

Гайдаш Каролина

Первая книга
для администратора
детского центра

Администратора позовите!



Больше не нужно повторять
все снова и снова,
чтобы обучить администратора.
Просто дайте ему прочитать
эту книгу.

16+

Каролина Константиновна Гайдаш Администратора позовите!

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63352528

SelfPub; 2021

ISBN 978-5-532-98680-0

Аннотация

Это не сухая методичка, а первая обучающая книга для администратора детского центра, написанная простым и понятным языком. Книга предлагает начинающему администратору весь спектр информации, чтобы стать одним из лучших специалистов, в котором нуждается ваша команда. После прочтения ваш администратор всегда будет знать, на что и как ответить, сможет легко составить продающий текст, не будет бояться неудачных звонков и сложных клиентов, с лёгкостью будет продавать, и число ваших клиентов увеличится.

Содержание

Вступление	4
Часть 1	8
Глава 1	8
Глава 2	19
Глава 3	24
Часть 2	30
Глава 1	30
Глава 2	33
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Каролина Гайдаш

Администратора позовите!

Вступление

Вы читали хоть одну книгу об администраторе детского центра? Я – нет, потому что не смогла найти такой ни в одном книжном магазине.

Давайте познакомимся: меня зовут Каролина, я об администраторе знаю не понаслышке, потому что на личном опыте прошла эту работу изнутри. Успешные продажи, порядок и организованность в документообороте, обучение и контроль администраторов детских центров – всему этому я научилась своими силами и упорством. Опыт работы юристом мне также пригодился и проявился в ответственности и организованности, правильной постановке и выполнении задач. Но когда я пришла в новую для себя сферу – дети, мамы, педагоги, – сразу был шок! Начать всё заново в совсем незнакомой мне сфере и в другой стране оказалось непросто, но интересно. И вот спустя восемь лет моей практики, опыта и развития профессионализма вместе с энергией и мотивацией я хочу поделиться с вами полезной информацией об этой удивительной профессии – администратор детского учреждения.

Большинство администраторов думают, что их работа – «красиво сидеть» на ресепшен, отвечать на телефонные звонки и принимать деньги от клиентов. Но по большей части это не только их вина, ведь этих людей никто не учил быть администраторами. Они вообще не в курсе, что это сложная и ответственная работа. Нет чётких руководств, как работает администратор, потому что это не бухгалтер, который вычисляет по формулам в таблице. Во все времена печатается много обучающей литературы для бизнесменов, для поваров, для педагогов. Но нет ничего для администраторов детских учреждений. Об этом я могу сказать с уверенностью, потому что за все годы нигде не повстречала нужной литературы. А профессия эта становится всё более востребованной, так как руководителю важно его личное время для развития бизнеса. Опытный администратор сможет быть его правой рукой и при правильных постановках задач успешно выполнять свои функции. Главная задача – чтобы администратор понимал эти функции. Я написала эту книгу, чтобы ваш администратор знал всё об этой профессии.

Работать администратором детского центра непросто: нужно быть коммуникабельным и разносторонним, сдержанным и восприимчивым, милым и спокойным. Все хотят «волшебную пилюлю», чтобы легче было работать, – её нет, но есть секреты, которыми я готова поделиться с вами и разобраться, кто же всё-таки такой администратор детского учреждения.

Шесть лет в должности администратора и уже третий год в должности управляющей двух центров одновременно помогли мне написать в 2019 году книгу продаж, которую я создала только для центров, в которых работала. В ней содержится информация для администраторов, новых или постоянных – не важно, главное, что после её прочтения легче вникнуть в правила и суть работы. В первой части этой книги я познакомлю вас с её главами.

На своём настоящем личном опыте и с помощью наставлений директора я приобрела бесценные знания, выросла интеллектуально, поняла свою миссию, я влюбилась в дело. Мне приятно приходить на работу и понимать, что хоть маленькую долю помощи я могу оказать кому-то. В этой книге я хочу поделиться с вами не заученными фразами, а наблюдениями и выводами, сложившимися в ходе моей работы. Я постаралась описать всё на обычном разговорном языке, без литературных фраз, без воды, живо и по-настоящему, чтобы будущему администратору было легче работать и совершенствовать свои навыки. В этой книге вы найдёте много примеров и действительно работающих инструментов, которые нарабатывались годами. Хочется передать в этих строчках частицу моего управленческого опыта, чтобы вы так же, как я, приходили на работу с огромным удовольствием, добивались поставленных целей и любили свою профессию.

