

12+

Анна Спасская



Сказочный профайлинг.

Архетип по фразе.
Сделка за 3 минуты.

*Люди —
как герои сказок.
Узнай, кто перед тобой
и найди ключ
к сделке.*

ПОНИМАЙ

ВИДИ

ГОВОРИ

ДОГОВАРИВАЙСЯ

АРХЕТИПЫ

ПОВЕДЕНИЕ

МОТИВАЦИЯ

ЯЗЫК ФРАЗ

УСПЕШНЫЕ СДЕЛКИ

*Сказки
работают
и в реальной
жизни*

СКАЗКИ
ЗНАЮТ БОЛЬШЕ
О ЛЮДЯХ,
ЧЕМ КАЖЕТСЯ



Анна Спасская

**Сказочный профайлинг. Архетип
по фразе. Сделка за 3 минуты**

«Издательские решения»

Спасская А.

Сказочный профайлинг. Архетип по фразе. Сделка за 3 минуты /
А. Спасская — «Издательские решения»,

Золушка, Белль, Снежная Королева... Продавец, который умеет их читать, закрывает 80% сделок с первого контакта. Эта книга — готовый инструмент. Вы научитесь вычислять архетип клиента за 10 секунд по первой фразе, позе и жесту. Получите 60 готовых ответов на 5 возражений. Внутри — 5 игр для отработки навыка и шпаргалки для распечатки. Методика работает в B2B, рознице и удалённых продажах. Никакой магии — только психология, упакованная в сказку.

© Спасская А.

© Издательские решения

Содержание

Почему эта книга родилась	6
Глава 1. Детектер за 10 секунд	9
Глава 2. 12 портретов	15
Группа 1. Тихие и доверчивые	16
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Сказочный профайлинг Архетип по фразе. Сделка за 3 минуты

Анна Спасская

© Анна Спасская, 2026

ISBN 978-5-0071-2039-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Почему эта книга родилась

Каждый день продажник делает одну и ту же фатальную ошибку.

Он учит скрипты, заучивает возражения, зубрит технику «5 шагов к сделке», приходит на переговоры с железобетонным планом. А клиент берёт и... ломает этот план, потому что он не робот, и не будет читать ваш скрипт по ролям. Он приходит со своим характером, своей внутренней «сказкой», в которой он — главный герой. А вы для него — или злодей, или волшебник, или вообще «мимопроходил».

И если вы не понимаете, какую роль он вам отвел, будете перебирать сотни приемов, менять цену, давить скидками, уговаривать, убеждать... И в 80% случаев проигрывать.

Я написала эту книгу, потому что устала смотреть на талантливых продавцов, которые горят на одном и том же: они пытаются продать *себя*, а не *решение для героя*.

Сказка — это не про детей. Это про деньги.

В свое время Юнг сказал: архетипы управляют людьми. Маркетологи подтвердили: бренды строятся на архетипах. А я говорю: каждый клиент уже приходит к вам со своим архетипом, если вы хотите продавать легко и дорого — перестаньте гадать, научитесь вычислять.

Эта книга — не про манипуляции, а про **диагностику**.

Вы научитесь:

- За 10 секунд определять типаж клиента по его первой фразе, позе и взгляду.
- Понимать, чего он на самом деле боится (и это не «дорого»).
- Говорить с ним на языке его «сказки», чтобы он сам сказал «да».
- Строить сделку так, чтобы клиент чувствовал: вы его понимаете, а не просто продаёте.

Почему именно 12 героев? Ведь людей — миллиарды.

Психологи давно выяснили: всё многообразие человеческих характеров укладывается в 12 базовых архетипов. Карл Густав Юнг, изучая сны и мифы разных народов, пришёл к выводу: наши бессознательные сценарии повторяются. Они как 12 базовых ролей, которые мы примеряем на себя в разных ситуациях. Именно эти роли и стали основой нашей системы профайлинга

Карл Густав Юнг назвал их: Мудрец, Правитель, Воин, Любовник, Бунтарь, Творец, Маг, Искатель, Славный малый, Опекун, Невинный, Шут.

Сухо? Скучно? Для продаж — смертельно.

Поэтому в этой книге мы упаковали эти архетипы в **живые, узнаваемые сказочные образы**.

Золушка, Русалочка, Белоснежка, Снежная Королева, Красная Шапочка, Белль, Алиса, Жасмин, Рапунцель, Маленькая Разбойница, Мальвина, Мэри Поппинс.

Этих героинь мы знаем с детства, любим их или ненавидим, но главное — мы их *чувствуем*. И когда вы научитесь видеть их в ваших клиентах, продажи перестанут быть борьбой. Они станут игрой.

Кому эта книга нужна прямо сейчас.

Руководителям отделов продаж — чтобы превратить своих «звёзд» в мастеров профайлинга и перестать терять сделки на этапе первого контакта.

