

12+

**ПРОДАЖИ
БАНКРОТСТВА
ФИЗЛИЦ ОТ А ДО Я**

**ПРАКТИКА, ОПЫТ И РЕАЛЬНЫЕ КЕЙСЫ
ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ, РОПОВ
И СОБСТВЕННИКОВ КОМПАНИЙ**

ДМИТРИЙ СМОРОДИНОВ

Дмитрий Смородинов
Продажи банкротства
физлиц от А до Я.
Практическое руководство

<https://litres.ru/74142907>

ISBN 9785006569447

Аннотация

Первая в России книга-практикум по продажам банкротства физлиц. Без воды — 17 заданий и десятки техник, которые используют лучшие менеджеры.

Внутри: работа с возражениями, психология клиента, скрипты, управление контактом, карьерный рост менеджера. Автор прошёл путь от менеджера до операционного директора. Более 15 лет в продажах и управлении.

Для тех, кто хочет не просто продавать, а понимать, что стоит за словами клиента, и превращать сомнения в договоры.

Содержание

Глава 1. Введение	5
Об авторе	7
Основные цели и задачи книги	10
Глава 2. Продажи услуг банкротства физических лиц	14
Введение в продажи услуг банкротства физлиц	16
Стань экспертом по банкротству: востребованная профессия на растущем рынке	27
Самомотивация, настрой, личные убеждения и энергия. Профессиональное выгорание	34
Борьба со страхами менеджера	57
Портрет клиента. Типология и сегментация клиентов	69
Варианты решения финансовых проблем глазами клиентов, их плюсы и минусы	80
Конец ознакомительного фрагмента.	87

Продажи банкротства физлиц от А до Я

Практическое руководство

Дмитрий Смородинов

Дизайнер обложки Мария Фролова

© Дмитрий Смородинов, 2026

© Мария Фролова, дизайн обложки, 2026

ISBN 978-5-0065-6944-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Глава 1. Введение

Добро пожаловать! Если вы держите эту книгу в руках, значит, всерьез настроены развиваться в сфере продаж услуг банкротства физических лиц (БФЛ) — одном из самых перспективных направлений на юридическом рынке России. Независимо от вашего опыта, будь то первые шаги в продажах или годы практики, эта книга станет вашим надежным помощником. Менеджерам по продажам она поможет добиться профессионального роста и увеличить доход, а руководителям и владельцам компаний — вывести бизнес на новый уровень. Здесь вы найдете конкретные инструменты для значительного увеличения продаж БФЛ.

Забудьте про бесполезные курсы и устаревшие тренинги! Забудьте про переводы американских книг по маркетингу из 90-х! Забудьте про обещания мгновенного успеха от инфоцыган! Это, пожалуй, первая в России книга-практикум по продажам БФЛ. Здесь вы найдете только проверенные стратегии и реально работающие техники, которые можно внедрить в работу прямо сегодня.

В этой книге вы найдете ответы на вопросы, возникающие в процессе работы. Вы узнаете, как повысить эффективность продаж на всех этапах — от первого звонка до заключения договора. Научитесь понимать потребности клиентов, оказавшихся в сложной финансовой ситуации, чтобы пред-

ложить им оптимальное решение. Получите в свой арсенал эффективные методы работы с возражениями, которые позволят уверенно преодолевать сомнения и заключать сделки. Освойте стратегии построения долгосрочных отношений с клиентами, основанные на доверии и экспертизности. А если вы руководитель, то найдете здесь идеи по оптимизации работы отдела продаж, мотивации сотрудников и масштабированию бизнеса в сфере БФЛ. Вместе мы построим эффективную систему продаж, которая будет приносить стабильный и прогнозируемый доход.

Эта книга — не просто набор советов, а инвестиция в ваш профессиональный рост и успех вашего бизнеса. Независимо от того, являетесь ли вы менеджером, стремящимся к новым достижениям, или руководителем, нацеленным на развитие компании, вы найдете здесь ценные знания и практические инструменты.

Готовьтесь к тому, что ваши показатели продаж взлетят!

Об авторе

Прежде чем вы погрузитесь в мир продаж банкротства физических лиц, давайте познакомимся. Меня зовут Дмитрий Смородинов, я более 15 лет работаю в сфере юриспруденции, развивая юридический бизнес, продажи юридических услуг и погружаясь в тонкости маркетинга в сфере права. Участвовал в реализации ряда проектов с Минюстом, ФСИН, ФМС России и правительством Московской области, отмечен благодарностью министра юстиции РФ. Я выступаю на профильных мероприятиях, публикую статьи в специализированных СМИ и являюсь соавтором серии книг «Жизнь без долгов».

Если отбросить формальности, то скажу проще: с 2020 года я полностью посвятил себя нише банкротства физлиц. Я люблю свою работу, и мне нравится то, чем я занимаюсь. Это хороший и честный бизнес, который меняет жизни людей к лучшему, дарит им надежду и делает их счастливее!

Так уж сложилось, что практически вся моя профессиональная деятельность связана с юриспруденцией. Я родился и вырос на Северном Кавказе, служил с 2002 года во Внутренних войсках МВД России (ныне Росгвардия) в Северной Осетии, Чечне и Москве. В 2007 году я завершил военную карьеру.

Это было время, когда российские интернет-пользователи

активно осваивали форумы, а социальные сети только набирали популярность. Именно тогда я создал свой первый сайт, а затем запустил юридический форум, который стал одним из крупнейших в России и вошел в топ-3 в своем сегменте.

Многие только во время пандемии COVID-19 задумались о построении удаленных команд, а я еще тогда руководил небольшой группой фрилансеров. Вероятно, именно этот период жизни во многом определил дальнейший вектор моих профессиональных интересов. Почти вся моя дальнейшая карьера была связана с юриспруденцией, IT, маркетингом и продажами.

Спустя некоторое время форум стал известным и популярным интернет-ресурсом, который привлек внимание команды юристов, связанных с судебным ТВ-шоу «Суд присяжных» на НТВ. В итоге мы объединили наши проекты и усилия, и я два года работал в должности исполнительного директора юридического СМИ.

Это были интересные задачи по взаимодействию с федеральными и региональными органами власти, коммерческими и некоммерческими организациями — интересный опыт в сфере юридического PR и построения юридического бизнеса. Спустя два года мы поняли, что у нас несколько отличается видение, как развивать проект, поэтому наши пути разошлись, но, как говорится, это уже совсем другая история.

Перед тем как начать работать в сфере банкротства физи-

ческих лиц, я руководил направлением продаж и развития в крупной консалтинговой компании. Основными нашими клиентами были компании из сегмента b2b, и среди них были такие известные имена, как политическая партия «Единая Россия», немецкий производитель автомасел Liqui Moly, инвестиционно-строительный холдинг Avenue Group с портфелем проектов на сумму около 1,5 млрд долларов и другие.

Помимо b2b, мы также предлагали b2c-услуги, включая банкротство физических лиц. Однако это были не массовые продажи, а скорее индивидуальные решения для клиентов с долгами на десятки миллионов рублей.

В массовый сегмент БФЛ я пришел в 2020 году, в разгар пандемии COVID-19. Именно здесь мне пригодился весь накопленный опыт и навыки. В этой книге я расскажу об особенностях продаж услуг банкротства физических лиц, уникальных техниках и приемах работы с возражениями, а также о том, что нужно, чтобы вам стать успешным менеджером и расти как в карьере, так и в финансовом плане. Изучив эту книгу, вы получите не только теоретические знания, но и практические инструменты, которые помогут вам добиться успеха в продажах услуг банкротства физических лиц.

Основные цели и задачи книги

Рынок банкротства физических лиц — это, прямо скажем, не прогулка в парке. Это сложные, «тяжелые» продажи. Как говорит один мой коллега, и я с ним согласен: «Это продажи, когда нужно продать людям, у которых, по сути, уже нет денег». Тут уже надо уметь убеждать и вселять надежду!

Мир не стоит на месте: меняется законодательство и судебная практика, изменяются бизнес-стратегии компаний. И сами клиенты не такие, какими были несколько лет назад, — старожилы рынка это подтвердят. Поэтому крайне важно не останавливаться в развитии. То, что было востребовано и актуально год, два или три назад, уже завтра может устареть. Именно поэтому я всегда стремлюсь к развитию — постоянно учусь и делюсь полученными знаниями с коллегами.

На мой взгляд, сейчас одна из основных проблем рынка банкротства физических лиц — это недостаток сильных, профессиональных менеджеров, что приводит к низкой эффективности продаж, упущенной прибыли и недовольству клиентов. Проблема кроется в обучении: продавцов практически не учат. За последние годы мне пришлось провести сотни собеседований. Часто на интервью я спрашиваю о предыдущем месте работы и обучении кандидатов. Подавляющее большинство соискателей с опытом в продаже услуг банкротства физических лиц говорят, что у них было толь-

ко вводное ознакомление с продуктом, после чего они сразу переходили к продажам. Лишь немногие рассказывали о системном обучении продажам и продукту, и еще меньше — о наличии систем адаптации и наставничества для новичков.

Рынок банкротства физических лиц в России все еще находится на стадии становления. В отличие от других секторов, здесь пока нет явно доминирующих компаний, задающих правила игры. Большинство участников — небольшие юридические фирмы, которые в силу ограниченных ресурсов не могут позволить себе масштабное обучение сотрудников и построение эффективных отделов продаж. Однако более дальновидные участники рынка инвестируют в развитие своих команд, осознавая, что это ключевой фактор успеха. Это создает спрос на практические знания, адаптированные именно к специфике продаж услуг банкротства.

Книг и статей о продажах написано множество, но я до сих пор не встречал ни одного практического руководства для менеджеров, занимающихся продажами услуг банкротства физических лиц. Именно поэтому я решил написать эту книгу, в которой собрал свои многолетние знания и опыт.

Эта книга — не просто сборник теорий, а ваш пошаговый план действий для достижения успеха в продажах услуг банкротства физических лиц. Вы освоите все нюансы продаж услуг БФЛ, как в офисе, так и онлайн. Вы научитесь не просто продавать, а решать проблемы клиентов, строить доверительные отношения и уверенно отвечать на лю-

бые возражения клиентов, будь то «дорого», «нет денег», «страшно», «какие гарантии?», «боюсь потери имущества» или «мне нужно посоветоваться». Вы овладеете современными техниками продаж, оптимизируете работу команды, мотивируя коллег и создавая сплоченную атмосферу для роста продаж. Книга поможет избежать типичных ошибок, развить навыки ведения переговоров и предотвратить выгорание, обучив правильной организации времени и поддержанию мотивации.

Вы научитесь создавать исключительный клиентский опыт, укрепляя лояльность и получая рекомендации, а также узнаете, как создать сильную корпоративную культуру для максимальной эффективности команды. Книга станет вашим проводником к новым карьерным и финансовым высотам. Я научу вас, как максимально эффективно использовать свои умения и знания, чтобы достигать поставленных целей и увеличивать доход.

Это первая в своем роде книга-практикум по продажам БФЛ с 17 практическими заданиями для отработки навыков и десятками техник и приемов, увеличивающих конверсию. Проанализируйте текущие методы, разработайте новые стратегии, отточите мастерство на реальных кейсах — и наблюдайте за ростом вашей карьеры и доходов.

Постарайтесь записывать свои мысли, идеи и выводы, возникающие в процессе чтения книги. Это позволит вам не просто прочитать книгу, а в некотором роде стать ее соавто-

ром — создать персонализированное руководство, которое будет учитывать особенности именно вашей компании и отражать ваш уникальный опыт.

