

Антон Берсерк

серия

АкулаРРОдаж

Часть

1

Боевое Ораторское Искусство

**25 приемов Как усилить свою
Речь для убеждения клиентов
в продажах**

На Ты с
Продажником
в формате
ShortBooks

Персональная эффективность

Антон Берсерк

**АкулаПРОдаж: Боевое
Ораторское Искусство**

«Издательские решения»

Берсерк А.

АкулаPROдаж: Боевое Ораторское Искусство / А. Берсерк —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-931090-3

Эта книга о том, что продажи — это зачастую наши навыки вперемешку с различными элементами стратегии. Наша Речь может продавать, наша Речь должна продавать, наша Речь обязана продавать. Книга об этом. Книга про Боевое Ораторское Искусство. Развивайте свои навыки, и они обязательно принесут результат в продажах.

ISBN 978-5-44-931090-3

© Берсерк А.
© Издательские решения

Содержание

Тезисы Результата в продажах	6
Вступление 1	7
Вступление 2	9
Основные приемы тренировки Боевого ораторского искусства	10
Прием убеждения №1. Жестикуляция	13
Прием убеждения №2. Громкость голоса	16
Прием убеждения №3. Интонация голоса	18
Прием убеждения №4. Мимика и смех	20
Прием убеждения №5. Эффект третьего лица	22
Конец ознакомительного фрагмента.	23

АкулаПРОдаж: Боевое Ораторское Искусство

Антон Берсерк

© Антон Берсерк, 2018

ISBN 978-5-4493-1090-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Тезисы Результата в продажах

- Обучаться продажам необходимо минимум 1 раз в месяц. Это позволяет концентрироваться на приемах работы с клиентами. Чаще – лучше.
- Книга – обучение, тренинг – обучение, вебинар – обучение, видеоурок – обучение. Тренировка – лучшее обучение.
- Моя жесткая позиция... Босс должен самостоятельно учить своих людей продажам.
- Тренер извне может скорректировать программу в лучшую сторону, но основная часть нагрузки по обучению должна быть на руководителе отдела продаж.
- Речь – инструмент №1 в продажах.
- Делай, а не думай. Делай, а не думай. Когда много думаешь, обязательно себя отговоришь от деланья.
- Продажи – это психология на 70%, и на 30% – условные рефлексy.
- 60% проигранных сделок происходит из-за нарушенных коммуникаций: не вовремя звонишь, не звонишь вообще, пишешь, а не звонишь и т. д.
- Злейший враг продавца – додумывание за клиента.
- Личная эффективность и результативность зависят только от наличия количества действий.
- Жесткие переговоры бывают только в 2—3% сделок. Остальные клиенты – адекватные люди.
- Ты работаешь на себя, даже нанимаясь. В продажах только так.
- **Prodaznik.ru** – один из самых честных форумов о продажах в Рунете.
- В продажах встречают по одежке, а провожают по речи.
- Лень – единственная причина большинства наших неудач в жизни.
- Когда ты начнешь тренировать себя и свою речь, то почувствуешь себя клоуном. Но когда ты научишься пользоваться собой и своей речью, ты почувствуешь себя режиссером.
- 49% людей, прочитав эту книгу скажут: *«Ну, так-то я это и так знал до этого..!»*... Знать и делать – разные вещи.

Вступление 1

Как пользоваться данным руководством:

– Если ты собственник или руководитель, то читай сам + давай читать своим продавцам. Обсуждай вместе написанное и создавайте логику внедрения. Рекомендую покупать печатный вариант, чтобы он мог «валяться» по офису.

– Если ты продажник, то читай в любом случае и перечитывай. Смартфон конечно мобилен, но собирай и печатные варианты. Так хоть иногда «будет мозолить взгляд» и заставлять перечитывать. Повторение всегда на пользу. В смартфоне все вечно теряется.

«Однажды я перетренировал свою Речь».

Персональная эффективность всегда должна стоять на первом месте. Это залог успешности, и не только в продажах. В основе персональной эффективности любого человека лежит Речь. К этому вопросу я буду возвращаться постоянно. Речь и Контент – два самых главных орудия на пути достижения СверхРезультата в жизни.

Я не пишу книги длиною в жизнь. Я пишу справочники, основная цель которых – внедрение. Они короткие, они точно о продажах, о способах увеличения Результата и только о них, не больше 50—60 страниц, они содержат не больше 25—30 приемов, они выходят регулярно, ежемесячно. Но стоят они, как обычные книги.