Владельцам бизнеса — чтобы понять, почему ваши менеджеры сливают сложных клиентов, и научить их работать с любым характером.

Сетевым консультантам — чтобы перестать бояться возражений и начать продавать легко и с кайфом, играя в «угадай героя».

Менеджерам по работе с ключевыми клиентами — чтобы выстраивать долгосрочные отношения на основе глубокого понимания личности.

Тренерам и коучам — чтобы получить готовую методику для своих программ и удивлять участников результатами.

Одно предупреждение, прежде чем мы начнём.

Я не учу вас манипулировать. Я учу вас **подстраиваться**.

Разница огромная:

— Манипуляция — это когда вы продаёте то, что клиенту не нужно, обманывая его доверие. Это работает один раз, а потом клиент уходит навсегда.

— Подстройка — это когда вы понимаете, какой язык нужен этому конкретному человеку, и говорите на нём. Вы закрываете его боль, даёте ему то, что он ищет, и он возвращается к вам снова и снова.

Поэтому правило номер один в этой книге звучит так:

Не ломай героя. Помоги ему выиграть его сказку, а он поможет тебе выиграть сделку.

Как читать эту книгу, чтобы получить результат.

Не читайте от корки до корки, как роман.

— Откройте Главу 1. Освойте «детектор за 10 секунд».

— Возьмите 3—5 своих клиентов, которые «застряли» или «не купили». Попробуйте определить их архетип по описанным признакам.

— Откройте портрет нужной героини в Главе 2 и найдите фразу, которую вы могли бы сказать.

— Примените её на следующей встрече и запишите результат.

Поверьте: после 3 таких экспериментов вы уже не сможете смотреть на клиентов по-старому. Вы начнёте играть. А игра продаётся лучше, чем серьёзность.

Бонус: первый принцип, который вы можете использовать уже сегодня.

Прежде чем мы нырнём в детали, запомните простую аксиому:

Если вы **не понимаете** клиента, продажа превращается в пытку. Если вы **понимаете** — она превращается в разговор двух друзей.

В этой книге я научу вас понимать так, как не учат в бизнес-школах. Потому что мы опираемся не на алгоритмы, а на архетипы.

Вместо предисловия. История одной сделки.

Мне всегда было интересно: почему одни продавцы закрывают 80% входящего трафика, а другие — 10%, хотя говорят абсолютно одинаковые слова?

Однажды я наблюдала за двумя менеджерами. К ним пришла одна и та же клиентка — строгая, в деловом костюме, с ледяным взглядом. Она спросила: «Почему у вас цена выше, чем у конкурентов?».

Первый менеджер (отличник, знал все скрипты) начал эмоционально рассказывать про «заботу о клиенте» и «душевность». Клиентка молча развернулась и ушла.

Второй менеджер посмотрел на неё, заметил её прямую спину, её сумку на полу (не на коленях), её взгляд «сверху вниз», и сказал: «Это цена за безупречное качество и полную прозрачность. Я подготовил для вас сравнительную таблицу — решение за вами».

Клиентка взяла таблицу, посмотрела на него с уважением и купила самый дорогой набор.

Разница? Второй продавец **прочитал её архетип**. Он понял: перед ним не «Аленушка», которой нужна забота, а «Снежная Королева», которой нужен статус и факты. Он заговорил на её языке, и сделка состоялась.

Эта книга — про то, как стать вторым продавцом, перестать гадать и начать видеть.

Добро пожаловать в мир сказок для взрослых! Здесь продаются не товары, а истории, в которых клиент становится главным героем.

Глава 1. Детектер за 10 секунд

«Прежде чем сказать клиенту первую фразу — посмотри на него. Твои глаза уже знают ответ. Дай им 10 секунд».

Представьте: клиент заходит в дверь. Вы ещё не сказали ни слова, а ваши глаза уже начали считывать информацию. Через 10 секунд у вас есть 70% понимания, кто перед вами.

Как? По трём столпам.

СТОЛП ПЕРВЫЙ. ПОЗА И ТЕЛО (невербалика)

Тело не врёт. Клиент может говорить что угодно, но его поза выдаёт его за 5 секунд до того, как он произнесёт первую фразу. Не смотрите на одежду (она обманчива, сегодня легко купить бренд в кредит и жить в «хрущевке», но с дорогим телефоном). Смотрите на то, как человек занял пространство.

Ситуация №1. «Трон»

Клиентка садится так, будто занимает своё законное место. Спина прямая, плечи расправлены. Она будто восседает на троне. Сумка стоит на полу, а не на коленях — это поза человека, который привык занимать пространство и не нуждается в защите. Руки спокойно лежат на подлокотниках или сложены перед собой, но без напряжения. Взгляд — прямой, спокойный, без суеты.

