же так, вот идите на завод работать!»

Нужно понять, что продажи – хорошая тема, и если вы посмотрите вокруг, то увидите, что нет ни одного предмета, который не участвовал бы в процессе купли-продажи. А большинство людей считает, что не имеет к продажам никакого отношения. Это фантастика! Вы тоже удивлены, что люди так думают?! А я в недоумении полнейшем, что БОЛЬШИНСТВО людей правда в это верит. Это как если бы люди в большинстве своем считали, что они не имеют никакого отношения к дыханию, движению, общению и жизни! Почему я так решил? Оглянитесь!!!

Вы ВСЁ ВРЕМЯ кому-то что-то продаете. Каждый день я, вы, да все, так или иначе, друг другу что-то продают. За день-

ги, за бартер, за поддержку, за похвалу, за любовь… Любое общение с целью убедить кого-то в чём-то – это продажа. И не имеет значения, насколько искусно вы это делаете… Согласие – вот чего вы добиваетесь.

– Грудничок «продаёт» маме идею, что пора есть, спать, гулять.

– Подросток «продает» папе идею о велосипеде, мопеде или езде за рулём авто.

– Жена «продает» мужу необходимость отпуска, шопинга, нового грудничка.

– Сотрудник, требуя повышения зарплаты, тоже «продает».

– Приглашая друзей на тусу, разве вы не «продаёте» им идею отличного отдыха в веселой компании?

Оглянулись? Поняли? Осознайте: продажи – это часть жизни! И настолько важная часть, что заслуживает особого внимания! Выходит, все мы продажники? Да! Все без исключения люди с самого рождения продают друг другу идеи, эмоции, товары и услуги. Поздравляю, вы тоже продавец! Теперь пора браться за дело! Я советую вам заниматься продажами на ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ уровне. Только экспертность позволяет контролировать этот процесс. Во всех остальных случаях остаётся только уповать на удачу.

Большинство продажников радуется закрытым сделкам и испытывает серьёзный стресс, если продажа не удалась. Развитие культуры продаж находится на средневековом

уровне, если сравнить этот институт хотя бы с медициной или техникой. Как неандерталец, дождавшийся в засуху дождя, продавцы жадно пересчитывают чистую прибыль с одной лишь мыслью: как это случилось? Удача – вот какой сегодня основополагающий фактор в продажах. Но это не должно быть так!

Я – Дамир Нурмухамедов, тренирую людей навыкам продаж почти два десятка лет. Мне довелось прикоснуться ко всем видам продаж. Я пробивался через жуткий скепсис и недоверие. Но каждый раз, когда люди начинали тренироваться, продажи вырастали. Вам никто не может помешать каждый день посвящать хотя бы 30 минут времени развитию в этой сфере. Это ВЫГОДНАЯ инвестиция времени. Регулярность процесса творит истинные чудеса. Попробуйте пару месяцев начинать рабочий день с перечитывания этой книги и выполнения заданий из нее. Деньги чисто из любопытства начнут заглядывать к вам и звать с собой друзей…

Задание.

– Наблюдайте за продажами. Замечайте успешные продажи.

– Найдите вокруг себя предметы, не меньше 10: одежду, мебель, ковры, что хотите. И вспомните, когда и при каких обстоятельствах они куплены.

– Отметьте для себя, после общения с какими продавцами вы были в хорошем настроении и… с покупкой! А после кого настроение было не очень? В обоих случаях просканируйте,

КАК продавцы общались?

– Обратите внимание на окружение. Кто из ваших знакомых обладает даром убеждения? А что именно он делает, когда применяет свой «дар»?

Ответьте на эти вопросы. И добро пожаловать во вселенную продаж!

У меня нет таланта продаж. Я рожден не для этого.

Я не прирожденный продавец. Нет у меня таланта в этом. Я не продавал в школе одноклассникам жвачку и леденцы. Никогда не мог никого уговорить согласиться со мной. Наоборот, был всегда в роли того, кому впаривают, навязывают и втюхивают. В детстве и юности был магнитом для подобного рода атак. Однажды я «выгодно» обменял свой велосипед на сломанный пластиковый бинокль… Я был самым заурядным неудачником-продавцом.

