



ИГОРЬ ВАГИН



КАК КУПИТЬ И НЕ КУПИТЬСЯ



УНИВЕРСИТЕТ КАРЬЕРЫ И БИЗНЕСА

Игорь Вагин

**Как купить и не купиться.
Как не дать обмануть себя
при совершении покупок**

«Игорь Вагин»

2017

Вагин И. О.

Как купить и не купиться. Как не дать обмануть себя при совершении покупок / И. О. Вагин — «Игорь Вагин», 2017

«Перед вами книга, которая пригодится каждому. Ведь всем нам ежедневно приходится ходить по магазинам и приобретать разные товары. Пусть на дворе кризис, и приходится затянуть пояса потуже, но и еду, и одежду, и книги, и бытовую химию покупать надо все равно. Но почему для многих из нас поход по магазинам нередко оказывается полным разорением, а полезных вещей в доме при этом не прибавляется. Да просто надо помнить: покупки – это вечный бой с теми, кто хочет всучить вам массу нужного и ненужного. Стоящий перед вами продавец не просто любезно предлагает вам что-то купить. В голове у него крутится простая мысль: «Деньги ваши – стали наши». А вы вот забываете простую истину: вы-то отдадите деньги, а взамен получаете вещи. И если на деньги всегда можно что-то купить, то «на вещь» не купишь уже ничего. Ваши деньги, по определению, дороже приобретаемых предметов!...»

© Вагин И. О., 2017

© Игорь Вагин, 2017

Содержание

Вступление	5
Часть I	7
Глава 1	7
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Игорь Вагин

Как купить, но не купиться

Как не дать обмануть себя

при совершении покупок

Вступление

Перед вами книга, которая пригодится каждому. Ведь всем нам ежедневно приходится ходить по магазинам и приобретать разные товары. Пусть на дворе кризис, и приходится затянуть пояса потуже, но и еду, и одежду, и книги, и бытовую химию покупать надо все равно. Но почему для многих из нас поход по магазинам нередко оказывается полным разорением, а полезных вещей в доме при этом не прибавляется.

Да просто надо помнить: покупки – это вечный бой с теми, кто хочет всучить вам массу нужного и ненужного. Стоящий перед вами продавец не просто любезно предлагает вам что-то купить. В голове у него крутится простая мысль: «Деньги ваши – стали наши». А вы вот забываете простую истину: вы-то отдадите деньги, а взамен получаете вещи. И если на деньги всегда можно что-то купить, то «на вещь» не купишь уже ничего. Ваши деньги, по определению, дороже приобретаемых предметов!

Кроме того, продавца специально обучают эффективным приемам продаж, выражаясь циничнее – «как правильно впарить товар покупателю». На его стороне – многолетний опыт продаж, профессиональная подготовка (тренинги по продажам, переговорам и презентациям) и соответствующие личностные качества (умение выстраивать коммуникацию и быть убедительным). Ваши весовые категории попросту неравны! Продавец всегда больше знает, имеет больший опыт – и обладает мощным желанием продать свой товар. Да, он может называться модным словечком «консультант» – но ведь родная фирма платит ему за продажи, а не за консультирование клиентов!

В чем проблема многих покупателей? Они и не подозревают, что хороший продавец работает с ними, как... с детьми, воздействуя на многочисленные психокомплексы. Ведь продавец всегда лучше информирован о качествах продукта, его плюсах и минусах. И еще раз повторюсь, у продавца – мощная доминанта: продать товар и получить ваши денежки!

А как ведет себя обычный покупатель? Увы, он и не догадывается, как сильно им манипулируют, какие приемы продаж используют. Профессиональных знаний о товаре у него тоже нет. А главное – нет и четкой внутренней защиты против психологических приемов воздействия. Тем более, что мы часто приходим в магазин, еще не зная четко, что собираемся купить. Аморфное представление о «нужном» товаре – самая благодатная почва для землепашцев по имени продавцы.