Активно взаимодействуйте с текстом: размышляйте, задавайте себе вопросы, обсуждайте свои идеи с коллегами и сразу же применяйте полученные знания на практике. Активное взаимодействие с книгой поможет вам не только лучше усвоить материал, но и выработать собственный уникальный подход к продажам, который будет приносить вам стабильные результаты. Такой подход обеспечит глубокое понимание материала и быструю интеграцию его в вашу работу. Знания без практики бесполезны. Я искренне надеюсь помочь вам стать профессионалами продаж, увеличить свой доход и улучшить качество жизни.

«Трудно что-то продавать, если ты этим не горишь» — и я надеюсь зажечь у вас ту самую искру, которая приведет вас к успеху и признанию в профессиональной сфере. Я надеюсь, что эта книга не только даст вам знания и навыки, но и поможет полюбить свою работу, а также искренне поверить в ценность услуг, которые вы предлагаете, ведь банкротство — это шанс для людей начать жизнь с чистого листа. Желаю вам увлекательного чтения и профессиональных успехов!

Глава 2. Продажи услуг банкротства физических лиц

Продажа БФЛ — это больше, чем работа, это, ребята, миссия! К нам приходят не от хорошей жизни, а когда долги душат, когда кажется, что выхода нет. Люди приходят с последней надеждой, и мы должны не просто «впарить» услугу, а стать их спасательным кругом, проводником в новую жизнь без долгов, дать им шанс начать все с чистого листа.

Я никогда не забуду своего первого клиента в БФЛ. Пришел мужчина, замученный долгами, недоверчивый, но с искоркой надежды в глазах. А после встречи сказал: «Знаете, я впервые почувствовал, что вы действительно хотите помочь, а не просто на мне нажиться». Вот это, наверное, самая крутая награда, когда понимаешь, что делаешь что-то важное.

Поймите, БФЛ — это не просто техники продаж, это умение разговаривать с людьми, особенно когда им плохо. Вы должны быть уверенными в себе, устойчивыми к стрессу, ведь люди приходят к нам на грани срыва. Наша задача — не добить, а дать надежду и четкий план действий.

В этой главе мы обсудим ключевые аспекты эффективной работы в сфере банкротства физлиц. Вы узнаете, как мотивировать себя, избегать профессионального выгорания, создавать положительный настрой и работать с разными кли-

ентами и их потребностями.

И пока читаешь эту главу, думай о том, как ты можешь применить эти знания в своей работе, как ты можешь стать тем самым человеком, который спасет кого-то от долговой ямы. Ведь это и есть наша главная миссия!

Введение в продажи услуг банкротства физлиц

Вы наверняка знаете, что порядок банкротства граждан на регламентирован главой X федерального закона Российской Федерации от 26 октября 2002 года №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)». Но давайте договоримся сразу: эта книга — не про юридические дебри. Мы здесь чтобы, чтобы отточить ваши навыки продаж, а не спорить о трактовках законов.

Тем более, сами знаете, как бывает: «Два юриста — три мнения». Разные компании могут предлагать разные подходы к подготовке документов, разные дополнительные услуги... В общем, юристы разберутся сами. А мы сосредоточимся на том, как сделать так, чтобы клиенты выбирали именно вас и вашу компанию. Наша задача — научиться продавать уверенно, этично и эффективно.

Если, помимо техники продаж, вам важны и юридические аспекты процедуры банкротства, рекомендую обсудить их с вашими коллегами-юристами или обратиться к книге «Жизнь без долгов. Инструкция по применению» (дополнительная информация о книге будет позже в списке рекомендуемой литературы). В ней мы с коллегами подробно описали процедуру банкротства физических лиц в России.

Что общего у «Маленького принца» и продаж БФЛ?

Недавно коллега прислала сообщение: «Читала детям на ночь „Маленького принца“ Антуана де Сент-Экзюпери и вдруг обратила внимание, сколько там про продажи и БФЛ!».

Признаюсь, сначала я подумал: «Что за ерунда?». Но потом задумался... И знаете, она права! Вдумайтесь: «Маленький принц» — это ведь история про отношения, про понимание, про умение видеть суть вещей. А что такое продажи, особенно в такой чувствительной сфере, как банкротство? Это тоже про отношения, про понимание боли клиента и про умение предложить ему решение.

Например, взаимодействие Маленького принца с разными персонажами на разных планетах — это аллегория взаимодействия с клиентами, демонстрирующая важность понимания их потребностей. Отношения Маленького принца с Лисом, основанные на искренности и постепенном доверии, наглядно показывают, насколько важен этот принцип в продажах. Доверие — ключевой фактор успеха в сфере БФЛ. Наконец, способность Маленького принца объяснять сложные истины простым языком — это умение доносить суть дела до клиента, избегая сложной терминологии, которая может его спугнуть. В сфере БФЛ такая способность — значительное преимущество. Именно поэтому умение находить общий язык, строить доверительные отношения и убе-

дительно доносить информацию, которые так ярко показаны в «Маленьком принце», являются крайне важными навыками для успешных продаж в сфере банкротства физических лиц.

Давайте взглянем шире: продажи пронизывают каждую секунду нашей жизни! Убедить друга посмотреть конкретное кино или договориться со второй половинкой о выборе блюд для ужина — все это тоже своеобразные продажи и работа с возражениями. Неудивительно, что даже в сказках мы обнаруживаем элементы продаж и переговоров. Таким образом, развивая навыки продаж, вы становитесь успешными не только на работе, но и в повседневной жизни, что делает ее более гармоничной и эффективной. И если вы хотите повысить свою эффективность и достигать успеха как в профессиональной сфере, так и в повседневной жизни, то вам просто необходимо развивать в себе навыки продаж!

Что такое продажа?

Вы когда-нибудь задумывались, что именно представляет собой продажа?

Максим Батырев, известный бизнес-спикер и предприниматель, дает следующее определение: «Продажа — это обмен денег клиента на его более качественное будущее с нашими товарами и услугами».

Михаил Гребенюк, предприниматель, коуч и эксперт по

продажам, предлагает иное определение: «Продажи — это способность делать так, чтобы люди принимали убеждения, которые вам нужны».

Именно гибрид этих двух определений, на мой взгляд, наиболее точно отражает суть продаж в сфере банкротства физических лиц, где важно не только продать услугу, но и сформировать у клиента правильное убеждение о ее ценности:

«Продажа услуг БФЛ — это процесс, в ходе которого клиенты принимают нужные нам убеждения и платят за лучшее будущее с нашими услугами».

Именно поэтому умение убеждать и внушать доверие, о которых мы говорили ранее, так важны для успешных продаж в сфере БФЛ. Продажа услуг банкротства физлиц — это торжество обмена, где обе стороны получают то, что желают. Клиенты обретают уверенность и жизнь без долгов, а мы — удовлетворение выполненной миссией. Понимание истинной сути продаж и применение этого подхода на практике поможет вам стать успешным менеджером по продажам услуг банкротства физических лиц.

Банкротство физических лиц — один из наиболее специфических и востребованных сегментов российского юридического рынка. Это сложный многогранный процесс, включающий ряд юридических процедур и формальностей, призванных помочь должнику реструктурировать или списать долги.

Особенности продаж услуг БФЛ

Возможность проведения процедуры банкротства физических лиц появилась в России после изменений в законодательстве 2015 года. С тех пор эта услуга стала важной частью юридического бизнеса, предоставляя гражданам шанс на финансовое оздоровление.

Специфика продаж услуг банкротства физлиц заключается не только в понимании юридических тонкостей, но и в понимании человеческой психологии, а также в умении работать с клиентами, находящимися в стрессовой ситуации из-за финансовых проблем. Вы же помните ту фразу про БФЛ: забрать деньги у того, у кого их вроде бы нет? Да, продажи услуг БФЛ непростые, но очень интересные.

Недавно я летел из Москвы в Чебоксары рейсом «Победы» и обратил внимание на интересную ценность, которую продвигает авиакомпания. Эта ценность звучит как «Моя мама на борту», что означает, что сотрудники компании относятся к своим клиентам с таким же вниманием и заботой, как к родному человеку. Согласитесь, эта философия заботы и внимательности очень применима и к нашему взаимодействию с клиентами.

Когда мы говорим о продажах услуг БФЛ, мы имеем в виду не просто формальный процесс работы с документами и договорами. Для клиента осознанный подход означает готов-

ность активно участвовать в процессе и выполнять все необходимые требования, а для менеджера — глубокое понимание ситуации клиента, умение выстраивать доверительные отношения и профессионально решать возникающие вопросы.

Продажа юридических услуг по банкротству физических лиц — это процесс, требующий осознанного подхода как от клиента, так и от менеджера, и он кардинально отличается от продажи товаров или других услуг.

Именно поэтому продажи в сфере банкротства физических лиц — это не просто работа, а важная миссия, требующая не только профессиональных знаний, но и глубокого человеческого участия. В отличие от продажи товаров или других услуг, где клиент, как правило, четко понимает свои потребности, в сфере БФЛ мы имеем дело с людьми, находящимися в состоянии стресса и неопределенности, что требует от менеджера особой эмпатии и терпения.

Задача менеджера — не просто предложить услугу, а показать клиенту, как процедура БФЛ поможет ему выйти из сложной ситуации. Понимание специфики продаж в этой сфере позволяет выстраивать более глубокие и доверительные отношения с клиентами.

Во-первых, юридические услуги часто вызывают у клиентов множество вопросов и сомнений. Поэтому менеджеру важно уметь объяснять сложные правовые категории простым и доступным языком. Хороший менеджер — это тот,

кто умеет слушать и понимать клиента, осознавая его потребности и опасения.

Во-вторых, люди, обращающиеся за помощью в банкротстве, часто находятся в сложной жизненной ситуации и испытывают сильные эмоциональные и финансовые нагрузки. Менеджерам по продажам необходимо проявлять максимум уважения, понимания и чуткости при взаимодействии с такими клиентами. Здесь принцип «Моя мама на борту» становится крайне актуальным: каждый клиент должен чувствовать поддержку и заботу на каждом этапе взаимодействия.

В-третьих, финансовый аспект услуг также требует особого подхода. Стоимость процедуры банкротства высока, и клиенты могут сомневаться в целесообразности таких затрат. Задача менеджера — обосновать ценность услуги, показав ее выгоды и перспективы, такие как избавление от долгов, снятие психологического напряжения, восстановление финансовой стабильности и начало новой жизни.

Продажи услуг банкротства физических лиц — это сложная, но благодарная работа, требующая особого подхода и обучения. Хороший менеджер должен сочетать в себе навыки юриста, психолога и продавца, чтобы эффективно помогать людям в их сложных жизненных ситуациях. Именно поэтому постоянное обучение, развитие профессиональных навыков и стремление к самосовершенствованию являются неотъемлемыми частями успешной работы в сфере продаж.

услуг банкротства физических лиц.

Понимание специфики ниши БФЛ и развитие профессиональных навыков помогут вам не только стать экспертом в своей сфере, но и существенно улучшить финансовое положение и качество жизни множества людей. И если вы готовы стать таким менеджером, который не только профессионально продает, но и помогает людям, тогда вперед — к следующим страницам! Ведь знание без применения — как ракета без топлива.

Не забывайте: в этой книге вас ждет не только теория, но и мощный инструмент для роста ваших продаж — практические задания! Они помогут вам не просто «пройтись» по материалу, а глубоко проанализировать свои методы работы, выявить слабые места и понять точки роста. Благодаря этим упражнениям вы сможете разработать более эффективные стратегии общения с клиентами, уверенно справляться с возражениями и закрывать больше сделок. Не игнорируйте эти задания — именно они превратят вас в эксперта, который легко достигает поставленных целей. И помните: просто прочитать книгу и ждать мгновенного результата — наивно. Знания нужно применять! Да, изменения требуют усилий, но только так вы сможете выйти на новый уровень.