И что?! А то, что мне в самом деле очень и очень повезло! Моё обучение продажам строилось на полном осознании необходимости этого. Потому я впитывал как губка каждое слово крутейших спикеров по продажам мира. И как продавец-стажер, у которого ничего не получалось, был вынужден сразу применять изученное! Какие там продажи, я общаться-то толком не мог. Представляете?!

Отсутствие таланта – возможность стать профессионалом в той или иной деятельности. Недавно я смотрел прямую трансляцию Уколовой Катерины, которая мегапрофи по автоматизации отделов продаж. 3500 (!!!) кейсов. Боже-

ственно. Она с командой 80 level по построению продающих подразделений! Я понял, что в этом деле мне ещё учиться и учиться! Я разбираюсь в техниках продаж, но ещё столько предстоит узнать про систему… Когда человек открыт новым знаниям, когда силён в том, чтобы признаться самому себе в неспособности – он получает удовольствие от жизни!

Искусных продаж!

Я уже 100 лет в продажах

Есть два похожих понятия в русском языке Стаж и Опыт, однако между ними непреодолимая пропасть. Я часто слышу фразы типа: «Да я уже 15—20…100 лет в продажах! Чему меня ещё учить?» Или: «Я знаю всё о продажах, о возражениях, о товаре, о людях, обо всём… Зачем мне тренировки и семинары?»

Стаж без совершенствования мало что значит. Хотя, конечно, значит! Значит, что вы потратили время. Вот и все, что это значит. Если вы «ходили на работу» потому что «надо», не изучали продукцию, не интересовались технологиями, не посещали семинары и тренинги – вы набирали стаж. Другое дело опыт, т.е. накопление знаний и навыков. Это самая ценная инвестиция на свете. Это то, чего не отнять. Опыт плюс профессионализм равняются высокому уровню компетентности. Бывало такое, что вы как заворожённый слушали продавца и покупали товар только от чувства восхищения? Вы были в восторге от процесса продажи/покупки! И, вероятно, даже рассказали друзьям об этом случае как о событии. Что делал тот продавец? Он демонстрировал уверенность, компетентность и лёгкость.

А эти вещи достигаются с опытом. Опытом, наполненным тренировками и самосовершенствованием. Да, такой опыт также полон и неудач. Однако отличие профессионала с опы-

том от дилетанта со стажем в том, что первый не сдавался и корректировал себя, а второй впал в апатию. И вы наверняка попадали в ситуацию, когда нужно было что-то купить, но процесс покупки был так грустно-утомителен, что вы даже слегка жалели, что нет выбора продавца. Тот продавец был со стажем. И весь его стаж – это накопленные расстройства и неудачи. Вы для него «очередной».

Ошибка – это не учиться, а накапливать стаж. Когда вы начнете учиться, такие просторы откроются в плане новых видов деятельности! В 93 году, если бы вы зашли в магазин, и услышали: «Чем вам помочь, здравствуйте», – вы бы приятно удивились такому сервису. А если сейчас спрашивают: «Чем помочь?» – вы шарахаетесь и убегаете из магазина. Уже есть другие техники, изучайте их! УЧИТЕСЬ, ПРАКТИКУЙТЕСЬ, СОВЕРШЕНСТВУЙТЕСЬ! Начните сегодня! Выясните, что у вас получается не очень, и попросите руководителя или коллегу потренировать вас именно на эту ситуацию или аспект. А потом примените это в продажах, закрепите успех. Пусть слабость превратится в силу!

Больших продаж!

Я предприниматель. Мне не нужно уметь продавать.

Моя главная компетенция в жизни, помимо прочих – это продажи. Я люблю и умею продавать, и получаю удовольствие от самого процесса. И это, конечно, серьезное преимущество в жизни. Это навык, который пригодится везде и все-

гда. Как бы ни повернулась жизнь – я не пропаду. Я умею продавать.

Когда я вижу, как какой-то продавец косячит в продажах, меня переполняет радость. Ведь это означает, что мой продукт (обучение продажам) ещё долго будет востребован. Это здорово для меня, но не для владельца того магазина. Он, скорее всего, размышляет над системой мотивации и геймификации, над психологией людей и о тонкостях правильного найма, боится потерять «хоть такого» продавца. Тупик. И одна из причин такого положения дел – предприниматель сам слабоват в продажах.

