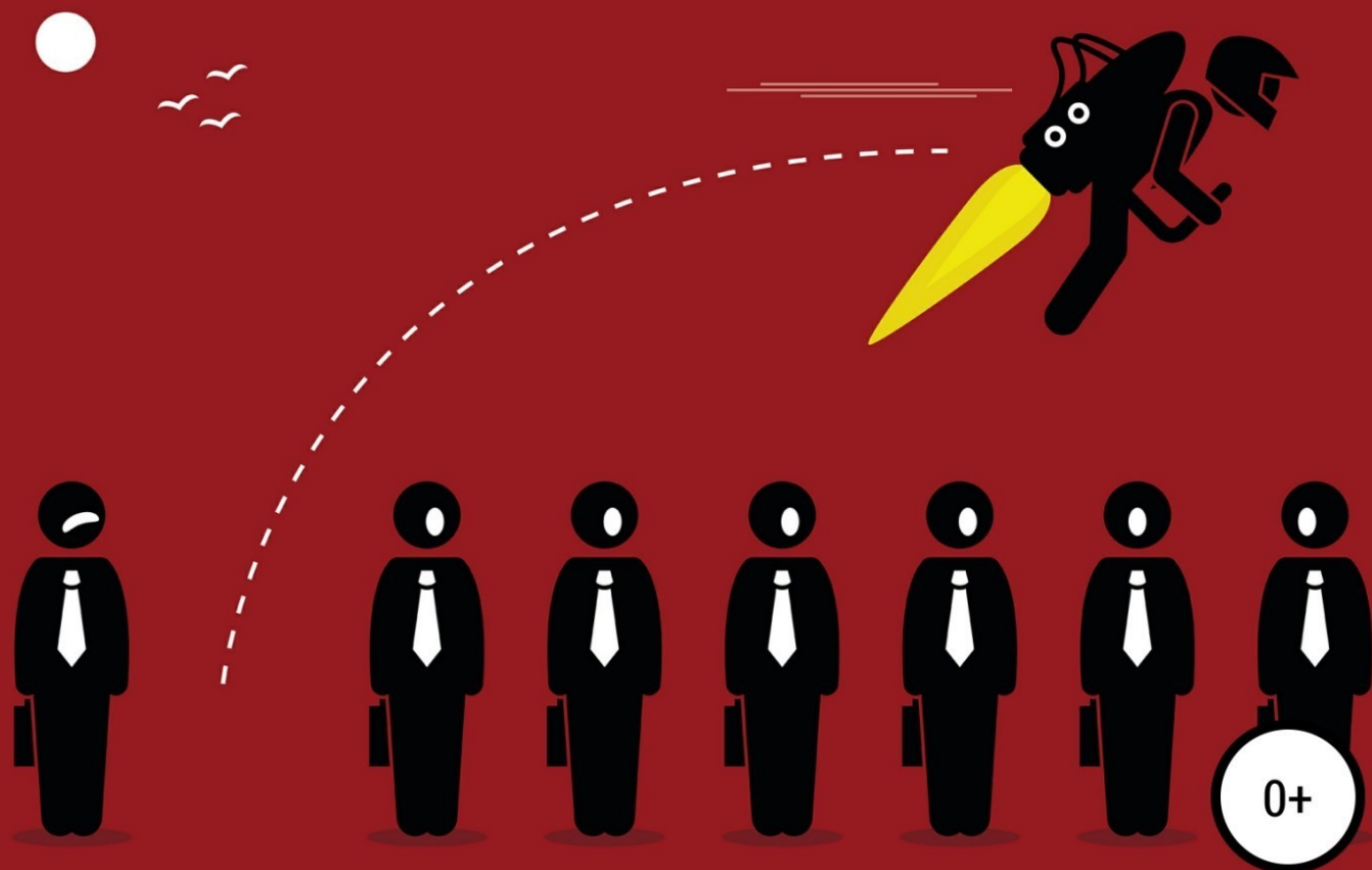


Хусаинов Ахат

Best Seller — лучший продавец



Ахат Хусаинов

Best Seller. Лучший продавец

«ЛитРес: Самиздат»

2018

Хусаинов А. Н.

