

Искусство продавать: введение



Виталий Ильинский
(Москва) — икаэринг-тренер, бизнес-консультант. Контакт: www.ikaering.ru, ilinsky@ikaering.ru, info@ikaering.ru

Началось все со звонка. Приятный голос предложил поработать с кухонной компанией... и началось. Мне после двух лет работы пришлось написать обращение к сотрудникам компании. Его я и предлагаю Вам.

Почему мы не зарабатываем сколько хотим?!

Мне вспоминается история про праведника. Он стоял в воде по колено. Мимо проплывала лодка, ему сказали: «Садись скорее, Абрам!» — «Нет, я праведник, меня Бог спасет». Проплывает вторая лодка, воды уже по пояс: «Давай скорее садись!» — «Нет, я праведник, меня Бог спасет». Проплывает третья лодка, воды по шею, а праведник плавать не умеет. «Садись скорее — ты ведь утонешь!» — «Нет, Господь праведников не оставляет». Поднялась вода, утонул праведник, встал перед светлыми очами Господни: «Отец родной, как же так? Почему ты меня не спас?» Господь раздраженно: «Я тебе три лодки посылал, сын мой. Три лодки!»

**Как только Вы внутренне
будете готовы к сумме
зарплаты в 100 000, сразу же
обнаружится, что независимо
от рекламы, удачной-
неудачной, к Вам пойдут люди.**

К вопросу о трех лодках. Три лодки денег общей стоимостью 100 000, по моим подсчетам, Вы могли бы зарабатывать ежемесячно. Да-да, именно столько планируется потенциальной возможности. При этом условно «нет клиентов в зале», но как только Вы внутренне будете готовы забрать эти деньги своей работой, как только Вы внутренне будете готовы к этой сумме, сразу же обнаружится, что независимо от рекламы, удачной-неудачной, к вам пойдут люди. Под Вас. Вспомните свой салон — обязательно есть дизайнер, у которого больше заказов. Он сидит постоян-

но в работе. Понимаю, можно сказать: «Ну, там, повезло», «Ну, там, опыт»... Переиначивая известную восточную истину (готов ученик — готов ему и учитель), можно сказать: как только готов консультант — готов ему и клиент. Всегда есть дизайнеры, которые зарабатывают 35–50 тысяч, а кто-то рядом — больше в несколько раз. И вопрос не только в годах-опыте работы. Давайте посмотрим, за счет чего мы можем вернуть деньги обратно. Чтобы 100 тысяч стало нормой.

Хватит себя штрафовать!!!

Да-да, именно так получается? Вы все время неофициально сами штрафуете себя (кто-то на 20 тысяч, а кто и на 60). Если Вы заработали 80 тысяч за этот месяц — поздравляю. И при этом 20 тысяч Вы все-таки недополучили, что обидно! Небольшая сумма — можно хорошую плазменную панель взять. Все эти неполученные суммы — плата за ошибки.

Давайте посмотрим, где мы недобираем деньги.

Где мы сами себя штрафуем?

Вроде бы все правильно говорите, а люди вам вдруг не доверяют... Я сейчас говорю не о логике, не о том, что мы говорим своим клиентам. Градусник доверия клиента растет-растет — и вот продажа! На самом деле, продажа у нас не главное, она само собой — нам надо дать клиенту столько энергии, чтобы она не просела даже после возможных проколов (при сборке, например). Чтобы клиент после покупки рассказывал о нас, говорил: «Только в „Стильных кухнях“!..»

Для нас главное — новые клиенты. Когда 10 покупателей приводят 30 новых клиентов. Такое возможно? Возможно! Неважно, кто будет вашим агентом — суровый ли клиент, который будет хмуро и деловито рассказывать о покупке, либо восторженный.

Знаете, какое главное заблуждение дизайнера-консультанта?

Если я сейчас задам Вам вопрос: «Какая Ваша главная задача?», Вы, скорее всего, ответите: «Продать кухню, и не одну, а 15».

Согласен. Именно для этого Вас и взяли на работу.

И при этом — вспомните школу, когда вас учили прыгать в Высоту через планку, например на 2 метра. Чему всегда учит тренер?