Поскольку покупатель практически не информирован и никак не защищен – он открыт всем манипуляциям продавца. Чем сложнее и современней продукт (компьютер, автомобиль, бытовая техника), тем меньше у покупателя знаний и чем больше проблем у него может возникнуть в дальнейшем. К тому же, опытные продавцы активно используют феномен «импуль-

сивных покупок»: вызывают у людей определенные эмоции, на фоне которых те легко отдают деньги за понравившийся товар. И еще одно: большинство покупателей (как и участников презентаций или переговоров) элементарно не умеют торговаться – этому искусству в данной книге посвящена отдельная глава.

Что же делать? Собираясь в магазин, четко осознавайте: вас ждут профессиональные продавцы и они будут вами манипулировать. Защититься помогут три простых правила:

- четко сформулируйте для себя, что именно вы хотите купить, для чего – и за какие деньги;
- не надо торопиться: сначала посетите несколько магазинов, сравните цены, выясните характеристики товара, поговорите с друзьями и знакомыми (конечно, мониторить цены на хлеб или мыло не обязательно – но некоторые люди и это проделывать не ленятся);
- выучите приемы торга – и не стесняйтесь торговаться.

Подведем итог: для кого эта книга? Как было сказано вначале, для всех нас. Но в особенности для тех, кто, заглядывая в шкаф, обнаруживает там массу одежды, которую совершенно не носит (поскольку покупал ее импульсивно, на эмоциях). Или видит у себя на кухне кучу бытовой техники, которую за последние 2–3 года не использовал ни разу. Для тех, чей дом постоянно наполняется новыми предметами и яркими коробками – вот только ничего из этого радости не приносит, поскольку хозяева их никак не применяют. В итоге дом превращается в торговый склад – но удовольствия от этих покупок никакого...

Проходит время, мы начинаем раздумывать, что мы купили и зачем. И с опозданием осознаем, что не так уж и нуждались в этих вещах. Мало того, все это можно было приобрести куда дешевле! А то, что уже куплено, за те же деньги не продашь (а порой не продашь и за меньшие). Получается, мы отдали продавцам деньги, на которые могли купить, что угодно, а взамен получили вещи – которые не только не используем, но и продать не можем.

Под конец, перечислим основные наши ошибки (которые, надеюсь, вы уже не будете совершать после прочтения этой книги):

- Мы переплачиваем;
- Мы импульсивно покупаем ненужные вещи;
- Мы поддаемся на откровенные манипуляции продавцов, которых специально обучают воздействовать на ваше сознание и подсознание.

Часть I

Общая часть

Глава 1

Приемы продаж

Покупатель пришел в магазин. К его услугам – доброжелательные продавцы и самый качественный товар. Значит ли это, что он, действительно, начнет покупать? Расставаться с деньгами трудно: покупателю свойственно сомневаться. Но если продавец владеет знаниями психотипов и навыками «скрытого гипноза», ему не составит труда «раскрутить» гостя. Однако самое важное для продавца: овладеть приемами продаж. Между прочим, эффективные способы продавать товар разработаны давно. Задача продавца – выбрать те, которые в конкретной ситуации действуют лучше всего. Хотите осчастливить клиента покупкой? Используйте вербальное и невербальное воздействие. И... не забывайте улыбаться!

Можно использовать любой из нижеприведенных приемов. Главное не переборщить. Говорите искренне и доброжелательно. Постарайтесь дать конкретную информацию о товаре. Следуйте этим правилам, и вы непременно добьетесь успеха!

Прием № 1: «Это последний экземпляр»

Тамара продает учебники на одном из факультетов МГУ. Студенты – народ экономный. Подходят, листают книжки и уходят. Но вот один из них крутит в руках редкий учебник по системному анализу. И взять нужно, и денег жаль. Но Тамара не зря проходила мои тренинги для продавцов:

– Молодой человек! Наверное, вам учебник очень нужен?

– Да сессия скоро... Вот не знаю, брать – не брать.

– Сейчас все как проснулись, о сессии вспомнили. Сегодня все книги расхватили. Эта – последняя. Я на складе всего десять штук заказала, вот теперь локти кусаю, но больше не привезут... Берите, а то потом тоже жалеть будете...

Студент уже не сомневается и лезет в сумку за кошельком...