ЗАДАНИЕ №1.

Эмпатия в действии

Это практическое задание поможет вам применить принцип заботы и внимания к клиентам как к родным в своей работе. Это позволит укрепить доверие, улучшить взаимопонимание и повысить конверсию в продажи.

Инструкция

1. Вспомните и кратко опишите ситуацию, когда вы почувствовали искреннюю заботу и внимание со стороны представителя какой-либо компании или сервиса (например, как в авиакомпании «Победа» с философией «Моя мама на борту»). Что именно вам запомнилось и тронуло?

2. Составьте список из 5 конкретных вопросов, которые вы могли бы задавать потенциальным клиентам во время консультации, чтобы лучше понять их ситуацию, потребности и опасения и проявить искреннюю заботу. Эти вопросы должны выходить за рамки стандартного сбора информации и демонстрировать вашу эмпатию. Например, вместо вопроса «Сколько у вас кредитов?» можно спросить: «Как эта долговая нагрузка влияет на вашу жизнь и самочувствие?»

3. Определите 2—3 действия, которые вы можете предпринять после завершения консультации, чтобы продемонстрировать клиенту вашу дальнейшую поддержку и заботу, даже если он пока не принял решение о покупке. Это может быть отправка полезного материала или даже простое выражение готовности ответить на любые возникшие вопросы.

Выполнили? Теперь настало время рефлексии. Термин произошел от латинского слова *reflectio* — «отражение». Рефлексия — это процесс осмысления собственного опыта, действий и решений с целью их анализа и улучшения. Рефлексия полезна тем, что позволяет выявлять сильные и слабые стороны своей работы, улучшать навыки взаимодействия с клиентами и формировать более эффективные стратегии продаж.

Вопросы для рефлексии

- Какие эмоции у вас вызвала ситуация, когда вы чувствовали заботу? Как это повлияло на ваше отношение к компании?
- Насколько сложные и личные вопросы вам удалось составить? Не боитесь ли вы их задавать клиентам? Почему?
- Какие действия, демонстрирующие заботу, вам кажутся наиболее эффективными и искренними?
- Что может помешать вам применять этот подход в своей работе на постоянной основе?

Поделитесь своими результатами с коллегами и руководителем, особенно если в процессе выполнения задания возникли вопросы или трудности. Если же у вас все получилось отлично — тем более не держите успех в себе, вдохновите команду! И не откладывайте в долгий ящик — попробуйте

применить хотя бы один из составленных вами вопросов или действий уже в следующем разговоре с клиентом и обратите внимание на его реакцию!

Стань экспертом по банкротству: востребованная профессия на растущем рынке

В современных условиях многие граждане сталкиваются с финансовыми трудностями, и процедура банкротства физических лиц становится не просто актуальной, а жизненно необходимой для многих людей. Как следует из данных Федресурса (Единого федерального реестра сведений о банкротстве), за время существования процедуры банкротства физических лиц, с октября 2015 года, несостоятельными признаны уже почти полтора миллиона россиян. Это примерно как население Казани, Екатеринбурга или Новосибирска! Но что именно делает ее столь востребованной? Вот несколько основных причин, по которым банкротство физических лиц стало столь востребованным явлением в России.

Экономическая нестабильность и ее последствия

В современном мире финансовая стабильность для многих людей кажется чем-то недостижимым. Экономика подвержена постоянным колебаниям, а с этим растут и финансовые обязательства. Как говорят в народе, «не дай бог жить в эпоху перемен». Но эти перемены неизбежны, и с ними

нужно уметь справляться.

Растущие цены на жилье, продукты, медицинские и образовательные услуги — все это подталкивает людей к оформлению кредитов и займов. К сожалению, не всегда удается своевременно и в полном объеме погасить долги. Здесь-то и возникает необходимость в процедуре банкротства — законном способе избавиться от непосильных долгов и начать свою жизнь с чистого листа.

Законодательные изменения и доступность банкротства

С внесением изменений в Федеральный закон №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» в 2015 году процедура банкротства физических лиц в России стала доступной для граждан. Этот закон — надежная опора для тех, кто столкнулся с серьезными финансовыми трудностями. Законодательство обеспечивает правовую защиту как должников, так и кредиторов, гарантируя справедливое урегулирование финансовых споров. С каждым годом все больше людей узнают о своих правах в рамках процедуры банкротства физических лиц, что повышает спрос на эту услугу.

Многие юридические компании, специализирующиеся на банкротстве физических лиц, предлагают дистанционную юридическую помощь. Это особенно актуально в нашей стране с ее обширной территорией. Раньше клиентам прихо-

дилось лично посещать офисы, и выбор юристов ограничивался местными специалистами. Сейчас же многие процессы можно вести удаленно. Этот тренд, получивший развитие во время пандемии COVID-19 и связанных с ней ограничений, продолжает укрепляться. Онлайн-консультации и видеоконференции ускоряют и упрощают процесс, позволяя клиентам обращаться к специалистам по банкротству физических лиц из разных регионов страны.

Отсутствие альтернатив для разрешения долговых проблем

Для многих процедура банкротства — почти единственный способ справиться с тяжелым бременем финансовых трудностей. Как говорится, «иногда, чтобы выбраться из ямы, нужно перестать копать». Это верно: необходимо прекратить отдавать последние средства кредиторам — отказаться от бесплодных попыток. Для большинства банкротство становится последней надеждой, когда другие методы бессильны.

Банкротство часто является последним реальным шансом должника восстановить финансовое положение и избежать полного краха. Процедура позволяет навести порядок в финансах и начать строить более стабильное будущее. Помимо финансового облегчения, она дает эмоциональную разрядку, позволяя сосредоточиться на семье и личном благополучии.

Закредитованность населения

В современном российском обществе потребительское кредитование стало повсеместным. Реклама кредитных продуктов — от потребительских кредитов до ипотеки и автокредитов — окружает нас повсюду: в интернете, на телевидении, в транспорте. Кажущаяся доступность займов создает иллюзию комфорта, однако за ней часто скрывается растущая кредитная нагрузка.

Кредитные карты, микрозаймы и покупки в рассрочку становятся ловушками для семейного бюджета. Недостаток финансовой грамотности и слабые навыки управления личными финансами подталкивают к необдуманным тратам, превышающим возможности. В результате многие оказываются в долговой кабале.

Поддержка государством и повышение осведомленности граждан

Государственные институты и некоммерческие организации уделяют все большее внимание вопросам финансовой грамотности населения, а также развитию законодательных и правоприменительных механизмов, связанных с процедурой банкротства физических лиц, что повышает уровень до-

верия граждан к процедуре БФЛ.

Люди лучше понимают свои права и возможности. Интернет и социальные сети делают информацию о банкротстве доступной и понятной. Правильно поданная информация помогает принимать взвешенные решения.

Итак, почему же стоит выбрать карьеру в банкротстве? Этот рынок растет на наших глазах, открывая перед нами огромные возможности. Экономическая нестабильность хоть и пугает, но и усиливает потребность в нашей помощи. Законодательные изменения делают процесс банкротства доступнее, что дарит нам новые задачи и клиентов. К сожалению, закредитованность населения лишь усиливается. Реальной альтернативы нашей услуги пока нет, так что спрос только растет. Государственная поддержка и растущая осведомленность граждан о возможностях банкротства делают нашу работу еще более значимой. Сейчас лучшее время для тех, кто готов расти профессионально, учиться и помогать людям начинать жизнь без долгов!

ЗАДАНИЕ №2.

«Я — эксперт БФЛ»: аргументы для убеждения

Это задание поможет вам не только осознать причины востребованности банкротства, но и превратить эти знания в убедительные аргументы для ваших клиентов. Вы научитесь говорить с клиентами на языке их потребностей и страхов.

Инструкция

1. Прочитайте текст о причинах востребованности процедуры банкротства.

2. Составьте список из 5 наиболее распространенных возражений или опасений, которые вы слышите от потенциальных клиентов при продаже услуг БФЛ.

3. Для каждого возражения подберите 2—3 аргумента, основанных на информации из текста. Ваша задача — показать, как процедура банкротства решает проблему, лежащую в основе этого возражения. Например:

- Возражение: «Банкротство — это стыдно и позорно».
- Аргумент 1: «Сегодня банкротство — это цивилизованный способ решения финансовых проблем, которым воспользовались более 1,3 млн людей в России. Это не клеймо, а шанс начать жизнь с чистого листа». (Основано на информации о росте популярности банкротства.)
- Аргумент 2: «Экономическая нестабильность затрагивает многих, и банкротство — это законный способ справиться с ее последствиями. Важно заботиться о себе и своей семье, а не о том, что подумают другие». (Основано на информации об экономической нестабильности.)

4. Запишите рядом с каждым аргументом, на какую потребность или страх клиента он воздействует (например, потребность в безопасности, страх осуждения).

Вопросы для рефлексии

- Какие возражения клиентов вызывают у вас наибольшие трудности?
- Насколько уверенно вы чувствуете себя, используя аргументы, основанные на информации о рынке БФЛ?
- Какие потребности и страхи клиентов вы раньше недооценивали?
- Как вы думаете, станут ли ваши аргументы более убедительными после выполнения этого задания?

Попробуйте использовать хотя бы один из подготовленных вами аргументов уже в следующем разговоре с клиентом! Обратите внимание на его реакцию и проанализируйте, насколько эффективным был этот аргумент.

Самомотивация, настрой, личные убеждения и энергия. Профессиональное выгорание

Самомотивация, настрой, личные убеждения и энергия. Четыре кита, на которых держится успех в продажах. Зачастую, стремясь освоить скрипты и техники убеждения, менеджеры упускают из виду эти фундаментальные аспекты. Однако именно пренебрежение ими — прямой путь к профессиональному выгоранию. В то время как осознанное развитие самомотивации и эффективное управление собственной энергией позволяют не только достигать стабильно высоких результатов, но и получать удовольствие от работы. Ведь, как писал классик, не стоит искать причины неудач во внешних обстоятельствах — «разруха не в клозетах, а в головах», и зачастую порядок нужно начинать наводить именно там, чтобы стать гуру продаж.

Что такое профессиональное выгорание?

Работа в сфере продаж услуг по банкротству физических лиц сопряжена со многими трудностями. Однако, как известно, каждое препятствие — шанс для обучения и развития. Разберемся, что такое профессиональное выгорание,

каковы причины его возникновения и как с ним бороться.

Выгорание — распространенная проблема в продажах. Но что это на самом деле? Представьте маленькое пламя внутри вас, источник вашей энергии, желания работать и творить. Выгорание — это постепенное угасание этого пламени.

Профессиональное выгорание — это не просто усталость. Это состояние может проявляться раздражительностью, апатией и отсутствием мотивации к работе. Если вы, как в анекдоте про офис, мечтаете стать кактусом, чтобы не двигаться, — это серьезный признак!

Основная причина профессионального выгорания — накопленный стресс, недостаток отдыха и постоянное давление. Представьте свой мозг как батарейку: если вы заряжаете ее раз в неделю, а используете ежедневно, она рано или поздно разрядится. Профессиональное выгорание — это состояние практически разряженной батарейки. Хорошая новость: ему можно и нужно противостоять. Способы борьбы с выгоранием мы рассмотрим чуть-чуть позже.

Почему менеджеры по продажам услуг банкротства физических лиц выгорают?

Продажи — это не всегда драйв и динамика. За внешним блеском скрываются серьезные вызовы, способные привести к профессиональному выгоранию. Рассмотрим основные причины.