Большие книги читаются всё хуже и хуже. Для того чтобы действовать, необходимы короткие и понятные инструкции. Производством их я и занимаюсь. Берёте несколько приемов, тренируете их и внедряете в рабочий процесс.

Продажи – основа всего. Без них сейчас не происходит ничего, вообще ничего. Везде идет жесткий торг. Абсолютно везде. Во всех областях жизни.

Личная эффективность напрямую зависит от того, насколько ты владеешь навыками продаж. Владеешь или нет. Если не владеешь, то проигрываешь чаще. Если владеешь – проигрываешь реже, но без проигрышей вообще не получится. Они всё равно будут.

Деньги. Хочешь ты того или нет, но деньги надо зарабатывать. Хотя... хотя можно и без них. Деньги быстро надоедают, когда их много, но так же быстро и встают в приоритет, когда кончаются. 50 на 50. Наличие денег на 50% зависит от наличия связей в мире и на 50% – от того, насколько хорошо ты продаешь. Себя, продукт своего труда, продукт своего бизнеса, продукты чужого бизнеса и т. д.

Персональная эффективность человека в личной жизни напрямую зависит от умения продавать. Ты постоянно отстаиваешь свои интересы. Ты постоянно проталкиваешь свои интересы – на работе, при взаимодействии с государством и даже в семье. Постоянный торг за лучшие условия жизни.

И, конечно же, продажи – это профессия. Твоя личная эффективность как продавца напрямую зависит от того, насколько хорошо ты умеешь убеждать клиентов. Мир экологиче-

ских продаж наступил, необходимо беречь клиентов – а значит, твоя работа должна быть ювелирной.

Бизнес. Ты можешь быть собственником бизнеса, а можешь быть одним из его руководителей. Эта книга – учебник для твоего отдела продаж. Читай сам, повышай личную эффективность босса и учи своих продавцов работать с умом и Результатом.

Эта книга для всего. Тебе она сможет помочь.

Вступление 2

Имена соратников по отделам продаж, где я работал и продавал, где я руководил и продавал, где я строил продажи и продавал: Елена, Артём, Сергей, Михаил, Ольга, Анастасия, Надежда, Анастасия, Артём, Анна, Андрей, Андрюха, Ирина, Александр, Константин, Влад, Влад, Юлия, Галина, Анастасия, Екатерина, Лидия, Елена, Санёк, Анастасия, Санёк, Иринка, Александр, Максим, Алексей, Алексей, Алексей, Влад, Алексей, Олег, Жанна, Михаил, Татьяна, Александра, Александра, Анастасия, Любовь, Людмила, Виталий, Олег, Антоха... и еще более 170 человек, которых я лично нанимал, обучал, тренировал... которым я помогал...

Однажды меня спросили: с какой музыкой я ассоциирую понятие «продажи»? Вообще, в душе я оптимист, но в жизни – реалист. И уж точно продажи – это не классическая музыка. Это точно не балет и не джаз, не поп и не народный фольклор. Продажи – это жесткий рок, жесткий дэнс-пати-рок-н-ролл, жесткий хаус или жесткое техно. Слишком всё в настоящих продажах динамично.

И ты встретишь на пути два типа людей: тех, кто в продажах на один день, и тех, кто в продажах на всю жизнь. Для одних продажи будут ромашками, а для других – колючими розами. Настоящие продажи грубы, ибо строятся они на человеческой психологии. Единственный способ делать продажи человеческими – **оставаться самому человеком внутри продаж**. Клиенты всегда будут зеркалить тебя. Всегда.

Почему я начинаю писать с темы «Речевое Убеждение клиентов»?

Всё просто. День сегодняшний требует осознания того момента, что клиент меняется. Он становится более избирательным и требовательным. И это неизбежно ведет к тому, что требуется применять различные техники убеждения, для того чтобы закрывать сделки. Навык убеждения становится самым ценным в арсенале продавца. Поэтому с него и начнем.

Мало просто хорошо рассказывать о продукте – необходимо настолько хорошо уметь рассказывать, чтобы клиент захотел купить то, что ты продаешь.

Кто я?