К чему это ведёт? Владелец не продал идею о самоотдаче сотрудникам, и те работают спустя рукава. Он не нанял сильных специалистов в ключевые области компании, и получил бардак и смятение. Он не договорился о партнёрстве с серьёзными игроками на рынке, и поэтому пока довольствуется «школьной» лигой. Главный аспект здесь – это отсутствие сильного навыка продаж.

Напоминаю, продажи состоят не только в рассказе о товаре и выдаче кассового чека. Продажи пронизывают всю нашу жизнь. Кто плохо продаёт – меньше получает от жизни. В моем окружении много богатых людей, которые оперируют многомиллионными активами. У этих людей великолепно выстроены продажи. Восхитительно. Они монстры продаж. Это выражается в том, что пообщавшись с ними, я ловлю себя на мысли, что «купил» их идею, «купил» их об-

раз жизни, «купил» их продукт, «купил, купил, купил». И я не обманут! А реально кайфую, что купил всё это. Высший пилотаж.

Учитесь продавать, друзья, учитесь каждый день – это мега навык! Инвестируйте время и деньги в эту способность. Окупаемость приятно ошеломит. И запомните: предприниматель – это в первую очередь крутой продажник.

Доходных продаж!

Продажи – это стресс

Я больше 17 лет занимаюсь продажами. Все эти годы я обучал продавцов азам этого ремесла и тонким премудростям. Но есть вещи, которые лежат в основе продаж. Фундамент, без которого и отдел продаж и способности отдельных менеджеров хрупки.

По природе человек свободолюбив и тянется к удовольствию. Взгляните на свои усилия и побуждения и сами убедитесь в этом. Всё делается от желания получить наслаждение! А его дает классная музыка, тёплые объятия любимой, мягкая постель, победы в бизнесе, успехи в спорте, вкусная еда, беседа с приятным человеком, смс о поступлении средств, встреча с друзьями и многое-многое другое. Главный двигатель всех людей – стремление к удовольствию!

И в основе сделок, переговоров, обыденных и удивительных продаж лежит УДОВОЛЬСТВИЕ. Вы можете виртуозно заставить менеджера выучить десятитомник лучших скриптов и передать ему столетний опыт предыдущих поколений менеджеров, но поверьте, без удовольствия не будет ни продаж, ни долгосрочного сотрудничества. Он либо уволится, либо будет долго плохо работать.

Жизнь – это путь. Кто-то выбирает тернистый и трудный маршрут, кому-то нравится жить весело и беззаботно… Для каждого счастье своё! Так же и в продажах! В некоторых

компаниях продажи – это трэш и насилие, сотрудники загнаны в угол и терпят тиранию директивных методов управления. А где-то царит смех и радость, менеджеры ответственны без кнута, мотивированы на результат и умело зарабатывают для компании и себя впечатляющие доходы. Отношение к себе человек как будто заказывает. И правда, даже в одном коллективе кто-то получает по шапке ежедневно, а кто-то любимчик – это дело вкуса.

Идея в следующем: продавец должен получать удовольствие от процесса продаж. Покупатель должен получать удовольствие от общения с продавцом. Всё сводится к этому. Это мерило и критерий. Вы, как продавец, просто обязаны:

Знать, что покупатель может купить или не купить продукт – ваша задача сделать всё, чтобы заинтересовать и предложить.

– Готовиться к продажам умственно и физически.

– Чувствовать собеседника, ловить каждую интонацию.

– Понимать разницу между настойчивостью и навязчивостью.

– Желать помочь клиенту, заботиться о нём.

– Радоваться отказам, ведь благодаря им продажа так увлекательна. Нет продаж без отказов.

Запомните! Все так или иначе продавцы. Все постоянно кому-то что-то продают! Всегда! Так давайте делать это в УДОВОЛЬСТВИЕ!

Приятных продаж!

Продажи – это манипуляции

Технический прогресс идет впереди нравственного прогресса. Может даже показаться, что в этом плане общество деградирует. Многие вещи, которые раньше были за гранью добра и зла, становятся нормой! Нецензурная брань в общественных местах, разборки политиков с экранов, 50 оттенков серого в кино – этим уже никого не удивишь. Человек – приспособляемое животное…

Похожим образом обстоят дела и с двигателем рыночной экономики – продажами. Несмотря на обилие тренингов и психологических курсов, уровень ведения продаж отнюдь не стал выше. Продажи деградируют… Они увязли в болоте манипуляций и глупых техник, из-за чего само слово «продажи» вызывает чуть ли не брезгливость. Ситуация печальна, но не беспросветна. И вот с чего я предлагаю начать. Для начала всем вместе перестать вестись на манипуляции! Этим мы поможем рынку стать лучше.