Менеджеры сталкиваются с высоким уровнем стресса из-за постоянных дедлайнов, планов продаж и высокой конкуренции. Ежедневное давление, непрерывное взаимодействие с клиентами и решение сложных задач создают напряженную рабочую среду.

Отсутствие быстрого результата — еще один важный фактор. Длительный цикл оказания услуги по банкротству физических лиц и отсутствие мгновенной обратной связи снижают мотивацию. Поддержание веры в себя и настойчивость требуют значительных эмоциональных и психических затрат.

Постоянное общение с клиентами, часто испытывающими негативные эмоции, оказывает сильное влияние на эмоциональное состояние менеджера. Негатив, разочарование и агрессия истощают ресурсы и усиливают стресс. Необходимая в этой работе эмпатия усугубляет проблему, поскольку отказы воспринимаются как личные неудачи.

Монотонность работы, недостаток признания и поощрения, а также частые организационные изменения усиливают чувство выгорания. Отсутствие разнообразия в задачах, недостаток положительной обратной связи и необходимость постоянной адаптации истощают внутренние ресурсы и снижают мотивацию. Важно помнить о балансе между работой и личной жизнью, а также о необходимости регулярного отдыха и восстановления сил.

Менеджеры ежедневно решают множество задач, от кото-

рых зависит их успех, балансируя между ожиданиями руководства, запросами клиентов и личными амбициями. Каждый день приносит новые вызовы и увеличивающуюся ответственность. Самый короткий путь к успеху — умение расставлять приоритеты и находить время для себя, что позволит сохранить внутреннее равновесие, избежать профессионального выгорания и повысить эффективность работы.

Как избежать профессионального выгорания: роль самомотивации и позитивного настроения

Профессиональному выгоранию можно противостоять, развивая самомотивацию и поддерживая позитивный настрой. Самомотивация — ключевой фактор успеха в продажах услуг по банкротству физических лиц. Ежедневное сохранение позитивного настроения и уверенности в себе крайне важно для результативности, так как эффективность работы напрямую зависит от способности преодолевать трудности. Поэтому самомотивация и позитивный настрой должны стать неотъемлемой частью профессиональной жизни.

Далее мы рассмотрим практические инструменты повышения мотивации и достижения амбициозных целей, а также методы повышения эффективности работы.

Постановка личных финансовых целей

Личные финансовые цели — ваша «дорожная карта» на пути к мечте. Каждая сделка с клиентом — шаг к ее осуществлению. Мечта может быть любой: новый iPhone, автомобиль, путешествие. Важно видеть в каждом клиенте не просто человека с долгами, а возможность приблизиться к своим финансовым целям. Каждый клиент — ступенька к мечте, если воспринимать работу именно так. Это мотивирует и придает труду особый смысл. Закрытая сделка — это шаг к воплощению мечты!

При этом для эффективной постановки целей необходимо учитывать несколько важных аспектов.

Прежде всего, важно определить конкретную, измеримую цель. Это может быть определенная сумма денег или конкретная покупка. Важно отслеживать прогресс, приближающий вас к достижению этой цели.

Реалистичность — еще один важный фактор. Цели должны быть достижимыми, иначе нереалистичные планы приведут к разочарованию. Только реальные цели способны вдохновлять.

Наконец, цель должна быть лично значимой, действительно мотивирующей. Если, к примеру, новый смартфон вас не вдохновляет, выберите другую цель — путешествие, обучение или что-то еще.

И, конечно, необходимо установить четкие сроки достижения цели, чтобы избежать прокрастинации. Конкретный дедлайн подстегнет вас к действию.

Мы все работаем не просто так, а для того, чтобы улучшить свою жизнь. Нужно понять, что именно работа может принести вам в финансовом плане. Видеть в каждом клиенте шаг к мечте — значит, мечта становится ближе и реальнее.

Осознание своей миссии

Финансовая мотивация важна, при этом так же важно осознавать свою миссию. Я часто говорю о том, что продажи БФЛ — это больше, чем просто продажи, и это понимание может не только изменить ваш подход к делу, но и помочь клиентам по-настоящему начать новую жизнь. Ежедневно вы встречаетесь с новыми людьми. Ежедневно вы встречаетесь с людьми, каждый из которых приходит с надеждой на улучшение своего положения.

Осознание того, что вы помогаете людям выбраться из долговой ямы и изменить свою жизнь, — мощный источник вдохновения. Это не просто сделка, а участие в судьбе человека.

Есть старая притча о строителях знаменитого Шартрского собора. Когда-то давным-давно путешественник, проходя через небольшой французский городок, подошел к трем строителям, которые трудились под жарким солнцем. Путешественник поинтересовался у каждого из них, чем они занимаются. Первый ответил с заметным недовольством: «Кирпичи кладу, вот, извольте видеть. Тяжелая работа, да

и платят мало». Второй ответил с небольшим энтузиазмом: «Стену строю. Ну, как видите, работа нужная, но не особо вдохновляет». Третий же с гордостью воскликнул: «Я воздвигаю великий собор! Шартрский собор, который прославит этот город на века! Собор, в котором люди будут молиться и находить утешение!» Несмотря на одинаковую работу, отношение у них было разным. Третий строитель видел в своем труде нечто большее, что приносило ему удовлетворение.

Важно видеть в своей деятельности не просто задачи, а истинное величие, чтобы находить в ней вдохновение. Не стоит воспринимать продажи БФЛ как рутину. Важно помнить, что за каждой сделкой стоит человек, ищущий выхода из сложной ситуации, а наша помощь — это шаг к его финансовой свободе. Да, вы можете думать о планах, о KPI, но истинная ценность в том, чтобы почувствовать, как ваша работа влияет на жизни других. Точно так же, как строитель Шартрского собора видел в своей работе не просто кирпичи, а величественное здание, — вы, возможно, создаете новую действительность для многих.

Эта притча иллюстрирует, как наше восприятие работы может повлиять на нашу мотивацию и удовлетворение. Все строители выполняли одну и ту же задачу, но только третий строитель видел в своей работе то величие, которое заставляло его делать ее с любовью и преданностью.

Взгляд на свою работу и ее значимость часто определяет

наше отношение и успех. Ведь, видя в своем деле нечто большее, чем просто повседневные задачи, мы находим в себе силы и стремление делать все с большей ответственностью и энтузиазмом. Ваши действия могут дать кому-то вторую жизнь — и это главная ценность!

Если вы осознаете, насколько важна ваша работа, это изменит ваше отношение к ней и позволит сделать еще больше для людей, которые нуждаются в вашей помощи.

Забота о своем эмоциональном состоянии

Настрой на успех и позитивное мышление играют важную роль в продажах. Работа менеджера по продажам БФЛ, безусловно, может являться стрессовой, но именно позитивное мышление является нашим главным инструментом в преодолении любых трудностей.

Здесь на помощь приходят аффирмации, мощный инструмент психологии. Аффирмации — это положительные утверждения, фразы самовнушения, которые вы повторяете вслух или про себя. Они помогают изменить мышление и обратить внимание на позитивные аспекты. Сомневаетесь? Если вас сначала обуревают скептицизм, это абсолютно нормально. Однако стоит попробовать внедрить аффирмации в вашу жизнь и убедиться в их эффективности. Главное — не сдаваться на полпути и применять эту практику регулярно. Реальные изменения не заставят себя долго ждать!

Можно использовать, например, такие аффирмации, которые можно комбинировать между собой:

- Аффирмация 1 (фокус на миссии): «Я помогаю людям обрести финансовую свободу, избавляя их от долговой кабалы. Моя работа имеет смысл и приносит реальную пользу. Каждое утро я напоминаю себе: я здесь, чтобы поддержать и помочь. И это — моя великая миссия!»

- Аффирмация 2 (уверенность в себе): «Я уверен в себе и своих профессиональных навыках. Я эффективно решаю проблемы клиентов и достигаю поставленных целей».

- Аффирмация 3 (эмпатия и забота): «Я понимаю переживания своих клиентов и проявляю к ним искреннюю заботу. Я нахожу индивидуальный подход к каждому».

- Аффирмация 4 (настойчивость и результативность): «Я настойчив и целеустремлен. Я добиваюсь положительных результатов в работе и помогаю клиентам изменить их жизнь к лучшему».

Проговаривайте такие аффирмации каждое утро как «Отче наш» — этот маленький ритуал поможет вам начать день с правильного настроения.

Забываясь о своем эмоциональном состоянии, вы становитесь более устойчивым и сосредоточенным. Это не только помогает в достижении ваших рабочих целей, но и улучшает качество вашей жизни в целом.

Ценность обучения и профессионального развития

Постоянное профессиональное развитие — основной принцип успеха в продажах. Рынок постоянно меняется, появляются новые законодательные акты, конкуренты совершенствуют свои методы работы. Чтобы оставаться на гребне волны, необходимо постоянно совершенствовать свои навыки и знания.

Инвестируйте в свое будущее: читайте специализированную литературу по банкротству, посещайте профильные вебинары и конференции, изучайте опыт коллег. Даже краткий обзор новых изменений в законодательстве может существенно повлиять на вашу эффективность. Каждая новая идея, каждый освоенный прием — это шаг к увеличению конверсии и росту заработной платы.

Самомотивация тесно связана с профессиональным ростом. Видя, как улучшаются ваши результаты, вы будете чувствовать себя более уверенно и достигать все больших успехов. Конечно, бывают моменты спада, но только постоянное движение вперед приносит истинное удовлетворение и вдохновение.

Как вы считаете, 100 часов обучения могли бы помочь вам работать более эффективно и достигать лучших результатов в продажах? Представьте: всего 25 минут в день, посвященных обучению, могут дать впечатляющий результат. За год это 100 часов — достаточно, чтобы существенно улуч-

шить свои знания законодательства, отточить навыки продаж и увеличить эффективность работы. Первый эффект от систематического обучения вы почувствуете уже через месяц.

В продажах услуг по банкротству физлиц успех напрямую зависит от глубокого понимания и от владения эффективными техниками продаж. Постоянно совершенствуйтесь и то и другое.

Поставьте себе цель — учиться каждый день чему-то новому. Пусть это будет небольшая, но полезная информация. Знания — это сила, которая поможет вам уверенно управлять своей карьерой и достигать поставленных целей.

Развитие навыков управления временем и планирования

Ежедневное и еженедельное планирование, подкрепленное эффективными техниками тайм-менеджмента, — основа успешной работы менеджера по продажам. Правильная расстановка приоритетов с учетом принципа Парето (80/20) позволит сосредоточиться на наиболее эффективных действиях. Проанализируйте свою работу за прошлую неделю: какие 20% действий принесли 80% результата? Планируя следующую неделю, отдавайте приоритет подобным задачам.

Эффективная техника — Time Blocking (блокировка вре-

мени). Суть ее в том, чтобы заранее выделить конкретные блоки времени в вашем календаре под определенные задачи. Например, с 10:00 до 12:00 у вас блок на обработку входящих лидов, с 14:00 до 16:00 — на подготовку коммерческих предложений и так далее. Внутри этих блоков вы можете использовать любые техники концентрации, но основная идея в том, чтобы фиксировать время на задачу. Такой подход дает большую предсказуемость и контроль над рабочим днем. Представьте, вы не просто плывете по течению, а заранее устанавливаете маршрут своего дня — это значительно повышает уверенность и снижает хаос.

Полезно использовать метод «Категоризация задач по матрице Эйзенхауэра». Разделите все свои задачи на четыре квадранта:

1. Срочные и важные. Это задачи, которые горят, требуют немедленного внимания. Примеры:

* Срочный звонок от клиента, который готов заключить договор, но у него есть вопрос, который нужно решить прямо сейчас.

* Разрешение технической проблемы с CRM, которая мешает работать.