Чтобы перепрыгнуть 2 метра, тренер предлагает представить планку на 10-метровой Высоте и соответственно прыгать в Высоту как на 10 метров. Вот тогда резко повышается вероятность перелететь эти несчастные 2 метра. И тренироваться надо все время, «прыгая на 10 метров»!

НАДО ДАТЬ КЛИЕНТУ СТОЛЬКО ЭНЕРГИИ, ЧТОБЫ ОНА НЕ ПРОСЕЛА ДАЖЕ ПОСЛЕ ВОЗМОЖНЫХ ПРОКОЛОВ.

Что в нашем случае 2 метра? Это просто продажа кухни. Когда Вы настроены только на такой результат — это прыжок под планку. Планка — это наша продажа. Клиент, поработав с Вами, поговорив с Вами, сотворив с Вами кухню, должен уйти с ощущением не просто «Купил», а с ощущением «Какие классные ребята, какой обалденный товар, как у них все здорово придумано и продумано». Как раз вот это — Ваш главный источник заработка. Давайте забудем про разговоры, что реклама недостаточно эффективна, — рекламы было завалилось по всему городу. Щиты стояли на каждом шагу — 40% кухонной щитовой рекламы было нашей рекламой. Наверное, сегодня мало кто скажет, мол, я ничего не слышал про «Стильные кухни». Мог не обращать внимания, но на глаза точно попадалось. Наша задача — выйти не только на высокий уровень продаж, но и добиться, чтобы клиент хотел рассказать о вас, какие вы необыкновенные. И если брать кухню, так только у Вас.

НАША ЗАДАЧА — НЕ ТОЛЬКО ВЫЙТИ НА ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПРОДАЖ, НО И ДОБИТЬСЯ, ЧТОБЫ КЛИЕНТ ХОТЕЛ РАССКАЗАТЬ О ВАС, КАКИЕ ВЫ НЕОБЫКНОВЕННЫЕ.

Вы думаете, я слишком смело заявил о 100 000?.. Вы меня, Виталия Ильинского, уже знаете. О какой месячной зарплате я мечтал в сентябре 94-го года? 1000 долларов? 1500? 2000? Ничего подобного. Я грезил о зарплате в 120 долларов. Если бы мне кто-то в этот момент сказал: «Виталий, не пройдет и месяца, и ты заработаешь за 10 дней 1100 долларов», я бы посчитал это форменным издевательством и неумной шуткой. Так же и сейчас я думаю, 100 000 в месяц могут по-

казаться неумной шуткой. Да, на все 13 салонов эту сумму зарабатывают человек 5. Друзья мои, в 94-м году и 120 долларов мне казались сумасшедшей суммой — догадайтесь, какой у меня был уровень доходов, если я о такой сумме мечтал как о счастье? Долларов 20 я зарабатывал. Это был тяжелый переходный период. До 93-го года я успешно занимался техническим консультированием и только что заработал после 500 рублей зарплаты целых 35 000. Вдруг в течение трех месяцев, как по команде, все заводы «легли», я стал нужен со своим умением решать изобретательские задачи, как лучник в российской армии.

Норма зарплаты — от 100 000

Что я хотел сказать? Нормально для вас получать 100 000. Я надеюсь, что пройдет некоторое время, и Вы скажете: «Черт, неудачный месяц, всего 101 000...» Ведь Ваши кухни давно уже достигли премиум-класса по качеству изготовления, по дизайну. Последнее — это Ваша заслуга. Сегодня нельзя сказать, что что-то плохо изготовлено. Другой вопрос — что нельзя сказать, что марка раскручена настолько, чтобы можно было сказать: «Да, „Стильные кухни“ — это круче всех». Есть немецкие кухни «Хольт», но кто сказал, что они лучше? Специалисты-сборщики говорят: «„Хольт“ никогда не встает сразу».