Вам остаётся только прочитать, понять и после этого начать наращивать результаты в работе.

В конце вас ждёт подарок в виде чек-листа, с помощью которого вы сможете проверить и проанализировать работу вашего администратора, определить, что необходимо доработать и улучшить, чтобы детский центр не только жил, но и развивался и, конечно, приносил прибыль.

Желаю успехов!

Часть 1

Кто такой администратор детского учреждения?

Глава 1

Важно ли первое впечатление?

Когда мы входим в какое-то заведение, нас приветствуют и встречают, будь это магазин, офис, салон красоты или детский центр. И как пройдёт первичный контакт, такое впечатление и сложится об организации. А с кем происходит первый контакт клиента? От кого зависит, придёт ли ребёнок на занятие? Насколько важна должность администратора в детском центре? Ответ на все вопросы один: всё зависит от администратора, и это ключевая должность в детском центре. Администратор – это первый человек, с которым сталкивается клиент, и от его внешнего вида, манер, способа общения зависит оценка клуба посетителем. Полученное впечатление является не только устойчивым, но ещё и главным при принятии решения, остаться или нет. Все знакомы с психологическим трюком «правило трёх минут»? Психологи рекомендуют его использовать в первую очередь родителям, чтобы

улучшить отношения с детьми. Но этот способ хорошо подходит для налаживания положительного общения с любыми людьми. Правило трёх минут заключается в следующем. При встрече открыто демонстрируем душевную радость. Начинать нужно не сразу, как только вы увиделись, а спустя секунду. Тогда человек поймёт, что весь позитив и эмоции из-за него. Это будет как солнце, которое появляется из-за туч и начинает радовать своими тёплыми лучами. Этот трюк можно применить и к работе администратора детского центра. Ведь именно он первый встречает всех клиентов и гостей центра. Именно с этого первого момента встречи и начинается продажа.

Что нужно сделать при первичном контакте личной встречи администратора с клиентом в центре?

- Широко, открыто и искренне улыбнитесь. Если не получается, то подумайте о чём-то хорошем. Задействуйте при улыбке глаза, а не только губы. Это говорит об искренности улыбки.

- Встаньте с кресла, если вы сидите. Важно быть на уровне контакта «глаза в глаза».

- Нельзя складывать руки на груди или опираться на ресепшен. Приветливой считается поза с открытой грудью.

- Поприветствуйте человека по имени (если контакт происходит впервые и вы не знакомы, тогда нужно спросить: «Как я могу к вам обращаться?») Это самое приятное для собеседника слово.

- Излучайте собственный позитив и здоровый оптимизм.

Настроение передаётся при встрече.

- Отложите ваш мобильный телефон в сторону, чтобы не отвлекал. Если клиент зашёл в момент вашего разговора, дайте ему понять, что сейчас уделите внимание (кивните ему, улыбнитесь). Если в этот момент вы ведёте личную беседу по телефону, рекомендую её завершить и уделить внимание клиенту.

- Скажите небольшой комплимент или слова одобрения. Показывайте поведением, что человек вам нравится, словно вы хорошие друзья.

- Сохраняйте эмоциональный подъём первые минуты общения. При окончании разговора открыто улыбнитесь и тепло попрощайтесь. Тёплое прощание должно происходить независимо от того, остался ли клиент в центре, записался ли на пробное занятие. Это не важно: возможно, ему нужно время подумать, и он обязательно вернётся.

Поверьте, применяя эти простые правила, вы сможете расположить к себе клиента и вызвать доверие по отношению не только к вам, но и к самому центру в целом.

И если мы заговорили о первичном контакте, могу с уверенностью сказать, что, кроме приятной улыбки на лице, администратор должен выглядеть подобающим образом, так как внешний вид может помочь заслужить доверие и не оттолкнуть клиента.

Это как?