Best Seller. Лучший продавец / А. Н. Хусаинов — «ЛитРес: Самиздат», 2018

Большое количество людей и организаций испытывают проблемы с продажами. И большинство из них не знают, что с этим делать. Если вы: испытываете проблемы в прохождении секретаря, не можете узнать, чего действительно хочет клиент, не знаете какие техники вам помогут, продать после ответа «нет», хотите научиться продавать легко и непринужденно, то эта книга специально для Вас. Будет полезна как новичкам, так и опытным продавцам. В книге автор рассматривает большое количество техник продаж, приемов и ситуаций, случающиеся в жизни каждого продавца. В том числе книга является учебником с выводами после каждой главы и упражнениями.

© Хусаинов А. Н., 2018

© ЛитРес: Самиздат, 2018

Содержание

Вместо предисловия, или почему я могу учить	5
Глава 1	7
Глава 2	9
Глава 3	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Вместо предисловия, или почему я могу учить

Здравствуй, дорогой читатель!

Перед тобой книга, которая откроет для тебя не только основы продаж, но и покажет процесс продажи с разных сторон. Я покажу некоторые техники, которые помогут сделать процесс продаж максимально эффективным и приятным для тебя. Моя цель – раскрыть потенциал продавца в тебе, научить договариваться с людьми и заключать сделки. За основу я взял собственный личный опыт, множество тренингов и книг по продажам. Все эти знания я объединил и систематизировал, и покажу только самые основы. Важность основ нельзя недооценивать. Как только вы их освоите, то сможете уже вырабатывать свою стратегию и тактику продаж.

Каждая продажа, по моему мнению, уникальна, потому что зависит не только от того, кто продает, но и от того, кто покупает. И именно по этой причине я привожу здесь только универсальные техники, которые подойдут в большинстве случаев, но каждый раз применяя их, продавец будет рад итоговому результату. Если же вы не начинающий продавец, а профессионал и давно занимаетесь продажами, то эта книга позволит освежить в памяти, как структуру продаж, так и некоторые моменты, связанные с техникой, а возможно откроет что-то новое, что можно будет применить в практике.

Мы научимся различать большое количество моментов, связанных с продажами, и тем, что около продаж. Поймём, какие вообще бывают продажи, и какими занимаешься именно ты. Рассмотрим структуру заключения сделки от начала и до конца, разобрав каждый этап, и к каждому этапу я дам вам техники, позволяющие завершить этот этап наиболее успешно. Не обойдём стороной и общие правила продаж, которые должны соблюдаться на протяжении всех этапов продажи. Научимся тому, что необходимо для увеличения количества успешных сделок. И самое главное, что начнёте применять всё это на практике и добьётесь результата. Поэтому не нужно торопиться, пока продавайте так, как делали до этого, и запаситесь терпением. Шаг за шагом вы увеличите процент успешных действий и получите то, что необходимо для закрепления этих действий.

Важно понимать, результата не будет, если прочитать и не действовать. Только действия дают результат, а не знания сами по себе.

Итак, почему я могу учить. Начну с моей родословной. Мой дед был учителем физики и математики в сельской школе. Его дочь и по совместительству моя мама тоже стала преподавателем, но уже в городской гимназии. Таким образом, если бы я пошёл работать учителем, то стал бы им в третьем поколении. Опыт общения с дедом и мамой показал мне, как нужно обучать и дал навыки наставничества.

С первой работы (я имею в виду нормальную полноценную работу, а не мелкие подработки) я занимался торговлей. Начинал с обычного продавца-консультанта и вырос до руководителя отдела в своём магазине всего за полтора года. После я работал торговым представителем, менеджером по продажам, региональным менеджером и наконец, стал руководителем подразделения. Этот опыт я и хочу передать с помощью своей книги. Как быть хорошим продавцом-консультантом, так чтобы руководство выделяло вас как самого перспективного сотрудника. Работая руководителем отдела продаж, мне удалось обучить и поставить на ноги большое количество менеджеров, большинство из которых достигли успехов в торговле. Многие из них уже сами стали начальниками в разных областях. А самое интересное, что достигали этого они не с помощью хитрости или уловок, а с помощью навыков, технологии и желания. Стоит упомянуть, что почти всегда я работал с товарами и услугами, цена которых была выше среднего, и это мне помогает сейчас продавать всё, что угодно. Продавать более дорогой

товар всегда сложнее, поэтому если сейчас я сталкиваюсь с товаром более дешёвым, продажа последнего не составляет для меня проблем.