Что это значит: Клиентка привыкла к власти и контролю. Она не просит, она выбирает. Перед вами **Снежная Королева**. Ваша задача — не суетиться, не заискивать, а говорить с уважением и фактами.

Ситуация №2. «Сжатая пружина»

Клиентка садится на самый край стула, как будто готов сорваться в любую секунду. Корпус наклонён вперёд, локти на столе. Одна рука может сжимать телефон, вторая — нервно постукивать по столу. Она смотрит вам прямо в глаза, почти не моргая, и кажется, что она считает секунды до конца разговора.

Что это значит: Клиентка ценит время выше всего на свете. Она пришла за решением, а не за разговором. Перед вами **Маленькая Разбойница**. Ваша задача — быть быстрым, чётким, по делу. Никаких «приятных» разговоров и отвлечённых вопросов.

Ситуация №3. «Незванный гость»

Клиентка сидит ссутулившись, плечи опущены, голова чуть наклонена вниз. Она словно пытается стать меньше, чем есть на самом деле. Часто теребит край одежды или перебирает ремешок сумки. Избегает прямого взгляда, смотрит на вашу визитку или на стол, но не в глаза. Если вы предлагаете ей чай, может взять чашку двумя руками, как будто боится уронить.

Что это значит: Клиентка чувствует себя неуверенно, не в своей тарелке. Ей кажется, что она не достойна здесь находиться. Перед вами **Золушка**. Ваша задача — снять её тревогу мягкостью, заботой и словами поддержки. Она должна понять, что вы на её стороне.

Ситуация №4. «Лёгкое облако»

Клиентка сидит свободно, но не развалившись. Она то откидывается на спинку, то наклоняется вперёд, когда ей что-то интересно. Руки не сжаты, они открыто лежат на столе или на коленях. Она часто поправляет волосы, крутит в руках визитку или образцы — ей важно касаться того, что она видит. Взгляд живой, оглядывает комнату, а не только вас.

Что это значит: Клиентка ищет эмоцию и игру. Скука для нее — худшее из зол. Перед вами **Алиса** или **Рапунцель**. Ваша задача — создать атмосферу лёгкости, интереса и волшебства. Дайте ей поиграть и прикоснуться к продукту.

Ситуация №5. «Исследователь»

Клиентка садится, сразу достаёт очки и внимательно всматривается в ценник или мелкий текст на упаковке. Корпус чуть наклонён вперёд, как будто она «въедается» в информацию. Она может взять вашу ручку и что-то записать в свой блокнот. Часто переспрашивает: «Правильно ли я поняла?», «То есть, это работает вот так?».

Что это значит: Клиентка не верит на слово. Она хочет фактов, цифр и доказательств. Перед вами **Белль**. Ваша задача — быть готовым к вопросам, иметь наготове документы, таблицы и сертификаты. Никаких «очевидно» и «поверьте».

Ситуация №6. «Мудрец»

Клиентка сидит отстранённо, как будто наблюдает за происходящим со стороны. Взгляд спокойный, часто с лёгкой улыбкой, которая говорит: «Я знаю больше, чем ты думаешь». Она делает паузы между вопросами, и эти паузы — не неловкие, а весомые. Может посмотреть на вас и мягко спросить: «А почему вы выбрали эту работу?».

Что это значит: Клиентка ищет не продукт, а смысл. Перед вами **Мэри Поппинс**. Ваша задача — говорить не о свойствах, а о возможностях, трансформации, о том, как продукт меняет жизнь.

Практическое задание для продавца:

На ближайшей встрече с клиенткой, прежде чем сказать «Здравствуйте», молча посмотрите на нее 5 секунд. Оцените ее позу. Спросите себя: «Она ведет себя как сжатая пружина? Или как незваный гость? Или как мудрец?». Это задание может показаться простым, но оно меняет всё. Вы перестанете автоматически «включать скрипт» и начнёте видеть человека.

СТОЛП ВТОРОЙ. ПЕРВАЯ ФРАЗА (речевой маркер)

То, как клиентка начинает разговор, это ее «визитная карточка». Она ещё не знает, что уже выдала себя. Первая фраза — это не случайность, а привычный способ взаимодействия с миром.

Внимание: одна фраза может дать 80% точности. Две фразы — 95%. Не торопитесь с выводами после одной. Услышьте клиента, дайте ему сказать немного больше, но уже первая фраза — это стрелка компаса.

Первая фраза №1. «Сомневающийся»

«Здравствуйте... Я, наверное, не ваш клиент. Я просто посмотрю... У меня денег не очень...»

Ваш диагноз: Золушка. Она не верит, что достойна вас или вашего продукта. Ваша задача — включить максимальную поддержку, мягкость и заботу.