- Скромность, опрятность, чистота в стиле одежды и обуви. За базу берётся классический стиль. Но каждый руководитель сам устанавливает правила клуба, и, возможно, это будут просто футболки и джинсы, либо это будет строгий стиль с добавлением каких-то аксессуаров, отличающих вас (например, платочки на шею с логотипом организации), бейджика с указанием имени и должности, чтобы клиент мог распознать сотрудника центра. Отсутствие активных элементов эротического стиля, таких как прозрачные ткани, звериные расцветки, чрезмерно короткая длина одежды, наряды, обтягивающие фигуру, излишне высокий каблук с платформой и открытая лаковая обувь. Все эти атрибуты хороши на приватной сцене либо на свидании с мужчиной. Здесь важно помнить, что мы работаем в детском учреждении, и такой образ будет выглядеть вульгарно и неприемлемо.

- Чувство меры в образе в целом. Это значит – умеренный освежающий макияж, отсутствие перламутра и слишком ярких оттенков. Без использования ярко-выраженных запахов парфюма (возможно, у кого-то аллергия). Сюда же относятся руки с классическими вариантами маникюра: френч, бежево-коричневые оттенки, бордовый цвет, ухоженные волосы и причёска без явной ноты авангарда. И, конечно, никаких табачных и других неприятных запахов.

После того как произошёл первичный контакт и вы проявили всё своё обаяние, включаем профессионализм, что-

бы выстроить отношения с клиентом, и, выслушав потребности, предлагаем решение, с которым он уйдёт сегодня домой. Ни в коем случае клиент не должен уйти без интересующей его информации. А также нельзя отпустить клиента без нужной информации для вашего развивающего центра (это номер телефона или запись на пробное занятие), даже если в данный момент вы не смогли подобрать что-то нужное.

Это как, когда вы заходите в магазин и опытный продавец за считанные минуты одним взглядом определяет ваш размер и помогает выбрать необходимую вещь, чтобы сэкономить время своего покупателя. Так и администратор в первые минуты общения должен наводящими вопросами «прозондировать» клиента, чтобы выяснить проблему и решить её.

Давайте рассмотрим пример:

Администратор: Здравствуйте, как я могу к вам обратиться? (Соответственно ваше имя клиент видит на бейджике.)

Клиент: Добрый день, меня зовут Мария, я проходила мимо и увидела вывеску, и вот зашла.

Администратор: Очень приятно, Мария. Вы уже знакомы с нашим центром? Слышали от знакомых или подписаны на нашу страничку в Instagram? (Задавая такие вопросы, мы быстро ориентируемся, что клиент знает о нас и что ему нужно рассказать.)

Клиент: Да, мы давно подписаны на вас в Instagram и на-

блюдаем, и ещё мы живём рядом, ходим мимо, и наконец-то решились зайти.

Администратор: Спасибо, очень приятно. (Улыбаемся и понимаем, что клиент уже ориентировочно знаком с нашим сегментом.) Мария, какой возраст вашего ребёночка и какое направление вас могло бы заинтересовать? У нас есть курсы от изучения английского до театральной студии.

Клиент: Моей Анечке 6 лет, скоро в школу.

Администратор: Я так полагаю, что вам подойдёт наш курс «Подготовка к школе». Вы уже где-то занимались? И ещё подскажите, посещаете ли вы детский садик?

Клиент: Да, мы ходим в сад. (Администратор сразу должен понять, что занятия подойдут только в вечернее время или группа выходного дня, так как ребёнок в саду как минимум до 17.00). Но там ничему не научили моего ребёнка. (Мы слышим крик души от мамы и нужно быстро дать ответ, что на нашем курсе мы подготовим её дочь к школе.)

Администратор: Мы сможем помочь вашей Анечке и подготовить её к школе. Занятия в нашем центре построены таким образом, что ребёнок, не замечая, учится и узнаёт много нового.

Клиент: Ой, расскажите, а это как?