Что делает продавец? Создает ажиотаж, цейтнот времени. Пусть даже искусственный. Люди не любят выпускать из рук «синицу». Тем более, если видят, что она явно пользуется спросом.

Как этому противостоять? Сразу ставьте мысленный барьер. Поверьте моему пятнадцатилетнему опыту тренера-«продажника», такие ситуации в магазинах бывают – но редко. В 80 % случаев товар еще есть, а вас просто ловят на психологический прием. Не вводите себя на него, успокойтесь, реальной спешки нет. Не исключено, что у них этой продукцией забит весь склад или, на худой конец, она есть в соседних магазинах. А через месяц-два товар вообще будет стоить дешевле (сейчас эта шуба «самая-самая» и «одна-единственная», а во время весенней распродажи, наверняка, подешевеет в 2–3 раза).

Прием № 2: «У нас самые низкие цены»

Привычная сцена в районном магазинчике. Дама средних лет покупает пару килограммов муки. Продавищица, выбивая чек, говорит не переставая:

– Да что ж вы так мало берете? У нас самые низкие цены во всем районе. Мука – не колбаса, что с ней будет? А цены каждый день растут. Не читали недавно в газете – мы сорок процентов зерна из-за границы ввозим. Вот стыдоба-то! А ну как доллар подскочит... В наше время и мукой надо запастись. А у нас дешевле всех.

– Выбейте-ка мне еще два килограмма...

Что делает продавец? Покупатель любит сэкономить. Часто люди берут всего «по чуть-чуть». Задача продавца: заставить их покупать больше. Чем ниже цена, тем больше экономия. Любая хорошая хозяйка с легкостью попадется на эту удочку.

Как этому противостоять? Когда эти слова произносятся уверенно и доброжелательно, то звучат особенно красиво и заманчиво. Но задумайтесь: с чего бы продавцу вдруг вам об сообщать? Есть смысл проверить его слова: зайти в другое место (где вам, скорее всего, скажут, что самые-самые низкие цены ждут только тут и нигде больше) или хотя бы посмотреть в Интернете. На худой конец, поторгуйтесь: мол, дадите еще большую скидку – я больше куплю. Помните: продавец не станет продавать товар дешевле стоимости, по которой его завезли в магазин, а значит, простор для торга имеется всегда (конечно, в редких случаях одежду, например, продают дешевле себестоимости, из-за того, что закончился сезон, но это бывает нечасто). Цель продавца: не раздать вещи даром, а заработать на них.

Прием № 3: «Эту вещь уже отложили. Но у вас есть шанс»

Лариса работает в магазине модной одежды. Директор магазинчика специально заставил свой персонал пройти мои тренинги. И Лариса выработала собственный эффективный прием.

Вот дама стоит и рассматривает симпатичное платье, но явно не решается вот так сразу его купить. Она обращается к продавищице:

– Простите, а можно эту вещь отложить?

– Ой, вы знаете, ее уже специально отвесили. Но если за ней через полчаса не придут, она снова будет продаваться. А вы рассмотрите ее пока получше – может быть подберем что-то похожее? А если повезет, то именно вам она и достанется...

Нерешиительность дамы как рукой сняло. Она нервно ходит по магазину, каждые три минуты косясь в сторону возжеленного платья. Через пятнадцать минут она уже интересуется: «Может быть, такие еще на складе остались?». Разумеется, большие Лариса ее не мучает и платье немедленно вручается «счастливице».

Что делает продавец? Использует принцип «искусственного цейтнота». А потом притворяется, что покупателю невероятно повезло. Прием сработает на человеческом самолюбии. У покупателя создается иллюзия: «У меня есть вкус, я умею делать выбор, ведь кто-то тоже хотел купить эту вещь».

Как этому противостоять? Кто-то отложил эту вещь до вас? Ну и хорошо. Если она вам понравилась, не забудьте попросить скидку. Ах, кто-то другой уже готов купить по этой цене? А где гарантия, что он вообще вернется в магазин? Пр продемонстрируйте продавцу, что

деньги у вас при себе, и вы готовы купить товар, если его отдадут дешевле. Однако перед этим стоит задуматься: почему люди сразу не купили отложенную вещь? Их что-то насторожило? Или вещь вообще не откладывали, просто продавец использует очередной манипулятивный прием?