Еще один момент. Я 16 лет служил в армии. С рождения. Я родился в армии, служил фактически вместе с папой, слышал эти тревоги, помню отцовский «тревожный» чемодан. Любой пацан в нашем гарнизоне умел разбирать-собирать автомат, мог пройти полосу препятствий быстрее среднего солдата. Армия как школа мне была не нужна. Но я в нее попал. Почему? Мой средний балл аттестата оказался равен 3,47. Да-да, именно так. Закончив первое полугодие 9-го класса с одной четверкой (остальные были пятерки), я десятый закончил даже не на 3,5. Почему так? Родители разводились, переезд в Москву в новую школу, потеря привычного окружения. Аттестат мой финальный вышел 3,47. Я сдам экзамены в вуз. Мне говорят: «Вы не поступили, вам не хватило трех сотых балла — у вас 3,47, было бы 3,5 — поступили бы. На Ваше место есть человек, у которого 3,5». И я ухожу в армию, служу 2 года командиром танка... Ну и на фига?

Вот таких же порой трех сотых балла не хватает для продажи, например, именно этой кухни. Так же происходит с этой планочкой. Если планка установлена на 2 метра и Вы стартуете на 2 метра, Вы попадаете под нее. Если Вы прыгаете на 10 метров, вероятность перелететь через эти 100 000 рублей гораздо выше! Давайте зарабатывать

120 000. Я понимаю, что для этого надо продать... в принципе, мы, конечно, не продадим столько. Давайте Выйдем в те пределы, что может заплатить наша фирма. Давайте продавать кухни так, чтобы ни у кого даже тени сомнения не возникало в их качестве. Я понимаю, что вполне возможно так торговать и зарабатывать такие суммы. Вполне. Пусть пока начнем с 80 тысяч в месяц. И перестанем оплачивать собственные ошибки. Вот о них сейчас и поговорим.

Какие главные ошибки делаются?

Если бы мы с Вами через стекло посмотрели на 10 мужчин и я спросил: «Какой из мужчин Вам кажется достойным?», запросто могло бы оказаться, что выбранный Вами кандидат мне показался обыкновенным. Почему? Ну, например, считается, что у женщин более тонкий мозг. Древний, ему миллионы лет. Это когда Вы говорите: «Что-то с ним не то». И порой действительно так и оказывается. Был у меня случай. Я привел к себе домой человека, коллегу. Моя подруга мне говорит: «Нехороший человек». А она просто так никогда не скажет, она доброжелательный человек. «Почему?» — «Что-то с ним не то». — «Что не так-то? Скажи — раз-два...»

Из-за того, что некоторые вещи трудно объяснить, в нашей работе есть несколько проколов.

Итак, у нас в голове два мозга: один нормальный, логический (именно его мы тренировали на моем тренинге — оцифровки, конкретика, сравнения), второй — мозг древний. У большей части покупателей их рептильный мозг — главный в принятии решения. И именно он верит либо не верит нам. И его трудно обмануть. Именно этим мозгом Вы с первого взгляда можете оценить человека — хороший, интересный. Именно он обращает внимание и говорит: «Какой мужчина!» или «Да ну!» Вот моя дочь мне говорит: «Покажи мне красивого мужчину». Я показываю — атлетически сложенный мужчина, с хорошим, как мне кажется, лицом. Она говорит: «Он козел». — «Почему?» — «Не знаю». Появилась возможность с этим человеком пообщаться — как ни странно, дочь оказалась зорче, чем я. Тот самый мозг оценивает физически, телесно. Телесная убедительность человека Выше, чем словесная. Я могу с дрожащими руками, испуганно теребя свое лицо, рассказывать, какой я мужественный человек... Что же незримо штрафует нас ежемесячно?

Давайте я перечислю по пунктам.

1. Неправильный угол расположения Вашего тела возле кухни. Вы должны быть возле нее так, чтобы все время видеть клиента, смотреть на него полным фронтом, не косо, не боком, не слева. Чаще в салонах наблюдается, что консультант стоит рядом с клиентом плечом к плечу. Если Вы не его родственник, друг, жена, Вы с человеком еще не подружились. Почему же нарушаете его личностное пространство?
2. Показывая на столешницы, кладете руку как указатель и оставляете ее неподвижной. Древний мозг покупателя считывает: «Мое (то есть Ваше), не отдам».
3. Когда Вы открываете дверки, Вы делаете это накрывающим движением. Надо наоборот — открытые ладони демонстрируют Вашу открытость. Такая вот тавтология.