Как ответить: *«Спасибо, что зашли. Садитесь, я принесу вам воды. Давайте я просто покажу вам то, что мне самой нравится. Без обязательств. Если понравится — хорошо, если нет — мы просто поговорим».*

Она должна почувствовать, что вы не давите, не оцениваете, а принимаете.

Первая фраза №2. «Торопливый»

«Здравствуйте. У меня пять минут. Мне нужно решить проблему X. Давайте к сути. Что у вас есть и сколько стоит?»

Ваш диагноз: Маленькая Разбойница. Она ценит время выше всего. Ваша задача — быть быстрым, чётким, без воды.

Как ответить: *«Отлично. Два варианта. Первый — цена N, срок Y. Второй — цена M, срок Z. Разница — в концентрации. Рекомендую второй, если время критично. Я даю вам сравнительную таблицу. Решение за вами».*

Никаких «как дела». Только суть.

Первая фраза №3. «Удивлённый»

«Ой, какая красота! У вас тут так уютно! А что это за блестяшка? А она пахнет вкусно?»

Ваш диагноз: Алиса или Рапунцель. Она ищет эмоцию и игру. Ваша задача — подхватить её восторг и не разрушать его скучными фактами.

Как ответить: *«Ты права! Это наша новинка. Смотри, какая у неё текстура — как клубничный мусс. А пахнет как утро в саду. Хочешь, я покажу тебе, как она работает? Это вообще просто магия!»*

Не говорите о составе. Говорите о волшебстве.

Первая фраза №4. «Скептик»

«Здравствуйте. Я пробовала похожее — не зашло. У вас-то что особенного? Или это всё та же вода с ароматизаторами?»

Ваш диагноз: Русалочка. Она не верит в стандарт. Она ищет глубину и уникальность. Ваша задача — признать её скепсис и предложить что-то «не как у всех».

Как ответить: *«Хороший вопрос. Вы правы, на рынке много „воды“. У нас — экспериментальная формула. Мы тестируем её только на продвинутых клиентах. В ней на 30% больше активного компонента и один секретный ингредиент, которого нет у других. Если вы готовы рискнуть — я дам вам тест-драйв на 10 дней. Хотите попробовать то, чего ещё нет у других?»*

Первая фраза №5. «Эксперт»

«Здравствуйте. Я изучила ваш сайт и сайты конкурентов. Объясните мне, почему ваша цена выше на 20%, если состав почти одинаковый?»

Ваш диагноз: Белль. Она пришла с фактами. Ваша задача — быть готовым к вопросам и отвечать честно и аргументированно.

Как ответить: *«Отличный вопрос. Смотрите: у них концентрация активного компонента — 5%. У нас — 15%. Если пересчитать стоимость грамма активного вещества — у нас даже дешевле. Вот сравнительная таблица. Хотите посмотреть сертификаты?»*

Первая фраза №6. «Мудрый»

«Здравствуйте. Я ищу не просто продукт. Я ищу изменение. Как ваш продукт может повлиять на мою жизнь в целом? Через год я буду другой?»

Ваш диагноз: Мэри Поппинс. Она мыслит масштабно. Ваша задача — говорить не о продукте, а о трансформации.

Как ответить: *«Я понимаю, о чём вы. Этот продукт — не точка в вашей жизни. Это запятая. Он запускает цепочку изменений. Вы начинаете с заботы о коже, а через месяц замечаете, что стали больше слушать себя, лучше отдыхать, больше улыбаться. Я сам прошёл через это. Хотите, я расскажу вам, как это работает на уровне смыслов, а не молекул?»*

Первая фраза №7. «Заботливый»

«Здравствуйте. А для семьи это подойдёт? Моя дочка говорит, что ей нужно что-то для проблемной кожи. А мужу я хочу подарить...»

Ваш диагноз: Белоснежка. Она заботится обо всех, кроме себя. Ваша задача — мягко перевести фокус на неё.

Как ответить: *«Я вижу, что вы очень заботливая мама. Но знаете, что я заметила? Когда мама сияет — вся семья счастливее. Давайте я покажу вам то, что я рекомендую именно мамам. Это будет ваше личное время на 5 минут в день. А дочке я положу пробник, чтобы она тоже попробовала. Идёт?»*

Первая фраза №8. «Королевский»

«Здравствуйте. Я привыкла к лучшему. Удивите меня. У вас есть что-то, что действительно соответствует моему уровню, или я зря пришла?»

Ваш диагноз: Снежная Королева. Она ждёт признания своего статуса. Ваша задача — говорить с ней на равных, без заискивания.

Как ответить: *«Я вижу, что вы знаете толк в качестве. Я подготовила для вас эксклюзивный пакет — то, что мы не выставляем на витрину, только для клиентов вашего уровня. Вот каталог. Сравните с тем, что вы привыкли видеть».*

Первая фраза №9. «Экономичный»

«Здравствуйте. А у вас есть что-то недорогое? У меня бюджет ограничен, но хочу побаловать себя чем-то приятным. Но чтобы это было не уныло!»