Прием № 4: «Пусть товар побудет у вас до завтра»

Прием хорошо срабатывает в дорогих магазинах, имеющих постоянных и весьма респектабельных клиентов. Так, шикарная дама придирчиво осматривает дорожный кухонный комбайн. Но все-таки не уверена, что ей нужен именно такой. Улыбчивый продавец немедленно предлагает «компромисс»:

– Ольга Сергеевна, вы наша лучшая покупательница. Только для вас наше особое предложение. Забирайте комбайн к себе домой, до завтра, совершенно бесплатно. Утром принесете деньги, если вам понравится, а нет – значит нет, просто вернете машину назад.

Ольга Сергеевна удивляется, улыбается и комбайн отправляется к ней в машину. На следующее утро магазин получает всю сумму. За один вечер хозяйка изучила машину вдоль и поперек, полюбила ее и теперь уже ни за что не отдаст...

Что делает продавец? Этот прием описан в любом «букваре по продажам». Продавец не должен бояться «отпустить» товар домой к покупателю. Каждому человеку присуще «чувство собственности». За день он «сживется» с товаром и расстаться с ним потенциальному покупателю будет непросто. Привыкнув к вещи, он, скорее всего, купит ее.

Как этому противостоять? Цель продавца: заставить вас потихоньку привыкнуть к вещи. А нужно ли вам к ней привыкать?

С другой стороны, у вас будет возможность спокойно, без спешки, оценить дома, насколько вещь действительно нужна и как вы станете ее использовать. Представьте, что вы пользуетесь ею уже полгода или года. Будет ли она также радовать вас? Бывает, приобретает человек модную и дорогую кофеварочную машину – пару месяцев попользуется и задвинет в угол подальше, ведь мыть ее сложно, обслуживать накладно...

Допустим, вам в руки дали навороченный мобильный телефон. Подумайте: обучитесь ли вы им пользоваться? Возможно, для освоения всех функций вам понадобится помощь консультанта или какое-то специальное образование. Так зачем вам самому платить за головную боль? Так ли вам нужны все эти опции? Сегодня вы купите телефон за 30 000 – 40 000 рублей или компьютер за 50 000 – 80 000 рублей. А за сколько вы сможете продать его завтра? И сколько вы на этом потеряете? Покупайте то, что хотя бы сумеете потом выгодно сбыть с рук.

Прием № 5: «Цены будут расти»

Александр держит сигаретный ларек в метропереходе. Бывал на моих курсах, и теперь полученные знания часто приходят к нему на помощь. Например:

– Две пачки «Вог», будьте добры...

– Пожалуйста. Знаете, на будущей неделе «Вог» будет стоить дороже. Нам сказали, таможенный сбор увеличился. Вы у меня часто сигареты берете, так скажу по секрету: не знаю, будут ли теперь нам «Вог» завозить.

– Хм, у меня сегодня как раз получка... Давайте-ка я, на всякий случай, целый блок у вас сразу куплю.

Что делает продавец? Использует все то же вечное стремление «сэкономить». Кто знает, как взлетят цены? Лучше сейчас потратить чуть больше, чем потом рвать на себе волосы. В России вообще давно привыкли к резким переменам на ценниках. И желая сэкономить, покупатель... приобретает больше, чем ему нужно.

Прием № 6: «Я сам купил себе эту вещь»

В магазинах, где продают книги, видеофильмы, аудиокассеты и диски, этот прием используется сплошь и рядом:

– А вы не знаете, что это за новый исторический боевик? «Гладиатор» называется, – покупатель сосредоточенно вертит в руках кассету.

– Шикарный фильм! Знаете сколько у него «Оскаров»? Я его купил, как только он в продаже появился. Смотрел четыре раза, да еще и сыну переписал.

Покупатель доволен, что не попал пальцем в небо, и уже достает бумажник из кармана...

Что делает продавец? Пользуется человеческой доверчивостью. Люди рассуждают просто: раз ты продаешь книги, кассеты или диски – ты отлично разбираешься в новейших фильмах или мелодиях. Если уж знаток эту кассету приобрел, значит, это действительно нечто сверхъестественное.