Администратор: Процесс занятия проходит в игровой форме: дети конструируют из кубиков, считают по палочкам, собирают пазлы, учат буквы по таблице Зайцева. Знаете, как детям это нравится? 45 минут урока пролетают, и детишки

не хотят уходить от нас. Вот смотрите. (Показываем на камеру или фотокнигу, которая должна быть в центре с описанием курсов и фотографиями. Заинтересовываем клиента, показывая и рассказывая о плюсах нашего клуба). А также мы используем индивидуальный подход к каждому ребёнку. Если вы ещё не читаете, наш опытный педагог поможет и подскажет, как это сделать. (Описываем ещё достоинства урока).

Клиент: Это интересно, а когда занятия проходят?

Администратор: (Помним, что ребёнок ходит в сад, и предлагаем вечернее время или выходной – если есть.) Занятия проходят два раза в неделю (понедельник, среда) по 45 минут, время как раз подходящее для вас: 18.15 после садика или в субботу один раз (1,5 часа). (Озвучиваете стоимость, если есть акция – говорите об этом.)

Клиент: Отлично, мы хотим попробовать, что нужно сделать для этого?

Администратор: Давайте я вас запишу. (И происходит запись нужной информации и приглашение.)

В этом разговоре можно увидеть примеры тёплого приветствия, сочетания вопросов, ответы на которые помогают выявить потребность клиента, а также переход на следующий уровень процесса продажи.

Список вопросов, которые помогут администратору определить потребность родителя и записать ребёнка на занятие

Очень важно, чтобы общение с клиентом (как по телефону, так и лично) было построено в форме диалога. Говорим дружелюбно. Не надо в первые минуты разговора сразу записывать нового ребёнка. К этому родители плохо относятся, не надо начинать разговор так: фамилия, имя, дата рождения... Людям нравится, когда с ними дружелюбно общаются, – задавайте наводящие вопросы в приятном тоне.

- Вы уже посещали наш(и) центр(ы)?

При записи всегда спрашивайте: «Вы посещали уже наш центр?» – так как могут сказать, что в одном были, а во втором не были. Если в какой-то из центров клиенты уже ходили, старайтесь найти в вашей CRM программе и сверить данные. Вам же будет легче с ними дальше общаться – сразу ориентируетесь по возрасту правильно, так как там отображается вся информация, только дату рождения, номер телефона и имя родителя не забудьте сверить.

- В каком филиале вам удобнее заниматься?

При записи, спрашивая, в каком филиале удобно заниматься, не ждите ответа от родителя (он, возможно, поня-

тия не имеет, сколько их у вас), а перечислите все филиалы. Особенно важно задавать такой вопрос, когда клиент звонит по телефону, так как он может неправильно набрать номер, а вы дезинформируете его и запишете в другой центр.

- Вы уже смотрели наш сайт? Instagram?

Благодаря этому вопросу легче сориентироваться, насколько клиент знает ваш продукт, с чем уже успел познакомиться на вашем сайте. И, исходя из ответа, вы сможете предложить услугу.

- Для такого возраста мы можем предложить...

Назовите «форму» занятий: групповые, один или два раза в неделю. Кроме интересующего курса обязательно проговорите, что ещё можете предложить на данный возраст. Перечисляем подходящие курсы, которые есть для них в этом филиале, и спрашиваем: «Что-то заинтересовало?»

Задавайте уточняющие вопросы, чтобы выявить потребности клиента. Если после перечисления курсов клиент молчит, захватывайте инициативу в разговоре, что-то рекомендуйте.

- Кто-то из ваших знакомых у нас занимается?

Проще всего спросить в начале разговора: «Кто-то из ваших знакомых у нас занимается?» Как будто вам только по рекомендации и звонят. И сразу станет понятно, насколько

подробно рассказывать. Если ребёнка записывают по чьей-то рекомендации, не надо думать, что они уже всё знают, проговаривайте курсы для их возраста и все прочие условия, как для обычных новичков. Нет никаких гарантий, что их знакомые все ваши условия знают и правильно понимают.

- Выбор времени в расписании.

Посещает ли ребёнок детский сад? Учитывая ограничения по дням и времени, пробуем записать на пробное занятие. Если спрашивают, сколько детей в группе (а их обычно от пяти человек), то лучше так и говорить. Когда среднее количество, не надо отвечать уклончиво, что неизвестно, сколько будет, – так выглядит, что их там нет. Вот если совсем мало, то лучше уклончиво ответить. Или слишком много... Говорим, что набираем до 8–10.