Ваш диагноз: Красная Шапочка. Она ищет выгоду и игру. Ваша задача — дать ей чувство, что она «перехитрила» систему.

Как ответить: *«Есть у меня одна вещь, но я её не всем показываю. Видишь, без ценника стоит? Это прошлая коллекция, но формула та же, что сейчас стоит в два раза дороже. Могу отдать за полцены, потому что освобождаю полку. Но это секрет. Никому не говори. Идёт?»*

Первая фраза №10. «Организованный»

«Здравствуйте. У меня строгий бюджет и график. Мне нужно понимать: сколько расходуется, сколько хватит, когда я увижу результат. Я не люблю сюрпризов».

Ваш диагноз: Мальвина. Она любит план. Ваша задача — дать ей чёткую структуру.

Как ответить: *«Всё понятно. Я даю вам план на 30 дней: чек-лист по дням, расход в миллилитрах, сроки первых результатов. Всё прозрачно. Хотите, я сейчас открою таблицу, и вы увидите структуру?»*

Первая фраза №11. «Роскошный»

«Здравствуйте! Какая у вас витрина! А что это за золотой флакон? Он выглядит как драгоценность!»

Ваш диагноз: Жасмин. Она ищет красоту и роскошь. Ваша задача — поддержать эту эстетику.

Как ответить: *«Ты права! Это наш алхимический крем. Его делают по старинному рецепту с розовым маслом. Когда его наносишь, ты чувствуешь себя не просто ухоженной, а королевой. Я держу его не на витрине, а под прилавком — только для тех, кто умеет ценить красоту».*

Первая фраза №12. «Человек-загадка»

«Здравствуйте. Я не знаю, что именно ищу. Но я знаю, что хочу перемен. И я чувствую, что они начнутся здесь. Подскажите, что мне взять?»

Ваш диагноз: **Мэри Поппинс** (особенно, если говорит загадочно). Или **Рапунцель**, если говорит наивно.

Как ответить (для Мэри Поппинс): *«Вы правы. Перемены начинаются с маленького шага. Я вижу, что вы готовы к ним. Давайте я покажу вам то, что помогает мне просыпаться с улыбкой. Это не просто продукт — это ритуал».*

Как ответить (для Рапунцель): *«Конечно, подскажу! Это просто! Я покажу тебе что-то красивое и волшебное. Тебе понравится, я уверена!»*

Практическое задание для продавца:

Записывайте первые фразы своих клиентов в течение недели. Ставьте напротив предполагаемый архетип. Через неделю проверьте, совпало ли ваше первое впечатление с тем, как клиент вёл себя дальше. Вы удивитесь, но в 80% случаев первая фраза даёт стопроцентный «попадание».

СТОЛП ТРЕТИЙ. КОНТЕКСТ СДЕЛКИ (зачем пришёл?)

Даже если вы угадали позу и первую фразу, всегда проверяйте себя вопросом: «Зачем этот человек пришёл?» Уточняйте, но мягко. Не «зачем вам это?», а «а для каких целей вы смотрите?». Ответ подтвердит или скорректирует вашу догадку.

Контекст №1. «Для себя»

Клиент говорит: *«Я хочу себя побаловать», «Хочу посмотреть для себя любимой», «Давно не делала себе подарков».*

Что это значит: Она ищет заботу о себе. Скорее всего, **Золушка, Рапунцель** или **Жасмин**. Подарите ей чувство, что она — центр вселенной.

Ваша роль: Включите заботу, мягкость или роскошь в зависимости от того, что вы считали по позе.

Контекст №2. «Для команды / семьи / офиса»

Клиент говорит: *«Хочу порадовать друзей», «Мне нужно для всей семьи», «Беру для отдела».*

Что это значит: Она ориентирована на других. Скорее всего, **Белоснежка**. Ваша задача — не дать ей уйти в тень, но мягко перевести фокус на неё.

Ваша роль: Скажите: *«Я вижу, что вы очень заботливая. Но давайте сначала я покажу вам то, что создано специально для таких мам/руководителей — это будет ваш личный ресурс. А для команды я положу отдельные пробники».*

Контекст №3. «Просто интересно»

Клиент говорит: *«Просто зашла, посмотреть», «Увидела витрину и забежала», «Пока время есть».*

Что это значит: Она ищет новизну. Скорее всего, **Алиса, Красная Шапочка** или **Рапунцель**. Ваша задача — заинтриговать, дать ей «крючок», чтобы она осталась.