2. Важные, но не срочные. Задачи, которые важны для долгосрочного успеха, но не требуют немедленного решения. Примеры:

* Анализ результатов прошедшей недели и планирование работы на следующую.

* Изучение новых техник продаж, например, прослушивание вебинара или чтение профильной литературы.

* Участие в тренингах по продукту или продажам.

3. Срочные, но не важные. Это задачи, которые кажутся срочными, но не приносят реальной пользы. Примеры:

* Участие в бесконечных цепочках переписок, которые можно было решить одним звонком.

* Срочный поиск ответа на вопрос клиента, который не влияет на сделку, но откладывает более важные звонки и встречи.

4. Не срочные и не важные. Это задачи, которые не приносят ни пользы, ни результата. Примеры:

* Непродуктивные разговоры с коллегами на личные темы в рабочее время.

* Бесконечные перекуры или чаепития.

Сосредоточьтесь на первых двух квадрантах. Постарайтесь минимизировать задачи из третьего, а задачи из четвертого квадранта исключите вовсе. Это позволит вам не «тушить пожары» целый день, а работать на перспективу. Помните, как хороший садовник сначала ухаживает за корнями, а потом радуется цветам? Так и тут.

Помимо планирования и использования различных техник, не забывайте о важности автоматизации задач. Определите, какие процессы можно автоматизировать, чтобы освободить время для более важных и требующих вашего лично-

го участия дел. Используйте CRM-системы для управления взаимоотношениями с клиентами, автоматизируйте рассылку сообщений, настройте автоматический сбор данных и отчетность. Это как на заводе — где вместо ручного труда работают станки, производительность выше.

Также эффективно боритесь с прокрастинацией: выделяйте для сложных задач время в наиболее продуктивные часы, разбивайте большие задачи на более мелкие, поощряйте себя за выполненные задания. Помните, что эффективный тайм-менеджмент — это не только планирование, но и умение управлять своим вниманием, энергией и борьба с отвлекающими факторами. И самое главное, помните о профилактике профессионального выгорания. Тайм-менеджмент не должен превратиться в гонку на износ. Делайте регулярные перерывы, отключайтесь от работы, занимайтесь спортом, проводите время с близкими — заряжайтесь позитивом! Без этого никакие техники не помогут.

Хороший тайм-менеджмент — это не про то, чтобы работать больше, а про то, чтобы работать умнее и с удовольствием. Это как с хорошим автомобилем — он везет вас быстрее и комфортнее, если за ним следить.

Баланс между работой и личной жизнью

Баланс между работой и личной жизнью крайне важен для предотвращения выгорания. Регулярные перерывы, время

для хобби и отдыха — необходимые компоненты здорового образа жизни. Физические упражнения, правильное питание и полноценный сон повышают продуктивность и стрессоустойчивость.

Как справедливо отмечает Михаил Гребенюк, предприниматель и коуч: «Организуйте свое время так, чтобы посвящать семье хотя бы часть вечера, а уж выходные и праздничные дни — на сто процентов».

Важно ограничивать рабочее время, избегать сверхурочной работы и уметь отказывать в дополнительных заданиях вне графика. Конечно, форс-мажоры случаются, и иногда приходится работать сверхурочно, но это должно быть исключением, а не правилом. Четкое разделение работы и личной жизни очень важно.

Этот баланс — не просто пожелание, а инвестиция в ваше будущее. Выгорание снижает эффективность работы, ухудшает качество жизни и может привести даже к проблемам со здоровьем. Забота о себе — это не слабость, а необходимое условие для достижения долгосрочных целей как в профессиональной, так и в личной жизни.

Празднование успехов и признание своих достижений

Празднование достижений — эффективная стратегия повышения мотивации сотрудников. Положительные эмоции,

получаемые от признания успехов, заряжают энергией и стимулируют к дальнейшей работе. Даже небольшие победы зауживают внимания и поощрения.

Не каждый день приносит крупные сделки. Однако именно из множества маленьких успехов складывается общий результат. Завершение сложной процедуры банкротства, положительный отзыв клиента, успешное преодоление возражений — все это весомые достижения. Похвала и признание укрепляют уверенность менеджера и подталкивают к достижению новых целей.

В успешных компаниях принято отмечать достижения сотрудников. Если в вашей компании такой практики нет, обсудите это с руководством и внедрите ее. Это может быть дополнительный выходной, премия, публичное признание на общем собрании, корпоративный обед в ресторане или небольшой, но приятный подарок. Подумайте, что действительно мотивирует вас и коллег. Пусть празднование успехов станет традицией, источником мотивации и стимулом для новых свершений. Важно, чтобы поощрение приносило не только радость, но и вдохновение на новые профессиональные победы. Помните, что внутренняя мотивация (чувство гордости за проделанную работу, удовлетворение от помощи клиентам) так же важна, как и внешнее стимулирование.

Мотивация, убеждения и настрой как ваше конкурентное

преимущество

Как метко подметил бизнес-спикер Максим Батырев: «Человек, ни разу не упавший, не умеет подниматься». В продажах неизбежны взлеты и падения. Энергия — ключ к преодолению трудностей и достижению успеха.

Заряжайте клиентов своей энергией и уверенностью! Проводите презентации живо и увлекательно! Делайте шоу! Многие менеджеры нуждаются в напоминании об этом. Представьте себе скучного лектора, монотонно излагающего информацию. Вам бы захотелось уснуть, не так ли? А теперь вспомните увлеченного преподавателя, превращающего лекцию в захватывающее представление. Вся аудитория внимательна. Профессиональный менеджер по продажам должен быть таким же энергичным, уверенным и позитивным!

В современных условиях конкурентное преимущество определяется не только профессионализмом, но и внутренней мотивацией, позитивным настроем. Клиенты интуитивно чувствуют ваше настроение и вовлеченность, что напрямую влияет на доверие и готовность к сотрудничеству. Сделайте позитивное мышление и энергию своей визитной карточкой. Пусть позитивный настрой отличает вас от конкурентов и оставляет приятное впечатление после каждой встречи.

Важно помнить, что ваш настрой и личные убеждения — это фундамент, на котором строятся ваши результаты. Су-

ществуют убеждения, которые ограничивают вас и ваши возможности, и те, что помогают расти и развиваться. Ограничивающие убеждения — это те самые «не смогу», «не получится», которые, как якорь, тянут вас назад. Развивающие же, напротив, наполняют уверенностью и открывают новые горизонты. Помните: ваш настрой и убеждения формируют вашу реальность. Если вы искренне верите в успех, вероятность его достижения значительно возрастает. Если же вы хронический пессимист, то вам будет крайне сложно добиться хороших результатов в продажах. Поэтому важно работать над своими убеждениями: выявлять те, что вас тормозят, и заменять их на позитивные и мотивирующие. Это требует постоянного самоанализа и осознанных усилий, но результат стоит того. Возьмите ответственность за свою жизнь, свое состояние и свои результаты. Перестаньте искать оправдания и начните действовать!

Заряжен энергией — готов к успеху

Итак, мы рассмотрели широкий спектр вопросов: от поиска внутренних источников мотивации до борьбы с выгоранием. Надеюсь, вы осознали, что успех в продажах — это не только знание скриптов и умение убеждать. Это прежде всего работа над собой, над своим внутренним состоянием, над своей энергией.

Помните, ваша энергия — это ваш главный ресурс. Без

нее даже самый опытный менеджер по продажам превратится в выжатый лимон. Энергия — это топливо, которое позволяет вам с энтузиазмом отвечать на звонки, находить аргументы для самых сложных клиентов и не опускать руки после отказов.

Именно поэтому так критически важно осознавать, что именно истощает вашу энергию, и активно работать над внедрением практик, которые ее восполняют. Представьте себе, что ваша энергия — это вода в сосуде. Если в нем есть «дыры», вода утекает, и вы никогда не сможете заполнить его до конца. Пришло время для честного аудита вашей жизни. Задумайтесь: достаточно ли вы высыпаетесь, правильно ли питаетесь и находите ли время для физической активности? Вас окружают позитивные и вдохновляющие люди или вечные нытики? Живете ли вы в порядке и красоте или в постоянном беспорядке? Гармоничны ли ваши отношения с близкими или их отравляют неразрешенные конфликты? Соблюдаете ли вы режим дня и достаточно ли отдыхаете? Используете ли в речи негативные высказывания или позитивные аффирмации? Уверены ли вы в себе и довольны ли своим внешним видом? Есть ли у вас хотя бы небольшая финансовая подушка безопасности или вы живете от зарплаты до зарплаты в постоянном страхе? И, наконец, есть ли у вас вредные привычки, подрывающие здоровье и энергию?

Обнаружение этих «энергетических дыр» — первый и самый важный шаг. Без этого любые попытки самомотивации

будут похожи на попытку наполнить дырявое ведро. Не бойтесь быть честными с собой. Признание проблемы — это уже половина решения. Важно не просто выявить эти факторы, но и начать активно работать над их устранением, заменяя негативные привычки и обстоятельства на позитивные и созидательные.

Продажи — это марафон, а не спринт. Поэтому важно уметь распределять свои силы, заботиться о себе и помнить о своей миссии. Ведь, помогая людям решить их финансовые проблемы через банкротство, вы делаете мир немного лучше. Осознание этого факта — мощнейший источник энергии и мотивации, который всегда будет с вами, если вы этого захотите.

Каждая встреча с клиентом — это возможность изменить его судьбу, а в какую сторону — зависит только от вас. Помните: вы не просто продаете юридическую услугу, вы дарите людям шанс на новую жизнь! В моменты усталости представляйте, как ваши клиенты освобождаются от финансового бремени, начинают радоваться жизни — благодаря вашей работе! Работайте со своей мотивацией, настроем, убеждениями и энергией!

Самомотивация, настрой, личные убеждения и энергия — это те киты, на которых держится ваш успех. Мы рассмотрели способы поддержания позитивного настроения и осознания своей миссии. Теперь, чтобы стать настоящим гуру продаж, необходимо выявить и нейтрализовать негативные убежде-

ния, которые могут вас тормозить.

ЗАДАНИЕ №3.

Выявляем и нейтрализуем ограничивающие убеждения

Выявление и нейтрализация ограничивающих убеждений — важный шаг к повышению вашей личной эффективности. Позитивный настрой и осознание своей миссии, безусловно, важны, но если в голове засели убеждения, что «у меня не получится», «это слишком дорого для клиента» или «я недостаточно хорош», они будут саботировать любые ваши усилия. Выполнение этого задания поможет вам осознать свои ограничивающие убеждения, трансформировать их в поддерживающие и тем самым повысить свою уверенность, что напрямую отразится на вашей конверсии.

Инструкция

1. Вспомните конкретные ситуации из последних 1—2 недель, когда вы чувствовали себя неуверенно, испытывали страх перед отказом, сомневались в себе во время общения с клиентом.

2. Запишите как можно подробнее свои мысли, чувства и ощущения в этих ситуациях. Какие фразы приходили вам в голову? Что вы говорили себе? Не стесняйтесь быть макси-

мально честными с собой. (Например: «Я недостаточно убедителен, чтобы продать эту услугу»; «Клиенты не захотят платить такую сумму»; «Я боюсь, что клиент задаст вопрос, на который я не знаю ответа».)

3. Составьте список из 5—7 наиболее часто повторяющихся негативных мыслей.

4. Проанализируйте каждый пункт:

- Действительно ли это правда или просто предположение?

- На чем основано это убеждение? (Предыдущий негативный опыт, слова других людей, низкая самооценка?)

- Какую пользу приносит вам это убеждение? (Помогает избежать риска, оправдывает неудачи?)