Разница между манипуляцией и экологичной продажей состоит в том, что манипуляции всегда хитрость и обман, а экологичные продажи прямые и простые. Человек должен понимать, что ему продают и не напрягаться от этого. Похожие слова и выражения используют и добросовестные продавцы, и манипуляторы. Нужно уметь различать эти ситуации. Вот некоторые из частых манипуляций:

«Согласны, что снег холодный? Вот поэтому наш товар для вас лучший!». Припомните случаи, когда логика отсутствует, но есть такая мастерская игра слов, что не хочешь, а ведешься?

Будьте здесь и сейчас. Не теряйте бдительность. Пусть признание одного факта не заставляет вас соглашаться с остальным.

«Доверьтесь профессионалу! Ведь вы не знаете ничего в этой сфере, а я знаю все тонкости наизусть». Яркий пример: покупка гаджетов и техники – не знаю, но куплю, профи сказал, мне это надо.

Для защиты задавайте вопросы, уточняйте и проверяйте факты, просите сравнить для вас варианты. Придумайте, что у вас есть друг-профи и посмотрите на реакцию продавца.

«Не теряйте времени: последний товар в наличии, завтра подорожает, не тяните с решением, завтра станет только хуже…» Манипуляция известная, как создание ажиотажа.

Иногда приятно сделать быструю покупку, особенно, если товар и правда нужен уже сегодня. Только спросите себя – это точно Ваше желание? Завершить сделку здесь и сейчас – нормальная цель продавца. Однако, если есть ощущение, что вас торопят лишь для того, чтобы вы не успели подумать и хотят всучить что-то некачественное – возьмите паузу. Поищите информацию в интернете, спросите отзывы знакомых, зайдите в соседний салон, сравните варианты.

«Надо брать!» – трюк, который использует «стадный эф-

фект», создавая иллюзию живого интереса со стороны большого количества людей. Даже в разумных интеллектуалах силен животный инстинкт, к которому и пытаются взывать недобросовестные продавцы.

Не поддавайтесь. Если видите интерес людей к товару/услуге, не поленитесь спросить их мнение или отзыв, почему они совершают покупку, не потому ли, что «все берут, значит, надо брать!?»

«Покупайте, и жизнь изменится!» Все продажники знают, что люди покупают не товар или услугу, люди покупают новую жизнь. Поэтому и выходят старательно в презентации за границы ценности продукта. Все надеются, купив кофеварку, что она еще и завтрак в постель с круассаном организует.

Не забывайте: ни один товар не способен изменить жизнь. Это возможно, только если вы сами готовы приложить усилия, открыться для нового и быть активным! Уверен, теперь вы будете осознанно подходить к процессу покупок, тогда и продажи в нашей стране поднимутся на уровень, где продавец и покупатель получают удовольствие и от процесса, и от результата. Я точно знаю – это возможно.

Честных продаж!

Продажи – это навязывание

Первая проблема, с которой вы столкнетесь, ощущение, что продажи – это плохо, это спекуляция. Продажи – это когда кто-то кого-то обманывает. Продажи – это лечить, втюхивать, впаривать. Да все вы слышали эти слова.

Знаю, сложно будет полюбить девушку, про которую вам вчера рассказывали всякие гадости. Правда же сложно? Сложно пойти на работу устроиться, если в интернете прочитали килограмм плохих вещей про эту компанию. Даже если это неправда, всё равно будет досадно и вы будете думать: «Дыма без огня не бывает, что за ерунда, почему так происходит, ла-ла-ла». То же самое с продавцами, продажниками, торговцами, консультантами, менеджерами и т. д. Эта злая шутка уже случилась, и поэтому нужно отделить «мух от котлет».

Давайте разберемся с этим. Продажа – это когда вы помогаете человеку сделать выбор приобрести что-то, что ему поможет, что закроет его потребность, улучшит жизнь. Продажи – это когда вы хорошими способами, и логичными путями добиваетесь согласия.