Был я и дважды чемпионом по продажам компании (в 2005 и 2006 годах), где работало 500 человек, был и хорошим руководителем. Полевой работе в продажах я отдал более 15 лет. Теперь я учу продажам, учу управлению продажами, помогаю строить продажи. Тренинги по продажам, тренировки, семинары... 1323 человека уже смогли проработать мои методики продаж. И это только начало...

Мой переговорный налет – уже более 5870 часов (работа на территории клиента), более 8240 часов телефонных переговоров и «холодных» звонков, а также более 9123 часов полевых тренировок сотрудников. 9,5 лет – стаж управления продажами, создано 4 отдела продаж под себя. Количество закрытых сделок давно уже превысило цифру 2000 (персональные и групповые сделки).

Реализовано 32 проекта по запуску, ремонту и развитию отделов продаж под заказ.

Основные приемы тренировки Боевого ораторского искусства

Чем отличается обычное ораторское искусство от боевого?

Классическое ораторское искусство – это попытка произвести впечатление, это работа на публику, это смелость выступления в больших аудиториях, это умение держать взгляд собеседника и так далее.

Задачи боевого ораторского искусства – Результат в виде согласия оппонента. Это деньги на расчетном счету, это полное принятие твоей точки зрения.

Разные цели и задачи, разные приемы. Конечно же, есть что-то общее между этими науками. Но только часть. Если взять профессионального продавца и хорошего оратора, то можно спорить о том, кто точно продаст клиенту продукт. Оратор, конечно, сможет заморозить клиента речью, но вот получить от клиента деньги – это целое искусство, которое подвластно только хорошему продавцу. Ибо есть своя специфика.

Боевое ораторское искусство сочетает в себе несколько моделей работы:

- НЛП – нейролингвистическое программирование через проработку обязательных тегов убеждения.
- Жесткая аргументация через предварительное создание таблиц доводов убеждения.
- Циклический и последовательный план работы с оппонентом (не одноразовое касание).
- Короткие серии вопросов, направленные на получение большого объема информации.
- Проработка целевых групп и их проблематики.
- Глубокие и циклические тренировки в формате деловых игр (вплоть до ежедневных тренировок).
- Выведение навыков на профессиональный уровень через регулярное подтверждение квалификации.
- Точная и понятная цель – продать (идею, продукт).

Сам факт создания боевого ораторского искусства еще до конца не признан. Данная книга – это первый шаг в систематизации знаний о приемах убеждения. Но, текущее время показало, что пора уже задуматься о том, чтобы освоить данный навык. Объясню почему:

- Продажи будут приносить деньги только тому, кто будет работать с клиентами с 99%-ной эффективностью. Все продавцы, которые не смогут себя проявить, вынуждены будут искать работу. На их место придут либо профи, либо роботы (рано или поздно).

– Карьерный рост в продажах будет сопровождаться необходимостью обеспечения результата и выполнения плана продаж. За красивые глаза больше платить никто не будет. Но, за навыки и результат можно будет получать вполне хорошие деньги.

– Ценность руководителя будет складываться из наличия навыка обучения сотрудников. Чем лучше мы будем учить сотрудников, тем больший Результат будет получать система продаж. Это выгодно всем. От и До.

– Запустить отдел продаж будет в 5—7 раз легче, если в компании будет система стартового обучения для новых сотрудников. А учить новых сотрудников необходимо именно умению разговаривать с клиентами и убеждать их на оплату.

– Запуск бизнеса – это построение системы продаж. До 50% бизнеса закрывается именно потому, что продажи проваливаются в результате. Навык работы с клиентами будет ключевым, так или иначе.

Мир меняется. Слово «Нет» становится привычкой. Свою позицию приходится доказывать всеми доступными законными средствами. И поэтому наступает век, когда ораторское искусство становится боевым, направленным точно в цель.

Основные приемы тренировки боевого ораторского искусства:

- Проработка проблематики клиента через мозговые штурмы.
- Деловые игры в режиме 100%-ной имитации рабочих ситуаций.
- Совместное составление таблиц аргументов для позиционирования компании, продукта, продавца.
- Тренировки противостояния слову «Нет» через проигрывание ситуаций усиленного сопротивления.
- Запись тренировочных фильмов.
- Формирование алгоритма продаж. Отрисовка шагов продаж по квадратикам.
- Формирование целенаправленной системы убеждения. Отработка элементов системы дожима в парных тренировках и стратегических разборах.