Ваша роль: *«Я как раз для таких, как ты, припасла кое-что особенное! Это не стандартная позиция, а секретная фишка. Хочешь посмотреть?»*

Контекст №4. «Решение проблемы»

Клиент говорит: *«Мне нужно убрать это», «Я хочу, чтобы исчезло то», «У меня есть конкретная задача».*

Что это значит: Она рациональна и сфокусирована на результате. Скорее всего, **Белль, Маленькая Разбойница** или **Мальвина**. Ваша задача — дать факты, цифры и план.

Ваша роль: *«Отлично. Тогда вот вам два варианта решения. Первый — с бюджетом N, второй — с бюджетом M. Вот сравнительная таблица. Вы сами видите разницу».*

Контекст №5. «Повышение статуса»

Клиент говорит: *«Мне важно выглядеть на уровне», «Я часто бываю на переговорах», «Мой статус обязывает».*

Что это значит: Она заботится об имидже. Скорее всего, **Снежная Королева** или **Жасмин**. Ваша задача — подчеркнуть элитарность продукта.

Ваша роль: *«Тогда это именно то, что вам нужно. Мы не афишируем эту линию — она доступна только по личной рекомендации. Это премиум-качество, которое ценят люди вашего круга».*

Практическое задание для продавца:

На каждую встречу с клиентом приносите маленький блокнот. Записывайте туда три вещи:

- **Поза клиента** (5 секунд).
- **Первая фраза** (10 секунд).
- **Контекст** (что говорит о цели).

Через неделю у вас будет таблица из 10—15 клиентов. Просмотрите её и спросите себя: совпала ли ваша догадка с реальностью? Вы заметите, что уже через 3 дня точность диагноза вырастет до 90%.

Глава 2. 12 портретов

Каждая героиня — это целая вселенная. За её глазами, жестами и первыми словами стоит глубокий сценарий, который она проживает в своей голове. Ваша задача — прочитать этот сценарий быстрее, чем она успеет сказать «нет».

Группа 1. Тихие и доверчивые

(Ищут безопасность, заботу и признание)

1. ЗОЛУШКА (архетип: Славный малый / Сирота)

Её девиз: «Я недостойна. Но если вы скажете, что я достойна — я сделаю всё».

Как вычислить её за 10 секунд

Войдите в кабинет переговоров. Она сидит на краешке стула, будто занимает чужое место. Плечи опущены, голова чуть наклонена, взгляд чаще направлен вниз или в сторону, чем в глаза. Руки её часто сцеплены в замок или теребят край одежды. Если она надела новый платок или украшение, она машинально поправит его 5 раз за минуту, словно проверяет, на месте ли.

Голос у неё тихий, почти извиняющийся. Она часто начинает фразу с «ну», «вот», «как бы», «просто». Её любимые слова-паразиты — это попытка сделать себя меньше, чем она есть на самом деле.

Первая фраза, которая выдаёт её с головой: «Здравствуйте... Я, наверное, не ваш клиент. Я просто посмотрю...», или «Мне, наверное, это не подойдёт... У меня денег не очень...».

Её внутренний мир: почему она такая

Золушка выросла в атмосфере, где её достижения не замечали, а её усилия воспринимали как должное. Возможно, в её семье было принято сравнивать: «Вот у Лены лучше», «А ты могла бы и старательнее». Или она была старшей дочерью, на которую взвалили ответственность за младших, забывая сказать «спасибо».

В глубине души Золушка считает, что счастье, красота, успех и даже просто хороший крем — это «не для неё». Она привыкла быть серой мышкой, которая обслуживает других. Но внутри неё, глубоко под слоем «я не достойна», живёт огромная, горячая потребность в признании. Она мечтает, чтобы кто-то сказал: «Ты особенная. Я вижу тебя. Я верю в тебя».

Её боль и триггеры

Главный страх Золушки — **быть отвергнутой, стать обузой**. Она боится, что вы посмотрите на неё и подумаете: «Она не наш клиент, у неё нет денег», или «Она выглядит уставшей, зачем ей это?». Если в вашем голосе прозвучит хоть нотка нетерпения или осуждения, она мгновенно «свернётся» и уйдёт, сказав «извините, я, наверное, отняла ваше время».

Что НЕЛЬЗЯ говорить Золушке (запретные фразы):

— «Ну тут всё просто, смотрите сами» — она услышит: «Ты никому не нужна, разбейся сама».

— «Давайте быстрее, я спешу» — она услышит: «Ты мне надоела, ты тратишь моё время».

— «Очевидно же, что это вам подойдёт» — она услышит: «Ты тупая, если не понимаешь».

Её потребность (то, что она не говорит вслух)

Золушка хочет, чтобы кто-то признал её право на красоту и внимание. Она жаждет поддержки, которой у неё никогда не было. Ей нужна не просто сделка — ей нужен союзник, «добрая фея», которая скажет: «Я с тобой, мы справимся».