Проработав в разных типах продаж (холодные и тёплые продажи, B2B и B2C, продавал крупным конечным потребителям и в розницу), я заметил одну интересную вещь – все продажи строятся по одному и тому же принципу, с лёгкими изменениями, обусловленными спецификой рынка.

Ещё одна причина, по которой я считаю, что могу обучать, – это занятие спортом. С самого детства и до сих пор я не прекращаю свои занятия. Спорт воспитывает важные качества, как для человека, так и для продавца, и даёт очень сильную закалку не только организму, но и психике. Основные моменты, которые можно вынести из такого хобби, это командообразование и дисциплина.

Дисциплина важна всегда, если вы сказали клиенту, что позвоните в семь, то звоните в семь. Не опаздывайте на встречи и на работу. Только одно это выделит вас на фоне большинства современных менеджеров по продажам. Старайтесь делать всё заранее и тогда вы будете успевать вовремя.

Глава 1

План и структура обучения

Обучая менеджеров, я испробовал множество тактик и стратегий, но далеко не все они ведут к нужному результату. Я проанализировал, отобрал и выбрал самые эффективные. В итоге я составил свою программу, взяв за основу все известные мне и добавив свои идеи. Как результат, я выстроил определённую систему, которую многократно испробовал на своих менеджерах, и могу с уверенностью сказать, что она работает. Это не волшебная пилюля и для достижения успеха необходимо потратить достаточно большое количество сил и времени. Но это даёт результат, как на работе, так и в жизни.

Весь цикл обучения мы разбиваем на *этапы*. После каждого этапа есть *выводы* и *упражнения*. *Выводы* необходимо понять, а *упражнения* необходимо выполнить и довести до автоматизма, так чтобы в итоге у вас выработался навык. Таким образом, вы получите целый комплекс отработанных навыков, которые дадут вам возможность продавать легко и непринуждённо. Не освоив предыдущий навык, не приступайте к следующему упражнению, иначе вы можете запутаться и не достигните планируемого результата.

Что вам понадобится для обучения. Всего лишь три вещи: тетрадь или блокнот (также можно воспользоваться блокнотом в конце книги), ручка и, конечно же, потенциальные клиенты. Из личных качеств вам помогут такие, как упорство, честность (в первую очередь перед самим собой), терпение, последовательность. Тетрадь и ручка, дадут вам возможность фиксировать то, что вы прочитаете в книге, записывать результаты, выполнять упражнения и сортировать навыки по степени их эффективности и удобства использования лично для вас.

Что необходимо делать:

- а) прочитать одну главу;
- б) выписать все основные моменты;
- в) сделать упражнение;
- г) довести упражнение до навыка;
- д) отметить все достижения;
- е) перейти к следующей главе.

Эти пункты идут в необходимом порядке, и нарушать их не стоит – не принесёт плодов. У каждого в зависимости от способностей и типа продажи этот цикл занимает разное количество времени. Нужно просто терпеливо довести всё до конца.

Есть простые, но необходимые правила в освоении навыка:

1. Все техники используются одинаковое (5 раз минимум) количество раз, но каждую технику нужно честно проработать положенное количество раз с максимальным усердием.
2. Все результаты по техникам записываются.
3. Только после этого принимается решение, какую технику превращать в навык, а какую нет. При принятии решения в первую очередь смотрите на эффективность, а не только на личные удобства.