Если новичок звонит, то надо предлагать не только действующие группы, но и те, что планируются, тем более, если не подходит время из того, что есть на данный момент. Всегда может открыться новая группа, которая в будущем подойдёт клиенту.

- О педагогах.

Как только называете фамилию педагога – сразу должна идти его реклама. Про каждого надо уметь сказать хотя бы пару предложений. При записи на занятия новичка и просьбе записать ребёнка к самому сильному педагогу не впадайте

те в глубокую задумчивость, с уверенностью говорите, что все наши специалисты на высшем уровне и кого-то выделить очень сложно. Предложите ориентироваться на время и дни для удобного посещения, а не на хорошего педагога. Если ребёнок с особенностями, тогда просим у клиента время для подбора педагога, так как не все педагоги работают с особенными детками.

Задавая правильные вопросы, вы показываете свой профессионализм в данной должности. От работы администратора зависит очень много: и какое произведёте впечатление, и как поможете с выбором курса, и как будете отвечать на поставленные вопросы, и даже как улыбнётесь клиенту и его ребёнку – всё решают первые минуты общения. Рассказывая о занятиях, администратор должен стремиться к эмоционально окрашенной, доступной и яркой презентации клуба, а не к механической передаче информации.

Глава 2

Кто такой администратор?

Мы уже выяснили, что первый, кого видит клиент, зайдя в клуб, это администратор. Администратор – это человек, который контролирует все процессы в клубе, внимание к клиенту, умение решать спорные вопросы, конфликты и наладить коммуникацию. Профессия администратора создана для того, чтобы грамотно руководить коллективом и координировать действия сотрудников. И работает администратор в режиме многозадачности. Его основная функция – общение с родителями, педагогами и руководителем. Поэтому я считаю, что самое основное качество, которым должен обладать администратор, это эмоциональный интеллект. Это значит, что он должен не просто быть милым, вежливым и предупредительным. Он должен чувствовать клиента тонко и попадать в самое «сердце» его основной потребности. Чувствование – с одной стороны, попадание – с другой, – это то, что подводит нас к важной задаче администратора – продать услугу, которая удовлетворяет клиента.

Сможете ли вы стать хорошим и востребованным специалистом? Да, конечно, если зададитесь целью. Администратор – это должностное лицо, работа которого связана с управлением организацией. Такой сотрудник по праву считается главным помощником руководителя. Он в курсе всех

дел компании. Поэтому требования к его умениям, навыкам и личностным качествам предъявляются высокие.

Хороший администратор – это тот, кто:

- является профессионалом в области менеджмента;
- разбирается в документообороте;
- умеет обрабатывать информацию на компьютере;
- искусно владеет навыками общения;
- имеет высокие организаторские способности;
- обладает такими личностными качествами, как эмоциональная устойчивость, толерантность, способность убеждать.

Какими качествами должен обладать администратор?

Администратор – ответственный, общительный, вежливый, пунктуальный, исполнительный, аккуратный, хозяйственный, внимательный. Администратору характерны такие навыки, как стрессоустойчивость и системность в работе.

Как это выглядит на практике:

Администратор приветствует клиента, когда тот приходит в детский клуб. Он – лицо детского заведения.

Он улыбается, знает и называет клиентов по имени, спрашивает, как у них дела, в курсе разных событий из жизни клиентов, сочувствует и поддерживает, рассказывает о том,

как ребёнок провёл время.

Администратор общается с текущими и потенциальными клиентами по телефону, назначает встречи, продаёт услуги.

Администратор контролирует время начала и окончания занятий, налаживает коммуникацию с педагогами.

Доброжелательно и мягко разрешает спорные вопросы и конфликты.

Администратор умеет продавать, доносить ценность услуги до каждого родителя и доводить клиента до покупки абонемента.

Контактирует с руководителем бизнеса, управляющим (если в вашем центре есть такой) и является ключевым звеном между руководителем и сотрудниками команды.