Волшебный ключ: что говорить и как вести себя

Ваша главная задача — не продать, а **принять**. Говорите с ней мягко, чуть тише обычного, с тёплой улыбкой. Она должна почувствовать, что вы на её стороне.

Универсальная волшебная фраза: *«Милая, я вижу, что ты переживаешь. Но я чувствую в тебе огромный потенциал. Давай я сама всё тебе открою, покажу, как это работает, и буду с тобой на каждом шагу. Я верю, что у тебя всё получится. Ты это заслужи- ваешь».*

Живой диалог: как выглядит сделка

Клиент (Золушка): *«Здравствуйте... Я, наверное, просто посмотрю. У меня денег немного, да и не для меня это всё... Я устала, честно говоря, даже не знаю, зачем зашла» (сутулится, перебирает ремешок сумки).*

Продавец (ваша роль): *(вы сразу включаете мягкость, наклоняете корпус немного вперёд, смотрите по-дружески, без оценки) «Ничего страшного. Садитесь, если хотите. Я просто покажу вам пару вещей, которые нравятся моим клиенткам. Без обязательств. Посмотрите, если зацепит — хорошо, нет — значит, нет»*

Клиент (Золушка): *«Ну... я не знаю... Это, наверное, дорого...»* (всё ещё сомневается, но немного расслабилась).

Продавец: *«Давайте мы не будем думать о цене сейчас. Мы просто познакомимся с продуктом. Я дам вам его на неделю, чтобы ты попробовала. Вы ничего не теряете. А через недельку я вам позвоню, спрошу, как вы, как настроение, как ощущения. Идет?»*

Клиент (Золушка): *«А если у меня не получится? Вдруг я что-то не так сделаю?»*

Продавец: *«Мы сделаем так, чтобы получилось. Я напишу вам простой чек-лист, и даже если что-то пойдёт не так, вы всегда можете мне написать. Я на связи. Вы теперь не одна, мы вместе. Договорились?»*

Итог: Золушка покупает. Она покупает не крем. Она покупает чувство безопасности, поддержки и веры в себя.

Тонкие моменты в работе с Золушкой

Если вы дадите ей скидку, она может расценить это как жалость. Лучше дайте ей бонус: «Я кладу пробник, потому что ты мне понравилась». Если она берёт продукт, обязательно скажите ей: «Отличный выбор! У вас хороший вкус». Ей нужно слышать слова одобрения. Когда она вернётся через месяц, она приведёт подругу, которая «всё время сидит дома и ничего не хочет» — это будет её первая «жертва» любви к вам.

2. РАПУНЦЕЛЬ (архетип: Невинный / Ребёнок)

Её девиз: *«Я хочу верить в чудо. Пожалуйста, не разрушай мою сказку».*

Как вычислить её за 10 секунд

Она входит в комнату, и её глаза сразу же загораются. Она смотрит на всё с детским любопытством, часто открывает рот от удивления. Сидит она открыто — руки не скрещены, корпус чуть наклонён вперёд, к собеседнику. Она то и дело поправляет волосы, крутит в руках образцы или визитки, словно играя с ними.

Говорит быстро, эмоционально, часто заливисто смеётся, перебивает вас, чтобы спросить: «А что это?», «А это правда работает?», «А как он пахнет?», «А он красивый?». Она ищет эмоцию, а не факты. Она может пропустить все технические характеристики, но запомнить, что флакон «сверкает, как ёлочная игрушка».

Её первая фраза: *«Ой, какая красота!», «У вас так уютно!», «А у вас есть волшебное средство, чтобы всё стало хорошо?».*

Её внутренний мир: почему она такая

Рапунцель — та девочка, которая выросла на добрых мультиках, где любовь побеждает всё, а принц обязательно придёт. Она идеалистка, верит в хорошее в людях, в магию и в то, что мир прекрасен. На самом деле это её защитный механизм от той жестокости, с которой она, возможно, столкнулась в реальности. Ей важно сохранить веру в чудо, чтобы не рассыпаться.

Главный страх Рапунцель — **столкновение с жестокой реальностью**. Если вы скажете ей правду о сложностях, о побочных эффектах, о том, что «всё так просто не бывает», — она закроется, как цветок ночью, и уйдёт в свои иллюзии, возможно, даже без покупки.

Её боль и триггеры

Она боится **сложных инструкций**. Она боится **«здесь написано»**. Она боится слов «срок годности», «ограничения», «серьёзный уход». Для неё это звучит как: «Ты не справишься, это не для таких маленьких и глупых, как ты».

Что НЕЛЬЗЯ говорить Рапунцель (запретные фразы):

- *«Вот инструкция, там всё написано»* — она услышит: «Не надоедай, иди читай сама».
- *«У этого есть ограничения»* — она услышит: «Сказки не существуют».
- *«Давайте я расскажу вам про срок годности»* — она зевнёт и уйдёт.