А есть еще такое явление, как навязывание. Вы знаете, что это не нравится большинству покупателей. Вы чувствовали сами, что это не доставляет удовольствия самому продавцу. Что такое навязывание? По словарю – это «назойливо пред-

лагать, заставлять, принуждать принять что-либо против желания, против воли». Ого! Давайте-ка посмотрим – «против желания, против воли». В таком случае я всеми конечностями против навязывания. Потому что кредо успешных продавцов – ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ. Если человек заинтересовался, он будет иметь желание и волю. Он будет хотеть товар сам. А вы как продавец этого и добиваетесь.

Но как же быть с моментом продажи? Не путайте контроль с навязыванием. Когда вы в подходящий момент говорите покупателю «я вижу, вы сделали выбор, покупайте!» или «берите, не пожалеете», «вам идёт, покупайте», то вы помогаете преодолеть эти последние маленькие барьеры на пути к покупке, которую ОН ХОЧЕТ сделать. Ребят, это помощь. Вы – источник уверенности для покупателя. Вы помогаете развеять сомнения, подталкиваете его к удовольствию от покупки. Без вас человек уйдёт и будет жалеть, что не купил. Вы встаёте на его сторону в войне с жабой, которая его душила!

Мега продаж!

Хороший продавец закрывает 10 из 10 сделок.

Если вы увидели такой лозунг у бизнес-тренера, не вздумайте этому верить! И дело даже не в том, что это дрянная утопия, а в том, что это убивает вас и ваших продавцов!

КАААААК?!! (Читать с возмущением).

Это не правда. Если взять короткий отрезок и парниковые условия, то можно и ста людям подряд продать. Так проис-

ходит в гипермаркетах в канун новогоднего празднества. Так бывает в период ажиотажного спроса почти в любой нише. Но это неправда в долгосрочном измерении. А вам, конечно, нужны улучшения продаж именно в такой перспективе. Если посчитать продажи за год в соотношении с количеством тех, с кем вы так или иначе вступили в контакт, то процент продаж (конверсия) будет от 3 до 10 процентов. То есть в жизни даже у профессиональных обученных продавцов на долю презентаций приходится лишь некоторый процент удачных сделок.

Вы зашли в магазин, и продавец рассказывает-рассказывает, а вы ему говорите: «Да я только посмотреть зашел». И у него возмущение на лице: «Что, я зря это рассказал? Давай, бери!» И для покупателя это стресс. Было у вас такое, что вы купили что-то только из жалости к продавцу, потому что было неловко? Продавец в голове думает: «Я работаю, стараюсь, хочу, чтобы у меня купили, чтобы 10 из 10 у меня покупали».

И это ошибка, что 10/10 – это ХОРОШО… А любой другой результат – НЕУДАЧА. 100% конверсия единственная правильная. Если продал товар/услугу – молодец, не продал – лох, неудачник, растяпа. Это не будет сказано вслух, об этом подумают. Это будет читаться в глазах РОПа и коллег. Вопросы зададут о том, как вышло, что кто-то не купил, а не о том, как удалось закрыть сделку. Это узкий, однобокий взгляд на продажи.

Вы наверняка сталкивались с такой проблемой в жизни, когда чего-то хочешь сильно, а потом не получаешь и расстраиваешься. Особенно там, где этого ожидать не стоит. В продажах это заключается в том, что продавцы так или иначе хотели бы, чтобы все покупатели, с которыми они вступили в контакт, обязательно купили то, что им предлагают. Мышление продавцов так устроено, что они почти каждую продажу воспринимают, как личное дело, которое нельзя провалить.

А ведь чтобы совершить одну продажу, нужно получить девять отказов. Значит с каждым новым отказом вы ближе к продаже. Если у вас 8 отказов, значит кто-то уже сейчас точно купит. Нужно создавать прям накопительный эффект, много отказов – много радости. Но должна быть подсчитана конверсия: 1000 касаний> 100 презентаций> 10 сделок> N доход. Планируйте не только закрытые сделки, но и количество «непродаж». Когда «непродажи» – это часть плана, а не провал, тогда процесс продаж становится удовольствием. И это в корне меняет жизнь отдела продаж. Учтите, если у вас только отказы и вообще нет продаж, вероятно, этот продукт на рынке никому не нужен. Вы так можете радоваться, радоваться, но остаться голодным. Поэтому нужно знать свою конверсию, например, 9 отказов – 1 покупка. Поняли?