Если техника эффективна, но неудобна (т. е. пользуясь ею, вы испытываете дискомфорт), отработайте её 100–200 раз, и дискомфорт уйдёт. Потенциальные клиенты нужны для отработки техник и превращения их в навыки, также это даст понимание, почему с одним клиентом техника срабатывает, а с другим нет (в каких случаях не работает, рассматривать будем отдельно).

Упорство, честность, терпение и последовательность дадут вам возможность пройти обучение до конца – не пропуская ни одного момента, и получить результат. Более того, эти качества необходимы не только в продажах, но и в любой другой сфере человеческой деятельности.

Они помогают достигнуть успеха в личной жизни, обустроить быт, идти по карьерной лестнице вверх. И конечно получать удовольствие от жизни и от своих успехов.

Не торопитесь с освоением навыков. Определите себе нагрузку, которую сможете выдержать. Например, три раза в течение рабочего дня вы используете одну из техник и фиксируете результаты. Главное выдерживать заданный темп. Помните, что всё великое когда-то начиналось с малого. Так и искусный скрипач, впервые взяв скрипку в свои руки, выдал набор бессвязных звуков. Но каждый раз он осваивал одну ноту за другой, одну гамму за другой, одну мелодию за другой и в результате получилось то, что мы теперь его слушаем с открытым ртом и восхищаемся его талантом и умением.

Упражнение:

– Останьтесь в комнате, а лучше в доме одни, выключите всё: телефон, телевизор, музыку, компьютер. Мысленно поговорите с собой на тему: «Готов ли я начать свой путь в продажах? Приложу ли я максимум усилий, чтобы добиться результата? Готов ли я двигаться к цели, не взирая ни на что?». Честно ответьте себе на все три вопроса. Если ответы «да» – то продолжаем. Вслух произнесите (дайте самому себе обещание): «Я начинаю своё обучение и не остановлюсь до тех пор, пока не достигну результата! Я обязательно выполню оба условия: конец обучения и результат!».

После этого определите срок, с которого вы начнёте. Мой вам совет – не затягивайте (максимум два дня, перед тем как начать) и лучше, чтобы обучение началось не в понедельник, пусть это будет любой другой день. В понедельник, как правило, у людей хватает забот и это начало недели, ваши силы не на максимуме, а нам лучше, чтобы путь к успеху был как можно легче. Заведите себе отдельную тетрадь и ручку. В эту тетрадь вы записываете всё, что вам нужно для обучения и больше ничего лишнего.

Сделали? Переходим ко второй главе.

Глава 2

Что такое продажа и для чего она нужна (Ваш путь по карьерной лестнице)

Для начала давайте определимся, кем же является продавец и что такое продажа.

Слово продавец, по моему определению, имеет 2 значения:

– работник торгового предприятия, отпускающий товары покупателю. Такое определение нам совсем не подходит, так как это больше относится к продуктовому магазину, а нам нужно что-то поинтереснее;

– тот, кто продаёт что-либо. Это уже более широкое понятие, но оно не раскрывает сути.

Давайте попробуем углубиться. Единственное слово, к которому есть вопросы, – «продаёт». Рассмотрим значение слова «продавать»:

– отдавать кому-либо что-либо в обмен на деньги или иные ценности.

Таким образом, мы отдаём что-либо ценное для покупателя, в обмен на что-либо ценное для нас. Продавать – это в первую очередь «давать». Значение слова «давать»:

– перемещать что-либо в распоряжение другого субъекта (как человека, так и организации).

Собрав воедино все значения несложно догадаться, что продавец – это человек, который совершает обмен чего-либо ценного для покупателя, на что-либо ценное для себя или организации, на которую работает (это могут быть не только деньги, иногда это может быть, что-то другое – такой обмен называется бартер). Соответственно, *продавать – это заниматься деятельностью по созданию и поддержке продаж*. Именно это, а никакое другое значение нам необходимо принимать во внимание. Если уж мы выбрали этот вид деятельности, то давайте посмотрим, куда он нас может привести.

Начинать можно с любой позиции, но я считаю, что лучшая позиция – продавец в розничном магазине. Это великолепный опыт, дающий основу для понимания покупателя и продаж. Идеальным вариантом будет, если вы будете продавать услуги, это самый лучший вариант, так как услуги продавать сложнее.