О главном:

– *«Рыба всегда гниет с головы»*. При создании тренировочной системы необходимо четко определять роль собственников компании, роль топ-управленцев компании в процессе обучения персонала. Регулярная и циклическая инициатива должна исходить с самого верха. НЕ БУДЕТ АКТИВНОЙ РОЛИ БОССОВ, ВСЯ ИНИЦИАТИВА ТАК ЖЕ БЫСТРО ЗАГНЕТСЯ, КАК И НАЧНЕТСЯ.

– 3 точки провала, которые приводят к снижению продаж: коммуникации и скорость реализации задач при работе с клиентами + качество коммуникаций на уровне Речи и Контента, передаваемого клиенту, + количество точек контакта в глубину.

– Самое сложное – осознать, что нельзя тренироваться иногда и только тогда, когда уже приперло. Тренироваться необходимо циклически и регулярно. Заставить себя это делать – самое сложное. На этом чаще всего и валится весь прогресс: мы вдруг осознаем, что людей необходимо учить.

Прием убеждения №1. Жестикуляция

«Руки – зеркало Речи».

Не усложняй здесь. Просто не держи руки внизу, у коленок. Если что-то объясняешь клиенту, то старайся двигать и руками. Отчасти это завораживает клиента, отчасти успокаивает, а отчасти, наоборот, заводит. И первое, и второе, и третье нам необходимы для того, чтобы донести до клиента нормально свою мысль.

Встань перед зеркалом и попробуй говорить и одновременно двигать руками. Увидишь сразу разницу. Мельницей не нужно становиться, но 3—4 жеста необходимо отработать на 104%.

По сути, тебе необходимо понимать, что главное – это «разбудить» клиента, чтобы он услышал тебя во время твоей речи о продукте.

Лично я долго себя приучал махать руками. Говорят, что теперь я ими машу гармонично. И это меня выделяет из толпы. А что нужно хорошему продавцу? Чтобы его заметили...

Жестикуляция усиливает качество восприятия информации в 2,5 раза.

Проверено неоднократно, что правильная жестикуляция усиливает подачу информации. Помимо ушей, которые слышат, подключаются еще и глаза, которые видят. Удвоение эффекта гарантировано. Понятное дело, что жестикуляцию необходимо тренировать, понятное дело, что не во всех ситуациях она уместна, но сам факт ее применения значительно усиливает эффект произносимой речи.

Почему я отнес данный прием к убеждению?

Любая работа рук во время диалога усиливает впечатление от сказанного. Твоя задача при работе с клиентом – добиться этого впечатления. Твоя задача – сделать всё, чтобы клиент испытал эмоции в процессе диалога.

Еще раз повторюсь: самое сложное – научиться говорить и помогать себе руками.

Это факт. В процессе тренировок это видно очень хорошо. Есть практическое задание, где я прошу произнести эмоциональную речь о себе и при этом помочь себе руками в рассказе, подчеркивая наиболее сильные моменты речи. Простое упражнение, но 90% людей, увлекаясь речью, забывают про руки. И получается, что либо мы можем хорошо говорить, либо хорошо жестикулировать.

Можешь прямо сейчас проверить на себе. Необходимо в течение 2 минут рассказывать факты из своей жизни и при этом руками помогать себе в усилении речи. Увидишь всю нелепость ситуации. Мы либо говорим и забываем про движение рук, либо двигаем руками и забываем про нормальную речь. С непривычки делать одновременно мало у кого получается. Тренируйся!

Копируй жесты известных политиков и артистов.

Я всегда говорю, что всё уже давно изобретено. Абсолютно всё. В мире существуют тысячи профессиональных консультантов по ораторскому искусству, которые ставят профессиональную речь, и работают они с самыми известными и публичными людьми. Посмотри записи выступлений знаменитых людей. Бери на вооружение жесты, которые они используют. Лично я так и делал в своей практике.

В Интернете много информации про жестикуляцию.

Уж чего-чего, а подобной информации в открытом доступе предостаточно. Бери и делай, что называется. Только ленивый не сможет найти необходимых инструкций. Минимум раз в месяц я перерываю Интернет в поисках свежих идей. И все они работают! Где-то статью прочитаю, где-то видеоролики найду полезные. Главное – делать регулярно.

Тренировка проста: обращать внимание на свои руки во время диалога.