- Какую цену вы платите за то, что придерживаетесь этого убеждения? (Упущенные возможности, низкая мотивация, потеря уверенности в себе?)

5. Переформулируйте каждое негативное убеждение в позитивное, конструктивное утверждение. (Например: «Я достаточно компетентен и постоянно работаю над улучшением своих навыков»; «Мои услуги имеют высокую ценность и помогают клиентам решить их проблемы»; «Я всегда могу найти ответ на любой вопрос, если что-то не знаю».)

6. Составьте из этих позитивных утверждений список аффирмаций.

Вопросы для рефлексии

- Какие убеждения было сложнее всего признать и переформулировать?
- Какие ситуации или события в прошлом могли сформировать эти ограничивающие убеждения?
- Как часто эти убеждения проявляются в вашей повседневной работе?
- Что изменится в вашей работе, если вы действительно поверите в новые, позитивные утверждения?

Поделитесь своими результатами с опытным коллегой или руководителем, особенно если в процессе выполнения задания возникли вопросы или трудности. Повторяйте свои аффирмации каждое утро и перед важными встречами с клиентами в течение следующей недели. Отслеживайте, как меняется ваше состояние и результаты!

Борьба со страхами менеджера

Даже опытные продавцы иногда сталкиваются с упадком мотивации или страхом: страхом звонка, отказа, неудачи. Вспоминая начало своей карьеры, я прекрасно понимаю, как зашкаливал адреналин от одной мысли о новом звонке. Если менеджер не может преодолеть эти страхи, ему сложно мотивировать себя на работу и настроиться на успех. Это, в свою очередь, не позволит добиться высоких результатов в продажах. Но как же мотивировать себя и избавиться от страхов? На самом деле существуют техники и внутренние установки, которые могут помочь в этом.

Чего мы боимся на самом деле?

Страхи — это нормально. Важно не подавлять их, а научиться понимать и контролировать. Давайте разберемся, чего мы боимся, чтобы затем научиться справляться с этими страхами.

1. Страх нового. Представьте маленького ребенка, идущего в первый класс. Он боится, потому что все это ново и неизвестно. Так и мы, сталкиваясь с чем-то новым, испытываем опасения. В продажах услуг по банкротству физических лиц постоянно приходится пробовать новые подходы, методы и стратегии, сталкиваться с нестандартными юриди-

ческими ситуациями. Но помните: каждая новая попытка — это бесценный, уникальный опыт. Изучая нестандартные ситуации клиентов или осваивая новые стратегии продаж, вы не только развиваете профессиональные навыки, но и повышаете свою адаптивность. Спокойно принимайте вызовы. Каждый шаг навстречу новому — это вклад в ваш профессиональный рост и уверенность в себе.

2. Страх отказа. Отказ — не приговор. Да, неприятно, но каждый отказ приближает вас к желанному «да». Вы получаете ценный опыт: узнаете, как не следует общаться с клиентом, что приближает вас к успешным продажам. Каждое «нет» — это шанс приблизиться к «да», возможность проанализировать ошибки: что можно улучшить в подходе, какие аргументы оказались неубедительными. Попробуйте еще раз — настойчивость — ваш главный союзник!

3. Страх ошибки. Ошибки — лучший учитель. Каждый раз, совершая ошибку, вы приобретаете новый опыт. Не бойтесь ошибаться. Важно уметь анализировать ошибки и извлекать из них уроки. Смелость в признании ошибок и готовность работать над ними делают вас сильнее и компетентнее.

4. Страх оценки. Зависимость от чужого мнения — распространенная проблема. Боязнь негативной оценки может сдерживать развитие. Как говорил Аристотель: «Человек по природе своей существо общественное». Нам важно мнение окружающих, и отсюда часто возникает страх оценки. У ме-

ня был коллега, Саша — молодой, перспективный специалист, с легким дефектом речи. Из-за этого он боялся публичных выступлений, постоянно переживая: «Что обо мне подумают?» Однако со временем он понял, что главное — профессионализм и искренность. Сегодня Саша — руководитель департамента в крупном маркетинговом агентстве и регулярно выступает на конференциях.

5. Приобретенные негативные установки и мысли.

Нередко наши страхи связаны с негативным опытом прошлого. Неудачные события или ошибки на предыдущих местах работы могут сформировать ограничивающие убеждения.

Представьте себе менеджера, который на прошлой работе постоянно предлагал новые идеи для улучшения продаж, но получал резкие отказы от руководства без каких-либо объяснений. В итоге у него могло сформироваться убеждение в собственной некомпетентности и боязнь предлагать что-либо новое. Это ограничивающее убеждение может перенестись и на новую работу, мешая ему проявлять инициативу и достигать максимальных результатов.

Но как преодолеть подобные установки? Секрет — в их замене на позитивные. Начните с осознания негативных установок. Поймите, что прошлый опыт не должен определять ваше будущее. Переосмыслите его, заменив негативные эмоции стремлением к личностному росту и самосовершенствованию.

Например, наш менеджер мог бы проанализировать прошлые неудачи, выявить объективные причины отказов (возможно, идеи были недостаточно проработаны или не соответствовали стратегии компании) и разработать новые подходы к представлению своих идей, акцентируя внимание на доказательствах эффективности.

6. Страх нехватки знаний. Особенно в такой сложной сфере, как юриспруденция, страх нехватки знаний может стать серьезным препятствием. Однако помните: никто не знает всего, и профессионалами становятся благодаря постоянному обучению. Этот страх — не слабость, а сигнал к развитию.

Вместо того чтобы позволять страху парализовать вас, используйте его как стимул для постоянного повышения квалификации. Регулярно участвуйте в семинарах, вебинарах, читайте профессиональную литературу, общайтесь в сообществах юристов — это поможет вам быть в курсе последних изменений и тенденций в сфере банкротства. Не стесняйтесь обращаться за советом к коллегам, ведь их опыт и знания могут быть бесценными. Помните, что каждый вопрос — это возможность учиться и расти.

Осознание своих страхов — первый шаг к их преодолению. Это подобно включению света в темной комнате: до этого все кажется угрожающим, но при свете страхи часто теряют свою силу, оказываются менее пугающими, чем пред-

ставлялись. Это процесс самопознания, позволяющий понять природу и источник беспокойства. Ясность мышления, обретаемая в результате осознания, способствует принятию взвешенных решений и движению вперед, несмотря на препятствия.

Страх — это естественная эмоция, которую испытывает каждый человек, и вы, как менеджер по продажам, не исключение. Наличие страхов или временных неудач в работе — это абсолютно нормальное явление, главное — как вы с этим справляетесь. Самое важное в этот момент — не позволить страху парализовать вас, не сдаваться и не опускать руки. Успешные менеджеры отличаются тем, что не боятся трудностей. Они рассматривают их как возможность для роста и развития. Используйте этот опыт для анализа, корректировки стратегии и движения вперед. Именно умение признать и преодолеть страх, а также подняться после падения и отличает профессионала от дилетанта.

Техники борьбы со страхами

Страх — естественная реакция на потенциальную угрозу, но он часто становится непреодолимым барьером на пути к успеху в продажах. Менеджеры по продажам сталкиваются с ним постоянно. Есть несколько действенных способов победить страхи и настроиться на успех.

1. Саморефлексия: осознавай свои страхи. Часто мы

боимся не самого события, а неопределенности, связанной с ним. Первый шаг к преодолению страха — это честный анализ собственных ощущений. Спросите себя: «Что именно меня пугает?» Это может быть отказ клиента, сложный юридический вопрос, недостаток знаний, низкая конверсия или даже ответственность за чужие финансы. Этот, возможно, неприятный этап — основа для дальнейшего прогресса. Понимание природы страха помогает отделить реальные угрозы от надуманных и понять, что именно нужно проработать.

2. Визуализация успеха. Вспомните, как в фильмах главные герои мысленно готовятся к победе. Этот метод работает и в продажах! Закройте глаза и представьте, как успешно завершаете сделку. Представьте клиента, который внимательно изучает договор, задает уточняющие вопросы, а затем оплачивает счет. Вы видите его улыбку, слышите слова благодарности. Визуализация положительного исхода не только повышает уверенность и мотивирует к действию, но и помогает проработать детали, разработать четкий план переговоров и предусмотреть возможные возражения. Этот метод часто используют спортсмены и профессионалы в разных областях для повышения мотивации и фокусировки на результате.

3. Позитивное мышление. Негативные мысли — это нормально, но они могут серьезно помешать вашему успеху в продажах. Но мы можем научиться заменять их позитивными утверждениями, используя технику переформулиров-

ки. Суть этой техники проста: вы меняете структуру и смысл негативной фразы, превращая ее в позитивное утверждение, которое фокусируется на действиях и возможностях.

Например, вместо того чтобы думать: «Я не справлюсь с возражениями клиента», скажите себе: «Я подготовлю ответы на все возможные возражения и проведу эффективную презентацию». Обратите внимание, что первая фраза выражает неуверенность и пассивность, а вторая — активность и уверенность в своих силах. Важно, чтобы новые фразы были утвердительными, содержали глаголы действия и были максимально конкретными. Позитивное мышление — это осознанный выбор фокусироваться на возможностях, а не на ограничениях.

Этот подход преобразит ваш внутренний диалог, повысит вашу уверенность в себе и поможет установить доверительные отношения с клиентами. Главное — регулярно практиковать переформулировку негативных мыслей, превращая их в мотивационные утверждения.

4. Наставничество. Опыт — это бесценный ресурс, особенно в продажах. Наставничество позволяет значительно ускорить ваш профессиональный рост, избежать распространенных ошибок и освоить эффективные стратегии продаж. Вместо того чтобы тратить время на самостоятельное «набивание шишек», вы можете учиться на опыте более успешных коллег.

Как найти своего наставника? Обратитесь к своему руко-

водителю с просьбой о назначении наставника или поищите неформального наставника среди опытных сотрудников отдела. Чтобы встречи с наставником были максимально продуктивными, составьте список конкретных вопросов, которые вас интересуют. Например: «Как эффективно обрабатывать возражения клиентов, которые считают стоимость услуг высокой?», «Какие техники проведения презентаций дают наилучшие результаты?» Регулярно проводите встречи с наставником, фиксируйте полученную информацию и делитесь своими достижениями и трудностями, получая обратную связь.

Помните, что наставничество — это взаимовыгодный процесс: вы получаете знания и опыт, а ваш наставник получает удовлетворение от передачи своего профессионализма. В результате повысится не только ваша профессиональная компетентность, но и общая эффективность работы всего отдела.

5. Позитивные аффирмации. Позитивные аффирмации — это своего рода ментальная тренировка, которая помогает укрепить уверенность в себе и сформировать позитивное отношение к жизни. Регулярно повторяя ободряющие фразы, вы перепрограммируете свое подсознание и начинаете более позитивно воспринимать себя и свои возможности.

Этот процесс помогает разрушить ограничивающие убеждения, которые могут мешать достижению ваших целей в

продажах. Долгосрочная практика аффирмаций повышает стрессоустойчивость и улучшает общее психологическое состояние, что, безусловно, положительно сказывается на эффективности вашей работы.

6. Страх лечится страхом: больше практикуйся. Чем больше опыта вы нарабатываете, тем меньше становится ваш страх. Постоянные тренировки и «проживание» сложных ситуаций помогают преодолеть боязнь взаимодействия с реальными клиентами.

Для этого очень полезны ролевые игры и симуляции типичных стрессовых ситуаций, которые вы можете проводить с коллегами. Экспериментируйте с различными стратегиями и подходами, не бойтесь пробовать новое. После каждой ролевой игры обязательно проводите обсуждение, анализируя сильные и слабые стороны вашей работы и получая конструктивную критику от коллег.