Чуть набравшись опыта, а это примерно полгода—год, смело можно идти устраиваться менеджером по продажам в другую компанию (или в той же компании на другую должность) на входящие звонки, или так называемые тёплые продажи (подробнее в одной из следующих глав). Так вам будет проще переqualificироваться. Нужно в течение года набраться опыта, стать одним из лучших в этой сфере и перейти в более сложные продажи, связанные с поиском клиента. Это самый интересный, но и самый сложный тип продаж, в котором всё будет зависеть от вас самих. Основное преимущество – вы сами выбираете, с кем будете работать. В предыдущих случаях выбор делал клиент и звонил вам или приходил в магазин. В дальнейшем присматривайтесь к позиции руководителя отдела продаж. В этом случае вам понадобится умение не только продавать самим, но и умение обучать, мотивировать и контролировать. Обязательно берите на себя обязанности и ответственность за маркетинг. В этом тоже необходимо разбираться для дальнейшего продвижения.

Следующей ступенью может стать должность руководителя подразделения, коммерческого директора или руководителя филиала. Это позиции, требующие ещё больше ответственности, знаний и навыков, не забывайте постоянно совершенствоваться. Ну и как высшая ступень вас ожидает, как награда за проделанную работу, позиция директора компании или собственника бизнеса. Должен отметить, что абсолютно на каждом этапе при движении вверх по карьерной лестнице вы будете продавать, меняться будут только размеры сделки и степень

важности клиента для компании. Именно поэтому навык продаж необходим как воздух, без него очень сложно для того чтобы занять лидирующие позиции как в компании, так и в бизнесе.

Есть ещё один плюс, о котором стоит упомянуть. Если вы будете хорошим продавцом, то найти хорошую работу для вас не будет проблемой. Какие бы профессии не были в цене на данный момент – продавец всегда одна из самых востребованных. Для этого есть одна единственная причина – абсолютно каждому предприятию, в абсолютно любое время необходимо сбывать свою продукцию. Никакие кризисы, политические ситуации, экономические санкции не отменяют это правило. Пока будет производство товаров или услуг – всегда нужен будет продавец.

Интересен ещё один аспект навыка продаж – это умение договариваться с людьми. Так как продажа – это обмен чего-либо ценного для другого человека на что-то ценное для вас, то в жизни навык продаж применяется постоянно, просто большинство людей этого не осознаёт. Например, где может понадобиться умение договариваться:

- продать идею коллегам, руководству, друзьям, чтобы они помогли вам её реализовать;
- договориться с родителями, чтобы они не лезли в вашу личную жизнь;
- узнать, что не так с вашими близкими, если они это скрывают, и принять необходимые меры;
- договориться с ребёнком, что он будет самостоятельно и планомерно убираться в своей комнате;
- поговорить с соседями, если вам что-то будет нужно...

Бесконечно можно перечислять случаи, в которых навык продаж и переговоров окажет вам неоценимую услугу. Главное помните, что там, где общаются как минимум два человека, рано или поздно появится продажа.

Раньше люди, которые занимались торговлей, назывались купцами и были в почёте. После это достойное звание было очернено из-за недобросовестных людей, которые занимались не торговлей, а обманом. В наше время быть продавцом пока ещё не очень престижно, но к счастью времена меняются. И хороший продавец, разбирающийся в том, что он продаёт, становится на вес золота. Если вы станете им, будете честны, ориентированы на решение проблем клиента и приятны в общении, то с вами произойдёт маленькое чудо. Ваши клиенты будут улыбаться, когда вы приходите к ним, и будут передавать информацию о вас своим знакомым, так работает «сарафанное радио». Если вы сможете включить его, то поток клиентов к вам не иссякнет никогда. При этом ваши покупатели будут уважать вас как личность и как профессионала своего дела. А это, согласитесь, дорогого стоит.