Первое, что я начал делать осознанно, – думать о том, что делают мои руки во время диалога. Как только я начал обращать внимание на свои руки, те стали работать. Сначала вяло, но со временем всё увереннее и увереннее. Сложно сказать, насколько сильно помогает жестикуляция во время диалога, но есть простой тест: попроси собеседника оценить твоё выступление с презентацией в двух вариациях. Первый вариант – с жестикуляцией и второй – без жестикуляции. 95% людей скажут, что с жестикуляцией будет наиболее ярко и выразительно. Это факт.

Я учился жестикулировать, снимая себя на видеокамеру.

Записывая свои первые видеоуроки (а снимал я их для себя и для своего отдела продаж), я тренировал в себе навык осознанного применения различных приемов. Со стороны всегда видишь себя по-другому. Таким образом я шлифовал навык убеждения через жестикуляцию и сейчас могу с уверенностью сказать, что смог достичь гармонии в соотношении «речь – руки». Первые же уроки демонстрировали мне, что работаю я в режиме ветряной мельницы. Хотя в таком режиме я произносил самые душевные речи.

Аксессуары: запонки, маникюр, кольца, манжет рубашки.

Конечно же, всё блестящее привлекает внимание. Когда вы что-то объясняете оппоненту и жестикулируете, то в поле зрения кисти рук. Хороший маникюр, интересные запонки, аккуратные кольца – всё это будет привлекать внимание и тем самым усиливать впечатление от сказанного. Это, конечно, мелочи, но из мелочей складывается общее.

Еще раз:

– Тебе для тренировки сначала необходимо осознать разницу между продавцом с жестикуляцией и продавцом без жестикуляции.

– Для этого используй обычное зеркало и мнение товарища. Если товарищ скажет, что ты похож на клоуна в момент жестикуляции, то ты делаешь всё правильно.

– На тренировках с отделом продаж я всегда заставляю держать руки выше талии. Локти должны быть чуть ниже уровня груди. Многим с непривычки архинеудобно.

– Это не волшебная таблетка. Первые секунды тренировки ты будешь похож на робота. Поэтому будь готов к длительному приучению себя к этому приему убеждения.

– Будут клиенты, которых ты будешь раздражать своей жестикуляцией. Да, будут. Но, будет гораздо больше клиентов, которым ты сможешь продать благодаря усердию.

Прием убеждения №2. Громкость голоса

«Да, Речь – не речь, если ее не слышно».

Запомни одно простое утверждение: голос продавца продает в 43% случаев минимум. И это не шутка. Я делал небольшие замеры среды нашей братии – и вот что обнаружил:

– Горлопаны всегда более результативны, чем тихони.

– Горлопаны имеют более короткий цикл сделки, чем тихони.

– Горлопаны в 4 раза быстрее запоминаются клиентами.

– И да... первые три пункта могут иметь и обратный эффект. Не всем клиентам нравятся горлопаны. Но большинству нравятся именно горлопаны.

И это только верхушка айсберга. Говорю тебе лишь для того, чтобы было понятно: **ГОЛОС РУЛИТ!**

Когда ты будешь убеждать клиента, необходимо понимать несколько моментов:

– Клиент должен точно понять всё сказанное тобой (говори членораздельно).

– С вероятностью 90% клиент одновременно с твоей лирикой будет думать еще о чём-нибудь (говори так, чтобы он думал только о тебе).

– Клиент должен запомнить всё сказанное тобой (говори громко и несколько раз об одном и том же и при этом помогай руками – жестикулируй).

О главном:

– Не шепчи от страха. Лучше говори громко от страха. Все мы боимся клиентов: и ты, и я, и даже те, кто говорит, что не боится.

– Купи себе диктофон или используй тот, что на смартфоне. Попробуй записывать свою речь – и сразу поймешь, в чём твои речевые проблемы. Пару раз послушаешь себя со стороны – и сразу начнешь исправлять.

– Опять же, помни, что от одного желания твой голос не поменяется. Либо ты регулярно себя тренируешь, либо всё время будут сбои. Если ты девушка, нужно ли тебе тренировать голос?.. Грубить его не нужно, а вот учиться говорить членораздельно – это полезно всем.

– Когда я учу продавцов, то всегда уделяю внимание тому, насколько громко они выражают свои мысли. Когда будешь учить себя, то фиксируй каждый свой звук.

– И запомни. Громкий голос – это прием продаж и убеждения в частности. Это профессиональный прием, после освоения которого Результаты будут всегда на высоте.