Даже если у продавца уже давно измерена конверсия, то есть процент продаж. Даже если он знает, что у него покупает каждый десятый или каждый пятый. Даже в этом слу-

чае он с большим трудом переносит вот эти 4 или 9 непокупок. Эти отказы он воспринимает, как личное оскорбление или неудачу. А это в корне неверно, потому что жизненные и физические процессы показывают, что существует принцип 80 на 20.

В воздухе лишь 20% нужного человеку кислорода. Когда вы дышите, вы вдыхаете весь объем воздуха, а забираете из него только кислород, и то не факт, что все 20 процентов. У вас получается сколько-то ухватить из 100% объема воздуха, и вы не расстраиваетесь по этому поводу, не переживаете, что 4 вздоха из 5 – это пустые вздохи. Наоборот, вы радуетесь, что есть возможность дышать, жить и наслаждаться жизнью. Правда? Вот в продажах тоже самое. Сам процесс продаж – как дыхание.

Вы продаете обувь. Ну не всем подходит один и тот же размер. У вас осталась последняя пара 34 размера. И человек с 42 размером врядли даже под натиском супер классного профессионального продавца, возьмет себе пару на 12 размеров меньше. Поймите, отказы существуют, они будут, и это нормально! Глупо обвинять себя в неспособности продать в такой ситуации.

Тогда чем закончить общение с таким покупателем? Извиниться и попрощаться? Нет. Закончите на позитиве. ПРОДАЙТЕ клиенту идею, что он может к вам вернуться, направить друзей, зайти на чашечку чая… и вообще вам было приятно в обществе такого замечательного человека! Создайте

приятные впечатления у клиента, когда он «не покупает», и он к вам вернётся. И вернётся не один. А еще вы улучшите этот мир. Ведь ваше хорошее настроение плюс хорошее настроение клиента станут началом волны, которая дойдёт до самых дальних берегов планеты.

Задание.

– Посчитайте конверсию на каждом этапе (из просмотра в заявку, из заявки в продажу и т.д.)

– Выясните, что было сделано, чтобы получить такую конверсию?

– Спланируйте, как повторить и усилить действия, приведшие к результату.

Желаю продаж в удовольствие!

Я боюсь продавать

Это боязнь в конце сказать: «Всё, берите, покупайте». Еще есть жесткая фраза «Давайте деньги». Продавец правда может сказать покупателю: «Давайте деньги, берите товар, всего хорошего». Это самая крутая команда. Ведь главная обязанность продавца – рассказывать о продукте и предложить купить, остальное мишура. Причина боязни следующая. Когда 2 покупателя из 100 говорят: «Я у вас не возьму, потому что вы мне навязываете». Продавец думает: «Ну все, не буду больше говорить „покупайте“, буду вокруг, да около, пусть сами догадываются».

Покупатели воспринимают только 5% сказанной информации о продукте. Есть разница между продавцом-экскурсоводом и продавцом-кассиром. Помните кассиров в магазинах, у которых задача только пропикивать товар и все? Вот вам тоже в конце продаж нужно всегда представлять, что вы кассир тетя Галя, и говорить: «С вас пять тысяч», без лишних вопросов. Не стесняйтесь. Если у вас от этого процент продаж вырастет, то плевать, что 2 человека из 100 скажут ахинею.

Смелых продаж!

Я боюсь возражений

Как-то раз я рассказывал про товар, и покупатель говорит: «А у меня денег нет». Я говорю: «Давайте я до конца описание товара расскажу и всё». И после рассказа он купил. Люди часто обманывают, что денег нет. Процент правдивости у покупателей очень низкий. Деньги есть, просто человек хотел другое купить.

Когда вам возражают, читайте между строк. Часто в возражении и есть подсказка, как товар продать. Не нужно вестись на возражения. Когда покупатели говорят: «Мне нужно посоветоваться» или «Я сейчас схожу до банка и вернусь», – чаще всего это ложь. Возражение – это просьба покупателя уговорить его.

Было у вас такое, что вы говорили продавцу, что денег нет, но на самом деле они у вас были? А было такое, что друг просил у вас деньги в долг, а вы отказали, сославшись, что денег нет, хотя они были?… Не волнуйтесь, вы, вероятно, таким образом сохранили эту дружбу. А, может: в магазине вы очень захотели купить товар, денег с собой на самом деле не было, но… вы организовали с помощью пары телефонных звонков необходимую сумму?