В продажах существует большое количество позиций и названий профессии. Теперь рассмотрим несколько определений, которые даются людям, работающим в торговле, и посмотрим на их отличие друг от друга. Давайте разбираться, а всегда ли это именно так? Пойдём по порядку – по степени близости к званию настоящего продавца:

- «Торгаш», «впариватель» и другие синонимы. Это фальшивые продавцы потому, что им без разницы, остался их покупатель доволен покупкой, получил ли покупатель решение своих проблем или нет. Именно эти люди очерняют почётное звание продавца и очерняют эту славную профессию. Они ориентированы исключительно на личную выгоду и только на нее. Всё остальное их не волнует.

- Продавец-кассир. Как правило, их можно встретить в продуктовых магазинах. Эта позиция лучше, чем предыдущая, но они не являются продавцами по своей сути. Они обслуживают продажу, но не совершают её. Им также без разницы проблемы клиента, им не важен результат. Единственное, что их волнует, чтобы поскорее закончился рабочий день.

- Продавец-консультант. Начинаем приближаться к продавцу! Он уже умеет давать консультации, задавать вопросы, предлагать решения. Их можно встретить в любом магазине электроники. Заботятся о потребностях клиента, о самом клиенте, о выручке, о своей заработной

плате. Первый минус – стараются продать то, от чего получают больше денег, несмотря на то, что клиенту это может быть не нужно. Второй минус – не умеют контролировать свои продажи, не умеют искать клиента, так как этого не требуется на их месте работы. Не совсем продавец, но самый близкий к нему из перечисленных.

– И наконец, венец творения – менеджер по продажам. Сразу оговоримся, что данную должность использует большое количество компаний и далеко не все они попадают в то русло, в которое необходимо. Так кто такой менеджер по продажам? Слово «менеджер» – переводится как управляющий, то есть менеджер по продажам – это человек, который управляет продажами. Умеет планировать, умеет искать решения и осуществлять их. Менеджер по продажам умеет искать клиента и осуществлять продажу. Он управляет продажами. Он знает, как увеличить продажи, уменьшить, как перенести покупку на то время, когда нужно, умеет работать с любым, даже самым конфликтным покупателем.

Выводы:

Быть высококлассным специалистом в любой области – это круто. Быть высококлассным специалистом в продажах ещё и приносит высокий доход. Звание «продавец» просто так не даётся, его надо заслужить, это не стоять у кассы и выдавать товар.

Человек, освоивший навык продаж, способен достигнуть больших результатов с меньшим количеством затраченных усилий.

Упражнение:

– Найти 5 директоров фирм (это могут быть как знакомые, так и не знакомые вам люди), спросить у них, занимаются ли они продажами лично, пусть даже только в случае больших стратегических клиентов.

– Написать свой путь продавца, каким вы его видите, что должно быть и через какое время, что для этого необходимо сделать.

– Придумайте и запишите десять ситуаций, не связанных с работой, в которых вам может понадобиться навык продаж.

Глава 3

Типы продаж

В предыдущей главе мы разобрались с тем, что продавец – это достойная профессия, теперь нужно понять какие типы продаж существуют. Посмотрим на особенности каждого типа, и в каких ситуациях какой тип лучше применять.

Для начала я приведу список всех типов продаж, далее остановимся на каждом более подробно:

- активные и пассивные продажи;
- личные и обезличенные продажи;
- прямые и не прямые продажи;
- простые и сложные (комплексные, промышленные, проектные);
- региональные и домашние (продажи в своём регионе);
- B2B и B2C (продажи для бизнеса или клиента);
- продажа товара и услуги;
- двухтактные продажи;
- конвейерные, каскадные и инфо-продажи;
- коробочные продажи;
- продажи в магазине, офисе, со сцены, дома у клиента;
- первичные продажи и повторные;
- по телефону или при встрече.

Активные и пассивные продажи

Иногда ещё их называют тёплые и холодные. Главное отличие состоит в том, кто является инициатором контакта, клиент или менеджер. Если инициатором является клиент, то продажи называются пассивные, или тёплые. Если инициатором является продавец, то продажи называются активными, или холодными. Рассмотрим плюсы и минусы каждого типа в таблице.

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.