Вы — часть кухни. Когда бы я голову ни повернул — Вы здесь.

То, что Вы делаете, добавляет или не добавляет покупателю энергии? А что такое энергия? Это его тревожность: «Ой-ой-ой, сейчас меня тут обманут, насуют материалов подороже, знаем — проходили». Вначале задача — снять боязнь клиента. Поднимаем его энергию: она растет, и растет, и растет — и он согласен на расчет!

Посетитель своими действиями сам подсказывает, что ему интересно. Присмотрелся к ручке — и тут же Вы присоединяетесь: «Есть еще 49 видов ручек», «Это петли без доводчиков, есть с доводчиками». Фактически надо иметь на любой элемент готовый «говорящий ценник». Пока утром нет посетителей, пройдите по салону и представьте себе, что можно о каждом предмете сказать.

Если сейчас спросить: «Хочешь 100 000?», ответите: «Да конечно хочу!» Меркурий, бог продаж, каждый раз нам посылает эти 100 000. Эта цифра, как 60 км/час на дороге, должна быть сама собой.

Нужна Ваша готовность принять эту сумму, которая выражена в профессиональных навыках.

О помощи друг другу

Прошлым летом я разбился на мотоцикле — докатался... Мы врезались в резко затормозившую «Ауди». Подругу, улетевшую под встречную машину, та развернула, задев по плечу, и... уехала. «Скорая помощь» приехала через 7 минут на горный серпантин. Мне потом помогал один человек восстанавливать мотоцикл. А у него с деньгами как раз было не очень, и я протянул ему три тысячи за помощь. Я видел, как на долю секунды у него возникло инстинктивное желание взять деньги, а потом он отодвинул их и сказал: «Отдашь кому-то другому помощью».

Такая вот эстафета помощи. Сегодня он мне помог, а завтра я помогаю так же бескорыстно другому. Вот так же, если взять сотрудников наших, мы тоже помогаем друг другу. Создается образ компании как команды. Вы произвели впечатление на посетителя салона. Он пришел в следующий раз, а у вас выходной... Сел к другому. Не страшно! Вы помогли коллеге получить клиента. Завтра он Вам поможет, и в другой раз так же к Вам сядут клиенты Марии или Саши.

А теперь, подводя черту, хочу обратить внимание владельцев компаний, в которых есть консультанты торгового зала: давайте определим, где в торговом зале клиенты теряют энергию.

Где в торговом зале клиенты теряют энергию

Давайте пройдемся по основным ошибкам в торговом зале. Ошибка для нас только одна — потеря энергии. Где-то клиент ее недобрал и ушел в другой салон, магазин, обувной центр. Если он к Вам попал, странно, что он пошел потом еще куда-то искать то же самое. Если мы все правильно сделали, то что же от добра добра искать. Разве что он пошел к кому-то еще посчитать сумму аналогичного заказа (для клиента любая сумма всегда большая), а потом к вам вернулся — такое может быть.

Типовые способы потерять энергию клиента:

1.

Типичная ошибка — стоять сбоку от клиента, слишком близко, и указывать на товар. Если Вы стоите сбоку, ваше тело говорит: «Я вас опасаюсь» (обычно это объясняется тем, что, мол, я стою так, чтобы видеть «как бы глазами клиента»).

Первое действие, которое Вы должны сделать, — зафиксироваться возле кухни, полки с товаром, выкладки мобильных телефонов до соприкосновения с ней. То, что можно охарактеризовать как «контроль бедром». Если продавец рассказывает про новейшие материалы, странно, если при этом он сторонится образца. Еще один момент: когда проходят покупатели, к ним надо повернуться фронтом и чуть-чуть улыбнуться, иначе мы не одобряем их хождения.

Правильное телесное поведение подтверждает веру продавца в товар. Дело в том, что логика — молоденькая штука, а есть древняя вещь — рептильный мозг. Если вы рассказываете, какая это хорошая кухня, почему вы ее сторонитесь?

2.