Её потребность (то, что она не говорит вслух)

Рапунцель хочет, чтобы кто-то подтвердил её веру в то, что мир волшебен. Ей нужно, чтобы даже покупка была похожа на игру, на ритуал, на путешествие в Зазеркалье. Она покупает не продукт — она покупает настроение и ощущение «я — принцесса».

Волшебный ключ: что говорить и как вести себя

Играйте с ней в сказку. Не спорьте, не доказывайте — просто вдохновляйте. Используйте слова «волшебство», «чудо», «сказка», «просто», «каждый день». Предлагайте не инструкцию, а ритуал. Дайте ей понюхать, потрогать, рассмотреть на свету — ей важна тактильная связь с магией.

Универсальная волшебная фраза: *«Дорогая, это настоящая магия в баночке! Ты просто наносишь её утром, и весь день ловишь восхищённые взгляды. Это так просто, что даже не нужно задумываться. Я сама буду напоминать тебе, чтобы ты не забывала себя баловать. Представь, как ты смотришься в зеркало и улыбаешься — вот оно, твоё волшебство».*

Живой диалог: как выглядит сделка

Клиент (Рапунцель): *«Ой, у вас тут такая красивая витрина! А что это за баночка такая блестящая? Она как будто из мультика!»* (глаза горят, она уже трогает флакон).

Продавец (ваша роль): *(вы подхватываете её настрой, улыбаетесь как союзник) «Это наша новинка! Знаешь, я когда её увидела, сразу подумала: это для тех, кто любит сказки. Смотри, какая у неё текстура — как клубничный мусс! И пахнет... (нюхает вместе с ней) ... как детство! А знаешь, какой лайфхак? Если нанести её вечером, то утром ты просыпаешься уже с настроением. Это как если бы фея прилетела и погладила тебя по лицу».*

Клиент (Рапунцель): *«Давай! Я хочу! А она сложная? Мне надо что-то вычитать?»* (с надеждой).

Продавец: *«Нет, что ты! Это проще простого. Ты просто делаешь легкое движение рукой. Даже если ты уставшая — это займёт ровно 10 секунд. Я тебе ещё напишу в мессенджере смайлик-солнышко каждое утро, чтобы ты не забывала. А потом ты сама будешь ждать этого момента, потому что это будет твоя личная минута счастья. Начинаем?»*

Итог: Рапунцель покупает. Она покупает не крем, она покупает билет в волшебное утро, которое будет длиться 3 месяца.

3. БЕЛОСНЕЖКА (архетип: Опекун / Мать)

Её девиз: «Я забочусь обо всех. Но кто позаботится обо мне?»

Как вычислить её за 10 секунд

Она приходит, и сразу чувствуется тепло. Она смотрит на вас с мягкой улыбкой, но часто поглядывает на часы или в телефон — не случилось ли чего с её детьми? Садится, но сидит не «для себя», а так, чтобы было удобно разговаривать. Может поправить у вас на столе бумаги или пододвинуть к вам чашку — она привыкла ухаживать.

Говорит негромко, но уверенно. Её речь полна слов: «моя семья», «моя дочка», «мой муж сказал», «наши девочки». Она редко говорит «я хочу», обычно: «Я хочу порадовать дочку» или «Я хочу купить подарок для нашего дома».

Первая фраза, которая выдаёт её: *«Здравствуйте. Я, наверное, для семьи что-то посмотрю...», «А для детей это подходит?», «Моей подруге это понравилось бы...»*

Её внутренний мир: почему она такая

Белоснежка — это женщина, которая с детства была «маленькой мамой». Возможно, она рано осталась без матери или выросла в семье, где на неё возложили ответственность за младших. Она привыкла быть «жилеткой» и «спасательным кругом» для всех вокруг.

Главный страх Белоснежки — **эгоизм**. Она боится потратить деньги на себя, потому что сразу слышит внутренний голос: «А дети? А муж? А дом?». Она привыкла чувствовать вину за любую радость, которую получает сама.

Но внутри неё живёт огромная, измученная женщина, которой хочется, чтобы кто-то сказал: *«А ну-ка, садись, я сама о тебе позабочусь»*. Ей нужно разрешение — официальное, психологическое разрешение — быть не только мамой, но и женщиной.

Её боль и триггеры

Главный триггер — **обесценивание её роли**. Если вы скажете: «Вы же просто женщина, купите себе» — она не поймёт. Ей надо слышать: «Ты — центр вселенной своей семьи. Если ты будешь сиять — все вокруг будут счастливы».

Что НЕЛЬЗЯ говорить Белоснежке (запретные фразы):

— *«Побалуйте себя, вы этого достойны»*

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.