Такой подход поможет вам не только преодолеть страх, но и повысить вашу компетентность, улучшив навыки продаж и способность эффективно общаться с клиентами. В процессе практики вы научитесь распознавать и контролировать свои страхи, а также находить оптимальные решения в трудных ситуациях. Со временем эти навыки позволят вам быстрее и эффективнее реагировать на сложности в реальной работе и чувствовать себя более уверенно.

Не стесняйтесь обращаться за поддержкой к своим коллегам и руководителям. Совместное обсуждение проблем и

обмен опытом могут значительно улучшить ваше эмоциональное состояние. Работайте над созданием атмосферы доверия и взаимопомощи в коллективе. Коллективное обсуждение проблем позволяет взглянуть на ситуацию с разных точек зрения, что часто открывает новые и неожиданные пути решения, которые могли быть не очевидны в одиночку. Когда каждый член команды чувствует, что может обратиться за помощью и будет услышан, это создает прочный фундамент для долгосрочного успеха и удовлетворенности работой.

Мы рассмотрели природу страхов и различные техники для их преодоления. Теперь пришло время применить полученные знания на практике и разработать свой индивидуальный план действий по борьбе с конкретными страхами, которые мешают вам в работе.

ЗАДАНИЕ №4.

Победа над страхами: инструкция по применению

Создание персонального плана поможет вам системно и последовательно преодолевать свои страхи, превращая их из непреодолимых барьеров в стимулы для роста. Этот план будет вашим личным руководством по борьбе со страхами, позволяющим чувствовать себя увереннее и эффективнее в каждой рабочей ситуации.

Инструкция

1. Вспомните и запишите 3 самых больших страха, которые вы испытываете в своей работе менеджера по продажам услуг БФЛ. Будьте максимально конкретными. (Например: страх первого звонка новому клиенту, страх услышать возражение о высокой цене, страх неудачи в сложной сделке.)

2. Для каждого страха определите:

- причины возникновения этого страха (что именно вызывает у вас тревогу?);
- последствия, к которым может привести этот страх (как он влияет на вашу работу и результаты?).

3. Для каждого страха разработайте конкретный план действий, состоящий из 3—5 шагов, направленных на его преодоление. Используйте техники, которые мы рассмотрели ранее (саморефлексия, визуализация успеха, позитивное мышление, наставничество, аффирмации, практика).

• Пример плана

Страх возражения о высокой цене:

— Подготовить убедительные аргументы, обосновывающие ценность услуги. Вы продаете ценность и должны быть уверены в пользе, которую несете. Цена и ценность — разные вещи.

— Продумать альтернативные варианты (скидки, рассрочка).

— Попрактиковаться в ответах на возражения с коллегой.

— Сосредоточиться на выгодах, которые получит клиент.

— Сделать 5 звонков клиентам.

4. Запишите разработанные планы действий в свой блокнот или файл в компьютере.

5. Определите сроки выполнения плана.

Вопросы для рефлексии

- Какие страхи было сложнее всего признать и проанализировать?

- Какие планы действий кажутся вам наиболее эффективными?

- Какие трудности могут возникнуть при реализации этих планов?

- Как изменится ваша работа, если вы успешно преодолеете свои страхи?

Начните реализовывать свои планы уже сегодня! Ежедневно отслеживайте свой прогресс и корректируйте свои действия при необходимости. Не бойтесь обращаться за поддержкой к своим коллегам и руководителю.

Портрет клиента. Типология и сегментация клиентов

Продажи услуг по банкротству физлиц — это совсем не конвейер, как думают некоторые. Здесь не работает «один размер подходит всем». Чтобы закрывать больше сделок, нужно понимать, кто перед вами и чего он хочет на самом деле. Давайте разберемся, как создать свою систему классификации клиентов и адаптировать подход под каждого.

Что такое типология клиентов и зачем она нужна?

Представьте, что вы одновременно консультируете двух людей:

- Алексей, 35 лет, Москва. Молодой предприниматель, потерял все в стартапе. Живет в съемной квартире, жена в декрете, долги душат;
- Мария Ивановна, 68 лет, деревня N. Одинокая пенсионерка, набрала микрозаймов на лекарства. Боится коллекторов, не понимает, что делать.

Очевидно, что в этих случаях нужны совершенно разные подходы. Именно здесь нам на помощь приходят типология и сегментация.

Типология клиентов — это классификация потенциаль-

ных клиентов по схожим характеристикам, позволяющая выявить общие мотивы, ожидания и подходящие способы взаимодействия.

Сегментация клиентов — это более глубокое разделение клиентской базы на группы по различным критериям, таким как демографические данные, финансовое положение, социальный статус и психология принятия решений.

Объединив эти два подхода, мы получаем мощный инструмент для выстраивания эффективной коммуникации и избегания шаблонных решений. Это позволяет быстро определить:

- Что мотивирует клиента?
- Чего он ждет от вас?
- Как с ним лучше говорить, чтобы он купил?

Разнообразие ситуаций и потребностей клиентов

У каждого клиента — своя уникальная история. Чтобы вы лучше понимали масштаб, рассмотрим несколько типичных ситуаций.

- **Залоговое имущество.** Клиент боится потерять квартиру или машину и ищет способы их сохранения. Ваша задача: показать законные способы защиты имущества в рамках процедуры банкротства.

- **Ипотека.** Самый острый вопрос — что будет с жильем? Ваша задача: четко и понятно объяснить, как банкротство

повлияет на ипотеку, и предложить возможные варианты решения проблемы.

- **Микрозаймы.** Клиент в панике, измучен звонками коллекторов, проценты растут в геометрической прогрессии. Ваша задача: успокоить, показать, что выход есть, и предложить быстрое решение.

- **Высокий доход, но нет возможности погасить долги.** Клиенту нужно скрыть часть дохода для успешного прохождения процедуры банкротства. Ваша задача: объяснить, как это можно сделать максимально безопасно и законно.

Ключевые характеристики для анализа и сегментации

При анализе потенциального клиента, обращающегося за услугами БФЛ, важно учитывать следующие факторы.

- **Демографические данные.** Возраст: 30—55 лет — самые частые клиенты БФЛ (активные, с семьями и имуществом). Но не списывайте со счетов тех, кто младше или старше. Молодые клиенты часто ищут быстрое решение, пожилые максимально ценят надежность. Мужчин и женщин примерно поровну. В крупных городах больше осведомленности о БФЛ, в сельских районах — больше страхов и непонимания. Жителям сел часто требуется объяснять все с нуля, простым языком, как будто вы рассказываете бабушке про свой смартфон.

- **Финансовое положение.** Доход наших клиентов чаще всего низкий или отсутствует. Клиент находится в кризисе из-за потери работы, болезни, неудачных инвестиций. Долги: кредиты, микрозаймы, долги физлицам. Клиент в стрессе, ищет способ избавиться от кабалы.

- **Социальный статус и образование.** Социальный статус влияет на осведомленность о БФЛ и ожидания от процедуры. Но всегда проявляйте уважение к каждому, независимо от его положения. Образование и статус часто определяют, как клиент воспринимает информацию. С клиентом с высшим образованием или представителем бизнеса можно использовать профессиональные термины (но избегайте сленга). С клиентом с низким уровнем образования лучше говорить простым языком, избегая сложных конструкций и объясняя «на пальцах».

Чтобы сегментация работала эффективно, необходимо четко представлять себе портрет клиента, знать его «боли», потребности, страхи и мотивы. Это краеугольный камень успешных продаж.

Именно поэтому крайне важно понимать:

- **Боли.** Какие конкретно трудности испытывает клиент? Что его беспокоит больше всего? Не просто «долги и просрочки» или «нет денег», а, например, реальный страх потерять из-за долгов имущество. Возможно, беспокоит не просто формальный запрет на выезд за границу, а сорванная

долгожданная поездка с детьми или невозможность навещать родственника. Или это не просто «давление коллекторов», а ежедневные звонки с угрозами, преследование родственников и испорченная репутация на работе с риском потери ее и единственного источника дохода. Это может быть постоянный стресс и бессонница из-за долгов, приводящие к проблемам со здоровьем и разрушению семейных отношений. Или, например, клиент боится, что из-за долгов он не сможет дать своим детям достойное образование и лишит их будущего. Помните, что часто клиенты не говорят о своих истинных страхах напрямую. Каковы их самые сильные страхи и опасения?

- Потребности. Чего он действительно хочет достичь, обращаясь к нам? О чем он мечтает? Избавление от долгов — это лишь часть картины. Задайте себе вопрос: что скрывается за этой формальной потребностью? Возможно, постоянные ссоры из-за долгов разрушают брак, и клиенту нужно не просто банкротство, а шанс сохранить семью. Долговая яма может серьезно подорвать самооценку, и тогда ему нужно не только списать долги, но и вернуть уверенность в своих силах. Родитель может быть готов на все, чтобы защитить детей от финансовых трудностей, мечтая обеспечить им достойное будущее. Долги могут стать серьезным препятствием для открытия своего дела, а клиент мечтает о свободе и независимости. Что хочет клиент?

- Психология покупки. Как именно этот клиент прини-

мает решение о покупке услуги банкротства? Он тщательно изучает отзывы в интернете, ищет рекомендации знакомых, доверяет крупным брендам, анализирует юридические документы, сравнивает цены или просто идет за самой убедительной рекламой? Возможно, для него важны личные гарантии и уверенность в результате, а может быть, он просто хочет избавиться от проблем как можно быстрее и готов заплатить за скорость. Он ищет компанию с безупречной репутацией или ему важнее всего низкая цена, даже если это сопряжено с рисками? Какие факторы для него критичны? Возможно, это возможность рассрочки платежа, наличие положительного опыта у других клиентов, компетентность менеджера, удобство онлайн-консультаций или даже просто приятное общение. Какие факторы для него критичны?

- Лицо, принимающее решение, и лицо, влияющее на принятие решения. Кто фактически принимает решение о покупке услуги банкротства? Всегда ли это сам должник? Часто бывает, что решение принимает супруг/супруга, особенно если долги общие или имущество оформлено на него/нее. В некоторых случаях решение принимают родители, особенно если они оказывают финансовую поддержку. А иногда даже взрослые дети могут влиять на решение родителей, когда они обеспокоены их финансовым положением. Важно понимать, что степень понимания проблемы и вариантов ее решения у клиента и его близких может сильно отличаться. На-

пример, клиент после консультации уже уверен в необходимости банкротства и заключения договора, а его супруга не видит в долгах серьезной угрозы, предлагая найти подработку и платить по долгам. Кто еще может влиять на его решение? Может быть, это друг-юрист или коллега по работе. Недостаточно убедить только клиента. Важно выяснить, кто еще участвует в принятии решения, оценить их понимание ситуации, выявить степень их влияния, их опасения и возражения.

- Сравнение. С кем клиент нас сравнивает? Это могут быть другие юридические компании, предлагающие услуги банкротства, варианты реструктуризации долга, самостоятельные попытки решить проблему или даже просто привычное «жизнь с долгами, как есть». Важно помнить, что, как Netflix считает своим конкурентом не только другие стриминговые сервисы, но и... сон, так и нам нужно рассматривать конкурентов шире, чем просто другие компании по банкротству. Возможно, для клиента альтернативой является оформление новых кредитов для погашения старых, откладывание решения проблемы «на потом», надежда на улучшение финансовой ситуации, обращение к антиколлекторам или попытки договориться с кредиторами самостоятельно. Как он нас сравнивает? Он опирается на цену, обещанные гарантии, отзывы в интернете, личное общение с менеджером, опыт знакомых, репутацию компании, скорость процедуры или другие критерии? На что он обращает внима-

ние в первую очередь? Возможно, для него важна прозрачность процесса, наличие положительных решений суда, квалификация юристов, удобство сервиса или индивидуальный подход.