Если Вы положили руку на товар (телефон, телевизор, катер) и оставили ее там, то телесно вы говорите покупателю: «Мое, не отдам». Все касания продаваемых предметов должны быть только поглаживающими. Точечные касания выглядят обжигающими. Должно быть соответствие жестов и того, что Вы говорите покупателю.

3.

Если в процессе продажи вам приходится открывать какие-либо двери, старайтесь делать это открытым жестом, а не накрывающим. Даже если Вам это чисто по-человечески не всегда удобно.

4.

В начале беседы мы должны засечь личную дистанцию клиента. Ее легко определить по произвольному отшагиванию посетителя (когда Вы подходите и он делает шаг назад). И при этом после ее определения старайтесь быть «привязанным» к клиенту на расстоянии этой дистанции.

5.

Если покупатель стоит в торговом зале, а вам приходится проходить мимо, обязательно постарайтесь обозначить его пространство. Вокруг него «стекло» личного пространства — проходя мимо, обходите его на расстоянии этого стекла. Даже проходя сзади, мы идем по огибающей траектории, с поворотом к посетителю.

6.

Квадрант — это зона, которую Вы можете контролировать из одной точки. Консультант должен выбрать место в квадранте зала, чтобы в любой момент быть готовым прийти на помощь клиенту. Если клиент обернулся — улыбнуться и слегка кивнуть. Вы демонстрируете: «Я готов в любой момент вам помочь, а не контролировать, что вы делаете». Иначе получите недоуменную реакцию: «Я ничего воровать не собираюсь!» Когда появляется в поле зрения клиент, даже если с ним уже общаются ваши коллеги-продавцы, надо отметить его появление быстрым поворотом к нему полным фронтом.

01 > Сколько людей из всех посетителей вашего магазина станут покупателями, зависит от продавца



7.

Нужно дать человеку осмотреться. Когда он начинает подавать какие-то знаки, можно подойти и объяснить все, используя пять приемов:

1. Помощь:
 - прямая помощь (открыть что-то, что не открывается, например);
 - помощь словесная — «чуть сильнее потяните»;
 - подсказка, что это такое;
2. Цифра («вытяжка «Сата» — 800 кубов в час», «диктофон — 22 часа записи»);
3. Альтернатива («есть еще в красном цвете»);
4. Какая-то изюминка (при покупке — в подарок флешка);
5. Особенность эксплуатации (нежелательно работать в ванной комнате).

8.

Одна из ошибок продавцов сказать: «Давайте пройдем к тому образцу» — и пойти, не оглядываясь, или оглянуться нетерпеливо через плечо: «Где вы там?..» Идеально — все время возвращать зрительный контакт, оглядываясь вполоборота.

9.

Если у клиента есть сомнения в прочности, сказать: «Рассчитано», «40 лет на рынке», дать конкретные успокаивающие цифровые данные (2 года гарантии).

10.

Если ваша фирма чего-то не делает (например, нержавеющей или плетеных фасадов), то на прямой вопрос можно дать такой ответ: «Может быть, когда-нибудь будем делать».

11.

Посетитель сомневается: «А Вы в феврале-то еще будете или закроетесь?»

Вот что в ответ говорили хорошие продавцы кухонь: «Сегодня есть две причины, по которым магазины закрываются, — аренда и кредиты. Все салоны в собственности, работаем 13 лет, и все это время развивались за счет собственных средств — наш руководитель не любит быть должником. Трудно поверить, но никогда не брали кредитов. В самый разгар кризиса в феврале открыли 13-й салон на Маршала Жукова, 59. Если мы и закроемся, то будем в числе последних. Сегодня у нас 15 салонов».

12.

Если посетитель усомнился в качестве, лучше не спорить. А сказать о разных ценовых категориях, например: «У нас есть 3 категории качества: эконом, средний класс. Вам мы можем предложить премиум-класс». ®



THE CUP
INTERCONTINENTAL
ADVERTISING
CUP

New **Europe** New **Thinking** GOLDEN**DRUM**

18TH INTERNATIONAL ADVERTISING FESTIVAL

October **5-8**, 2011 / **Portorož** / Slovenia

Submission Deadline: August **30**, 2011 goldendrum.com  