Учить администратора можно и нужно. Но есть качества, которые должны быть присущи человеку на этой должности априори, и им невозможно научить. Самое главное – это эмоциональный интеллект и любовь к людям. Ответственность – тоже немаловажная черта, ведь родители доверяют сотрудникам дошкольного учреждения самое ценное – своих детей.

Ещё обязательно в характере администратора должны присутствовать «хозяйственная жилка» и умеренная строгость, ведь порядок в центре – его забота.

Для каждого детского клуба руководитель устанавливает свои регламенты и правила, которые фиксируются документально. Я уже упоминала о «Книге продаж», которую написала для детских центров в г. Мытищи. В неё входят такие

главы:

1. Информация о центрах, история.
2. Правила работы с руководителем и правила работы внутри центра.
3. Описание курсов.
4. Прайс (перерасчёт по пропускам), пробное занятие.
5. Целевая аудитория.
6. Скрипты (телефон, личный контакт, сообщения).
7. Возражения.
8. Правила работы в Instagram (Контент-план).
9. Правила работы в Excel, работа в Google таблицах.
10. Акции.
11. Правила работы в CRM программе.
12. Регламент работы администратора.
13. Общие правила.
14. Педагогический состав.

Вы можете сделать такую книгу сами со своим руководителем. Можно поручить это управляющему или опытному администратору. Поверьте, она облегчит работу вашего администратора во многом. И каждый раз, когда возникнут вопросы (по перерасчётам, по программам клуба), администратору не придётся отвлекать руководителя, он сможет сам решить возникшую ситуацию. Такая книга должна быть на столе в каждом детском центре.

Сейчас очень много детских учреждений с разными направлениями: с мини-садиком, с изучением иностранных языков, подготовкой к школе и другими дополнительными секциями и кружками. И, исходя из вашего направления, можно устанавливать функции и правила для администратора. Особенно полезна такая книга для новеньких администраторов: им легче будет познакомиться со спецификой работы, войти в курс дела. Ещё вариант обучения и ознакомления администратора с должностью – это записать обучающие видео, после чего вам не придётся каждый раз вводить в дело нового администратора и тратить на это время. Открыли книгу – прочитали, посмотрели запись на Google диске – выучили, и можно применять в работе. Всё это скрепили подписью в регламенте и должностной инструкции администратора.

Глава 3

Чек-лист функций администратора

Администратор детского центра – это управленец, представительское лицо, на котором лежит ответственность за качество услуги клиентов. Администратор должен контролировать три направления: помещение центра, работников, клиентов – и следить, чтобы все выполняли правила, установленные руководителем.

Чек-лист того, что должен уметь и знать администратор:

- Знать все нюансы рабочего процесса в центре.
- Встречать и провожать гостей, обеспечивать им необходимую помощь и комфортное пребывание.
- Отвечать на входящие звонки.
- Получать деньги, выписывать абонементы.
- Своевременно рассказывать клиентам о новых предложениях, акциях, мероприятиях, а также обо всех изменениях и нововведениях.
- Вести клиентскую базу и учёт посещаемости детей, делать отчёты для руководителя или управляющего.
- Организовывать обмен необходимой информацией внутри коллектива.
- Контролировать сохранность документации, кассы и материальной базы.

- Контролировать чистоту помещения и заниматься хозяйственными закупками.
- Немедленно сообщать руководителю о возникновении непредвиденных ситуаций.

В этих пунктах и заключается работа администратора как менеджера, как профессионала. И не нужно бояться продаж. Напротив, вы должны понимать, что за проделанную работу (результат) получите отличный бонус в денежном эквиваленте. По окончании месяца, подведя итоги, за выполненный план вы получаете премию, размер которой устанавливает руководитель.

Встреча клиентов, общение, приём входящих и исходящих звонков, ведение таблиц, знание программ Word и Excel, ведение Instagram, умение пользоваться электронной почтой – это и есть делопроизводство в центре. В каждом центре используется своя CRM система, по которой вы работаете. Это может быть как программа «Беркана», кому-то удобнее 1С, либо ваша другая программа. Навыки работы в таких системах приветствуются, это очень облегчает и помогает в каждодневном использовании. Например, напоминания о поздравлениях с днём рождения детей, подготовке отчётов за месяц или квартал или даже за год. Администратор отвечает за всю документацию, подготовка которой входит в его обязанности: например, запрос напечатать справку о посещаемости центра, объявления, списки канцелярии,

списки детей.