– И да, лично я люблю голос тренировать не только диктофоном, но и периодическими вылазками в караоке. Вот там-то грудную гармошку тренировать лучше всего!

– И да, я в продажах больше 15 лет. Как только перестаешь себя тренировать, результаты какое-то время держатся, но потом всё равно ухудшаются. Тренируйся всегда, при любом удобном случае.

Прием убеждения №3. Интонация голоса

«Словья знают многие, но мало кто его видел. И знают его именно из-за его утренних песен».

Смотрели мексиканские сериалы? Да без разницы какие. Основной смысл подачи контента – это рыдающие тетушки, кричащие мужчины, веселый смех за кадром и т. д. И под эти эмоции и мы с тобой начинаем втягиваться. Так и происходит продажа серии за серией.

В продажах всё то же самое. Твой голос должен уметь выражать различные эмоции, а эти эмоции – создать необходимый настрой у твоего клиента. Факт. Проверял неоднократно, что если я смеюсь, то и ббольшая часть клиентов смеется вместе со мной; если я в депрессии, то и клиенты сразу же уходят туда же. Клиенты зеркалят нас, а не наоборот.

Я попытался составить для тебя список эмоций, которые точно пригодятся:

- веселье (смех, хорошее настроение и т. д.);
- ржач (заливной смех, хороший анекдот или шутка); основная задача менеджера по продажам – не мешать клиенту покупать;
- удивление (ну куда без этого) («Вы выбрали конкурентов? А как же я? А вы уже оплатили им? А давайте, пока не оплатили, быстренько со мной встретимся...»);
- твердость («Всё, нет смысла тянуть – пора оплачивать счет»);
- спортивная злость («Два дня и всё – условия закончатся, цена изменится...»);
- сочувствие («Босс денег не дал?.. Понимаю... Давайте тогда я с ним пообщаюсь. Нет? Ну, тогда я точно с ним пообщаюсь»);
- педагог («А сейчас давайте устроимся поудобнее, и я вам расскажу, как пользоваться нашим продуктом...»);
- кураж («Ну всё, звёзды сходятся, цена – шик, качество – блеск, вы – огонь, я – огнетушитель... Оплачиваем и начинаем работать»).

Не думай, что это сложно. Это легко, если понять простую вещь: людям нравятся клоуны и артисты. Всегда, во все времена. Хороший продажник – это всегда немного клоун. Если тебе необходима корректная формулировка – назови себя великим Артистом.

О главном:

- Интонация голоса – это прием профессиональных продаж, который помогает убеждать быстрее.
- Его необходимо тренировать. Тебе придется его тренировать, если ты хочешь продавать больше соседа.

– И не думаю, что это лирика. Это мой опыт. Я уже давно не смеюсь над тем, что пишу и думаю, ибо всё это приносит деньги. И те, кого я учу, давно уже не смеются, ибо они зарабатывают деньги.

– Это не волшебная палочка. Нет гарантий, что это сработает в 100% случаев. У тебя будут разные клиенты, с разными психотипами, и к каждому ты будешь подбирать свой золотой ключик.

– Как тренировать? Всё просто. Попробуй изобразить вышеперечисленные интонации. Вначале будет нелепо и смешно. Потом втянешься. Не бойся ошибок – ошибайся смело и как можно чаще.

– Обязательно найди напарника для тренировок, ибо самому себя оценивать сложно. Не бойся шевелить бровями и скулами. Не бойся корчить рожицы. Делай, а не думай. Делай!

– Для усиления качества тренировок поснимай себя на камеру с разными интонациями. Позабавь самого себя – потом будет проще забавить клиентов. Факт. Довольный клиент – тот, который платит.

– Поставь себе задачу: прорабатывать интонации не реже одного раза в неделю. Это норма для боевого ораторского искусства. Быть продавником – это ремесло. И никак иначе.

Прием убеждения №4. Мимика и смех

«И Речь может улыбаться».

Не знаю, как у тебя, но у меня смех – один из сильнейших инструментов продаж. Хорошее настроение всегда работает в плюс. Поэтому для тебя рекомендаций здесь немного. Для начала – немного статистики:

– Хорошее настроение передается в 8 случаях из 10. То есть если ты работаешь с клиентом в хорошем настроении, то большинство клиентов также будут в хорошем настроении.

– Встречают нас всегда по одежке. К этому мы еще вернемся в описании одного из приемов, но важно понимать, что содержимое лица – это тоже часть одежки, за которой также необходимо следить.