Прием № 7: «Эта вещь – эксклюзивная»

Антон, владелец художественного салона, рассказывал мне на тренинге о простеньком приеме, который использовали его продавщицы.

Одна демонстрировала покупательнице изящные серьги и кольца ручной работы. Другая замечала:

– Как вы удачно сегодня зашли! Этот мастер к нам раз в месяц приезжает, и на следующий день товара нет. Он все делает в единственном экземпляре. Большие таких украшений ни у кого не увидите.

В наш век конвейерного производства, одинаковой униформы и всеобщей стандартизации за «уникальность» можно заплатить любые деньги. Посетительницы мгновенно проглаживали наживку и оставляли в салоне кругленькие суммы.

Что делает продавец? Привлекает внимание к «эксклюзивности». Доказывает покупателю, что покупка данного товара сделает его исключительным. Ведь такого больше нет ни у кого на всей планете!

Прием № 8: «Мы даем гарантию»

В одежном, обувном салоне, в магазине электроники, в магазине хозтоваров, продавцу достаточно произнести одну магическую фразу, которая немедленно дарит ему доверие покупателя:

– У нас товар качественный. На все дается гарантия. В случае непригодности смело возвращайте его в течение двух месяцев (трех месяцев, полугода, года...).

Покупатель потирает руки и с нетерпением ждет, когда на его покупку заполнят обещанный гарантийный талон.

Что делает продавец? Дает человеку возможность перестраховаться. Нет ничего обиднее, чем зря потратить деньги на туфли, которые разорвутся через неделю или на микроволновку, которая начнет барахлить через два дня. Гарантия облегчает жизнь покупателю и продавцу – продавцу.

Прием № 9: «У нас сейчас скидки на товары»

Волишебное действие скидок разного рода давно известно в торговом мире. Причем порой это скидки копеечные, и вовсе не оказывают реального воздействия на цену товара. Однако...

Объявление на витрине дорогого магазина:

«Внимание! Внимание! Внимание! Только на этой неделе! Праздничные скидки на товары! Осталось всего три дня! Через три дня цены вернутся на прежний уровень. Спешите!»

Да и всегда, что ни говори, приятно зайти в бутик, на котором висит огромное объявление: «Летняя распродажа. Скидки – 50 %». А еще приятнее узнать, что в этом самом магазине, можно за «смешные деньги» получить дисконтную карту, которая позволит сэкономить еще процентов двадцать пять. На сегодняшний день, использование скидок – самый эффективный торговый прием.

Что делает продавец? Заставляет покупателя брать товар, «не отходя от прилавка». Покупателя заставляют поверить, что сейчас у него есть шанс сэкономить. Такую возможность мало кто осмелится упустить.

Для этого разрабатывают систему скидок. При правильном подходе она не слишком уменьшает доходы магазина, зато создает иллюзию «выгодных покупок». Распродажи, дисконтные карты, сезонные снижения цен – все должно идти в ход! В Европе данный прием успешно применяют десятилетиями.

Прием № 10: «Эти вещи ценят профессионалы»

Наш народ привык доверять мнению и вкусам элиты. Алиса, владелица бутика, прошедшая мои тренинги «мастера продаж» научила своих девушек простому трюку.

В магазин заходит покупательница, начинает перебирать ценники на шубах. Доброжелательная продащица подходит помочь:

– Нравится? У нас эту дубленку хотела неделю назад жена Лужкова купить. Но под конец взяла другую, подороже.

– У вас бывает жена Лужкова?

– Да, один раз здесь и Ирину Хакамаду видели. У нас и все жены дипломатов одеваются. Видимо, им не хватает европейского выбора. Идут к нам.

Покупательница уже с куда большим уважением смотрит на невзрачную шубку и тут же отправляется ее примерять...

Что делает продавец? Ссылается на авторитет известных людей. Блеск имен «великих» манит покупателя, как бабочку огонек свечи. Назвав пару громких фамилий, продавец повышает имидж магазина в глазах покупателя.

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.