- Срок принятия решения. Как долго клиент обычно принимает решение о банкротстве? Это может быть неделя, месяц, полгода или даже год. От чего это зависит? Какие факторы влияют на скорость принятия решения? Возможно, это срочность ситуации (например, угроза ареста имущества), наличие свободных средств для оплаты услуг, степень доверия к компании, сложность финансовой ситуации, влияние родственников, страх перед процедурой, необходимость сбора документов или получение консультации у нескольких специалистов. Как мы можем ускорить этот процесс? Предоставить исчерпывающую информацию о процедуре, развеять страхи и сомнения, предложить удобные условия оплаты, продемонстрировать положительные результаты, установить доверительные отношения, оперативно отвечать на вопросы, предоставить гарантии или предложить бонус за быстрое принятие решения.

Универсальный подход — потеря времени и денег! Без использования типологии и сегментации клиентов вы распыляете ресурсы, достигая меньших результатов. Научитесь быстро квалифицировать клиентов на первом этапе, чтобы не тратить время на малоперспективных. Фокусируйтесь на

тех, кто с большей вероятностью купит ваши услуги здесь и сейчас.

Проводите анализ потенциальных клиентов! Не стесняйтесь задавать вопросы, чтобы получить как можно больше информации. Начните активно квалифицировать клиентов и меньше тратьте время на малоперспективных уже сегодня. Создавайте «аватары» клиентов: детальные описания типичных представителей целевой аудитории. Это поможет вам лучше понимать их потребности и предлагать наиболее подходящие решения. Помните, успешные продажи — это результат глубокого понимания клиента и его ситуации. Учитесь анализировать, понимать тип клиента, задавать вопросы и ставить себя на место клиента — и тогда успех не заставит себя ждать!

Мы обсудили важность понимания клиента, сегментации клиентской базы и необходимость типологии. Теперь пришло время создать свою собственную типологию клиентов, основанную на вашем опыте и знаниях. Это позволит вам быстрее и эффективнее определять потребности клиентов и предлагать им наиболее подходящие решения.

ЗАДАНИЕ №5.

Моя типология: создаем портреты клиентов

Разработка собственной типологии клиентов позволит вам систематизировать свой опыт, лучше понимать потреб-

ности различных групп клиентов и адаптировать свои методы продаж под каждый конкретный случай. Это приведет к повышению конверсии и увеличению количества успешных сделок.

Инструкция

1. Вспомните 5—7 клиентов, с которыми вы работали в последнее время и которые вам хорошо запомнились.
2. Подумайте, какие общие черты их объединяют и какие различия между ними существуют.
3. Определите 3—4 ключевых критерия, по которым вы будете классифицировать клиентов. (Это может быть возраст, уровень дохода, тип долга, мотивация обращения за помощью, уровень осведомленности о процедуре банкротства и т. д.)
4. Опишите 3—4 основных типа клиентов, используя выбранные критерии. Дайте каждому типу название, отражающее его суть. (Например: «Отчаявшийся заемщик МФО», «Должник с ипотечным жильем», «Жертва финансовых мошенников».)
5. Для каждого типа клиентов составьте подробный «портрет», включающий:
 - основные характеристики (возраст, доход, семейное положение, образование);
 - типичные проблемы и «боли»;

- потребности и ожидания;
- мотивацию обращения за помощью;
- предпочтительный стиль общения;
- наиболее эффективные аргументы;
- типичные возражения.

6. Запишите свои «портреты клиентов» в блокнот или компьютер.

Вопросы для рефлексии

- Какие критерии оказались наиболее полезными для классификации клиентов?
- Было ли вам сложно составить «портреты» клиентов?
- Насколько сильно отличаются потребности и ожидания разных типов клиентов?
- Как вы будете использовать эту типологию в своей работе?

В следующий раз, общаясь с новым клиентом, попробуйте отнести его к одному из созданных вами типов. Адаптируйте свой подход к общению, используя разработанные «портреты», и отслеживайте результаты!

Варианты решения финансовых проблем глазами клиентов, их плюсы и минусы

В этой статье мы поговорим о крайне важном аспекте — о том, как ваши клиенты воспринимают свои финансовые проблемы и какие альтернативные пути решения они видят.

Почему это важно? Потому что понимание мотивов и страхов клиента — это половина успеха сделки. Если вы не знаете, какие варианты он рассматривает и почему они кажутся ему привлекательными, вы не сможете эффективно отработать возражения и убедительно донести ценность банкротства.

1. Рефинансирование

- Как это видит клиент: «Возьму новый кредит, чтобы погасить старые. Платеж станет меньше, и я смогу выдохнуть».
- Плюсы для клиента (иллюзорные): Снижение ежемесячного платежа (в моменте).
- Минусы для клиента (реальные): Увеличение общей суммы долга из-за процентов. Переплата может быть колоссальной! Увеличение срока кредитования — долг растягивается на годы, а то и десятилетия. Риск попасть в еще более сложную ситуацию, если что-то пойдет не так. Одобре-

ние рефинансирования не гарантировано — банки тщательно проверяют таких заемщиков. Необходимость предоставления залога (в некоторых случаях) — это риск потерять имущество. Нет гарантий, что клиент сможет выплачивать новый кредит.

- **Ваша позиция:** Важно показать клиенту, что рефинансирование — это пирамида долгов, а не выход из ситуации.

«Я понимаю, что мысль о снижении ежемесячного платежа очень заманчива. Кто не хочет платить меньше? Но давайте разберемся, что такое рефинансирование на самом деле. Это как перекладывать кирпичи с одного места на другое. Вы берете новый кредит, чтобы погасить старый. В итоге вы не избавляетесь от долга, а просто перекладываете его на будущее.

Вы уверены, что через год, два, пять лет ваша финансовая ситуация станет лучше? Вы уверены, что сможете без проблем выплачивать этот новый кредит? А если нет? Что тогда? Вы снова будете искать новый кредит? Это замкнутый круг.

А что, если есть способ разорвать этот круг? Судебное банкротство позволяет полностью списать долги и начать жизнь с чистого листа. Никаких кредитов, никаких процентов, никаких долгов. Мы можем бесплатно проанализировать вашу ситуацию и сказать, подходит ли вам банкротство. Что вы на это скажете?..»

Задавайте открытые вопросы, которые заставят клиента

задуматься о долгосрочных последствиях рефинансирования. Акцентируйте внимание на неуверенности в будущем и рисках, связанных с новым кредитом. Предложите банкротство как надежное и гарантированное решение, которое избавит от долгов навсегда.

2. Реструктуризация долга

- Как это видит клиент: «Договорюсь с банком, и они уменьшат мне платеж или дадут отсрочку».

- Плюсы для клиента (частичные): Изменение условий кредита, потенциальное уменьшение платежа.

- Минусы для клиента: Не списывает долг — это главный минус. Клиент продолжает платить, пусть и меньше. Банк может отказать и часто отказывает, особенно если у клиента уже есть просрочки. Возможно ухудшение кредитной истории (зависит от условий реструктуризации). Платежи все равно остаются! И часто — растягиваются на более длительный срок, увеличивая общую переплату. Стресс и неопределенность — клиент продолжает жить в долгах, не зная, сможет ли он выплатить все до конца. Риск потерять имущество, если реструктуризация не поможет, — если клиент снова не сможет платить, банк подаст в суд и взыщет имущество.

- Ваша позиция: Ваша задача — показать клиенту, что реструктуризация — это не решение проблемы, а лишь временная отсрочка.

«Реструктуризация — это, безусловно, вариант. И если у

вас сейчас временные трудности и вы уверены, что через пару месяцев все наладится, то это может быть неплохим решением. Но давайте посмотрим правде в глаза. У вас уже есть просрочки по кредитам. Это значит, что ваша финансовая ситуация не просто сложная, а критическая. Банк может отказать вам в реструктуризации или предложить такие условия, которые только усугубят вашу проблему.

Даже если вам удастся договориться с банком, вы должны понимать, что долг никуда не денется. Вы будете продолжать платить, пусть и меньше. И если что-то снова пойдет не так, вы окажетесь в еще худшей ситуации.

А что, если есть способ полностью избавиться от долгов и начать новую жизнь? Судебное банкротство — это реальный шанс списать все долги и забыть о них навсегда. Мы можем бесплатно проанализировать вашу ситуацию и сказать, насколько это возможно в вашем случае. Что скажете?..»

Подчеркните временный характер облегчения от реструктуризации и долгосрочные риски. Сравните это с шансом раз и навсегда забыть про все долги, который предлагает банкротство. Задавайте вопросы, которые заставят клиента задуматься о будущем и его финансовой безопасности.

3. Выкуп долга

- Как это видит клиент: «Накоплю денег и выкуплю долг у кредитора за меньшую сумму».
- Плюсы для клиента (потенциальные): Возможность по-

гасить долг с дисконтом.

- **Минусы для клиента:** Требуется наличия свободных средств, сколько именно — никто не скажет заранее. Долг должен быть безнадежным для кредитора, то есть он должен считать, что взыскать с клиента полную сумму нереально. А это влияет на размер дисконта! Необходимо понимать, как правильно вести переговоры при выкупе долга по договору цессии. Без юридической подкованности клиента легко обмануть! Велик риск столкнуться с мошенниками. Особенно если пытаться «купить» долг через сомнительные компании. Даже выкупив долг, клиент не всегда получает гарантию, что к нему больше не будет претензий, — важно грамотно оформить документы.

- **Ваша позиция:** Выкуп долга звучит привлекательно, особенно если клиент уже слышал о подобных случаях от знакомых или в интернете. Ваша задача — аккуратно развеять этот миф, не обесценивая идею полностью, а показывая ее сложности и подводные камни.

«Вы правы, выкуп долга иногда возможен, но это сложный процесс. Во-первых, нужна значительная сумма наличных — и никто не скажет, сколько именно. Во-вторых, кредитор должен захотеть продать долг — а это бывает не всегда. В-третьих, нужно уметь вести переговоры и правильно оформить документы, чтобы не стать жертвой мошенников. У вас уже есть опыт выкупа долгов? Вы знаете, как проверить подлинность документов?.. Если у вас уже есть значительная

сумма денег, которую вы готовы потратить на выкуп долга, давайте посмотрим, не будет ли банкротство более выгодным и надежным вариантом. При банкротстве списываются ВСЕ долги (кроме исключений), а не только один. И вам не придется вести переговоры с кредиторами или бояться мошенников. Давайте оценим ваши шансы на банкротство?..»

Подчеркните, что выкуп долга — это непрозрачный и рискованный процесс, который требует определенных знаний и навыков. Банкротство, в отличие от него, — это законный и регулируемый процесс, который гарантирует списание долгов при соблюдении определенных условий.

4. Игнорирование проблемы

- Как это видит клиент: «Само рассосется», «Буду прятаться от звонков», «Зачем мне все это нужно?»
- Плюсы для клиента (иллюзорные): Отсутствие необходимости принимать сложные решения, временное избавление от стресса.
- Минусы для клиента: Долг растет в геометрической прогрессии. Ухудшение кредитной истории — практически невозможно получить новые кредиты. Судебные разбирательства. Арест имущества и счетов, а это потеря ценных вещей и доступа к деньгам. Психологический дискомфорт — постоянный стресс, страх, бессонница, депрессия. Звонки коллекторов и приставов — прессинг и угрозы, затрагивающие не только самого должника, но и его близких. Ис-

порченные отношения с родственниками и друзьями из-за просьб о помощи или из-за долгов, перекинутых на них.

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.