Самое главное, что тебе необходимо понимать, – это всё тренируется. И смех, и мимика лица. Только необходимо тренировать. Не лениться, а постоянно тренировать. И для этого не нужно быть супергуру по развитию навыков. Всё, что тебе потребуется:

– Зеркало для разглядывания своей улыбки.

– Комментатор для обратной связи. На роль комментатора подойдет любой твой знакомый или коллега по работе. И не жди, что они будут в восторге от того, что ты становишься круче.

Не буду вдаваться в тонкости человеческой психологии в этих вопросах, ибо на уровне химических процессов я объяснить свойства улыбки не могу. Знаю одно: это работает в продажах лучше всего и об этом написано множество книг, статей... сказана масса слов, проведены тысячи тренингов.

О главном:

– Не факт, что всем клиентам понравится твоя улыбка. Не факт. Но начинать работу с клиентом необходимо именно с нее. А там уже по ситуации...

– 5 минут в день – именно столько необходимо для того, чтобы натренировать нормальную улыбку. Каждый день перед зеркалом стоим и разглядываем себя.

– Можно ли не тренировать? Да, конечно. Вопрос только в одном: если ты в продажах на один день, то без разницы... если же надолго, то чем раньше придешь к пониманию силы улыбки, тем лучше.

– Из наблюдений: все самые результативные продавцы улыбаются до 80% рабочего времени (и не только).

– Тяжело тренировать с непривычки. Когда тренируешь отделы продаж, всегда попадет скептик, который скажет, что и без улыбки можно продавать неплохо. И каждый раз я отвечаю

одно: «Люди и на Эверест поднимаются пешком. Такое тоже бывает. Но я люблю море, солнце и песок, куда можно долететь за 2—3 часа».

– Лучше ржать, как конь, чем шептать, как ивушка у болотца.

Прием убеждения №5. Эффект третьего лица

«Если одной Речи мало, добавь вторую».

Всё, что тебе необходимо знать про этот прием: людям очень часто мало одного мнения для принятия решения. Вот так вот.

И это чистая правда.

Сам прием мы практиковали в отделе продаж с разных сторон. Сейчас объясню тебе как:

– Я работаю с клиентом. Звоню, езжу к нему. Моя позиция ему понятна, и он постоянно думает. На одну из встреч я беру с собой руководителя или коллегу из отдела. Вместе обсуждаем предмет сделки. Взгляд на сделку с разных сторон очень часто помогает клиенту принять решение.

– Я работаю с клиентом. Звоню, езжу к нему. Моя позиция ему понятна, и он постоянно думает. Но одну из встреч или один из звонков совершает руководитель или коллега из отдела. Без меня. Разговор по душам с третьей стороной очень часто помогает клиенту принять решение.

Главное – не мудрить, а просто понять принцип действия технологии.

Очень часто ты будешь становиться с клиентом на короткую ногу. Дружба всегда вредит продажам. Когда дружишь с клиентом, то сложно говорить о деньгах. И третье лицо здесь будет как никогда в тему. Тебе всегда будет нужен человек, который скажет клиенту в лицо истинную цену вещам (на тот случай, если ты точно понимаешь свою беспомощность в некоторых ситуациях).

Очень часто внутри отдела продаж никто не хочет друг другу помогать. И это плохо. Помогать необходимо. Задача руководителей – создавать процессы, при которых помощь внутри отдела – нормальное дело.

Если ты в итоге в одиночестве, то мудри, договаривайся с коллегами. Прием-то рабочий. Факт. Договаривайся с коллегами, уговаривай коллег помогать тебе. Я частенько просил своих соседей по рабочему столу помочь мне за шоколадку. А иногда, когда клиенты были «пожирнее», вопросы решались и за бутылочку «а-ля натурель вискаръ».

Не хочу вдаваться в психологию. Просто скажу, что этот прием неоднократно приводил к успешным продажам. Он точно рабочий.

Когда я начал управлять отделом продаж, то данный прием я вводил в систему. Мы целенаправленно находили клиентов, где переговорный процесс зашел в тупик по различным причинам. Мы придумывали себе роли, выезжали к таким клиентам и таким образом продавали. И вот что главное: клиентам иногда проще разговаривать с незнакомым человеком, нежели с тем сотрудником, с которым он работает длительное время. Нонсенс, но факт.

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.