Если на все три вопроса ответили да, то больше вас не должно волновать возражение «Денег нет». Деньги есть всегда. Лишь интерес определяет их наличие. И если повли-

ять на наличные в кошельке клиента вы не можете, то вот с интересом все гораздо проще.

Интересных продаж!

Я не люблю свой продукт и компанию.

Есть такие сотрудники, которые тихо сидят и ненавидят свой продукт и свою компанию. Были случаи, когда я проводил семинар, а мне кричали: «Да у нас плохой продукт». Ребята, это ошибка. Если у вас не первый год уже идут продажи, то у вас точно не плохой продукт. Это хороший продукт. На каждый товар всегда найдется своя целевая аудитория. Просто надо наизусть знать плюсы продукта!

Когда продавец знает плюсы продукции, то он начинает любить и верить, что продукт хороший. Еще лучше попробовать продукт на себе и тогда будет легче. У моих знакомых расчески стоят по 17.000 рублей. И они продают, это у них ходовой товар. Я их продавцу посоветовал, когда покупатели спрашивают, почему так дорого, отвечать: «Я тоже вначале подумала, что бред цена, но в итоге, смотрите, какие у расчески плюсы! И перечислять все 20 плюсов расчески».

Если продавец любит свою компанию, ему легко продавать, доносить информацию до покупателя. Покупатели это чувствуют всегда. А если плохая у вас компания, сделайте ее лучше, внесите вклад в развитие. Выясните преимущества фирмы, разузнайте об истории возникновения. Узнайте о миссии и целях учредителя. Наверняка есть множество положительных отзывов – прочтите их. Спросите у коллег,

чем компания и ее услуга или товар зацепила их. Вы найдете тысячу и одну причину заново влюбиться в компанию и в то, что вы продаете. А вслед за вами ее полюбят и покупатели.

Задание.

– Тщательно изучите свой продукт, товар или услугу. Узнайте об этом все возможное. Ориентируйтесь на такой стандарт: «Я могу ответить на любые вопросы о товаре, продукте или услуге… А когда вопросы закончатся, продолжу рассказ о нем ещё на полчаса…»

– Напишите на листе бумаги 20 плюсов товара/услуги и 20 плюсов компании. Напрягите мозги. Не ленитесь.

– Выучите эти плюсы наизусть. Да-да. Наизусть. Это реально поможет легче продавать. Проверьте.

– Постоянно узнавайте новое о вашем товаре. Находите ещё плюсы и снова выучивайте их наизусть. Вашему профессионализму нет предела. А знание товара – это часть профессионализма.

Успешных продаж!

Я не люблю себя

Представьте грустного продавца. Когда продавец не любит себя, он чувствует неуверенность. Вы же не видели уверенного, но не самовлюбленного человека? Вы, как правило, покупаете, потому что человек вселил в вас уверенность, что товар нужно брать, он нормальный, все будет хорошо. А чтобы вселять уверенность в других, нужно в первую очередь хорошо относиться к себе.

Общался я с одной девушкой, и она говорила, что не достойна хороших мужчин, и поэтому будет встречаться с дураком! Это кошмар! Видите, что такое не любить себя!?

Задание.

Напишите 20 плюсов о себе. Посмотрите на себя в зеркало до и после. Вы реально изменитесь, лицо станет другим. Потому что, когда вы напишете свои достижения и навыки, начнете себя чувствовать лучше, увереннее! Пишите конкретно вещи, за которые вы собой гордитесь, за что вас окружение уважает и ценит. После выполнения этого задания произойдет скачок вверх.

Любвеобильных продаж!

Я не люблю людей

Если покупатель не нравится продавцу, то это всё, приехали… Люди чувствуют истинное отношение к ним. Когда приходит скандальный клиент, неопытные продавцы могут выдать негатив в ответ. А представьте, если вместо этого дать наоборот позитив и понимание. Клиент почувствует это, и признается даже, что это он сегодня в плохом настроении из-за определенной ситуации, а так-то он спокойный. И сразу станет другим человеком! Потом такие люди превращаются в адвокатов бренда, общаются с вами по-дружески.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

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