Администратор следит за порядком в центре, все ли бахилы на месте, есть ли они в наличии, все ли комнаты готовы к занятиям, все ли лампочки работают, работает ли принтер, оплачен ли телефон, чисто ли в центре, убрались ли педагоги после своих занятий, убралась ли хорошо уборщица. Администратор контролирует наличие канцелярских и хозяйственных товаров в центре. Чтобы не получилось так, что закончилась бумага или плёнка для ламинирования в самый неподходящий момент, нужно в течение месяца собирать информацию от педагогов и записывать в тетрадь или журнал (как вам удобно – делать это в электронном или бумажном виде), создавая список необходимого. И производить закупку канцелярских и хозяйственных товаров заранее. Обычно это должно происходить в начале месяца.

Администратор контактирует с педагогами, и это играет важную роль в работе центра. Взаимодействие должно быть налажено так, чтобы работало как система «единое целое». Здесь не должно быть никаких личных претензий друг к другу – это работа! Продажа абонемента во многом зависит и от педагога. Ваша задача – довести клиента до занятий, а задача педагога – сделать всё возможное, чтобы этот ребёнок остался у вас. Для того чтобы ваша услуга была качественной, всегда контактируем с педагогом – сообщаем количество детей в группе до начала занятия, сколько ожидается новых детей на пробное занятие, кто заболел и не пришёл,

кому отправить домашнее задание, делаем фото и видео с занятий, предупреждая педагога. Контактируя с педагогом, вы будете узнавать информацию о курсе, какие темы проходят ребята, чтобы в дальнейшем можно было рассказать родителям. Администратор всегда должен контролировать работу педагогов (пришёл ли вовремя, подготовился ли к занятию, вышел ли к родителям после урока, есть ли необходимость в отмене занятий, нужна ли помощь в подготовке к занятиям – что-то вырезать, приклеить, заламинировать, куда-то позвонить). И если что-то пошло не так, нужно своевременно сообщить управляющему либо руководителю, так как это может повлиять на дальнейший ход работы (если педагог регулярно опаздывает – незамедлительно сообщаем об этом руководству для принятия необходимых мер, не нужно прикрывать и скрывать). Особенно любят опаздывать шахматисты (мужчины) – я это говорю не просто так, а потому что уже убедилась много раз. Они то проспят, то забудут, то в пробке, а это всё сказывается на вашей репутации. Поэтому берём «на контроль».

Администратор в каком-то смысле заменяет ребёнка, который к вам пришёл, и маму, и няню. Нужно проявить свою нежность и заботу. Ведь дети это чувствуют. Многие детишки, придя впервые, боятся зайти в клуб. У кого-то возникает ассоциация с поликлиникой, кто-то просто не может расстаться с мамой (особенно малыши), поэтому администратор должен чем-то заинтересовать малыша, чтобы все стра-

хи у него развеялись. Возможно, стоит сделать игровую зону в холле, чтобы предложить ребёнку игрушку, машинку, раскраску, книжку. Нужно заинтересовать малыша: если понравится ребёнку у вас в центре и это увидит мама – всё, клиент ваш. Так приятно, когда дети не хотят уходить из центра. Это значит, что вы организовали правильный подход и демонстрируете свой профессионализм. Администратор должен быть начеку и смотреть, чтобы ребёнок зашёл на занятия, перешёл в другой кабинет, не вышел на улицу, не ушёл домой один. Вы понимаете, какая ответственность ложится на вас и на центр?

Как ни странно, родители так же, как и дети, требуют к себе внимания. Многие из них – многодетные, они устают дома от рутинных будней, некоторые просто приходят к вам пообщаться, рассказать о своих проблемах и обсудить насущные темы. Для комфорта и безопасности в центрах могут быть установлены камеры видеонаблюдения, чтобы родители и ожидающие видели, как их чадо занимается на уроке. В некоторых центрах предлагают чай или кофе; можно установить книжный уголок, чтобы ожидание ребёнка проходило с пользой и интересом.

Если у администратора не стоит очередь из людей на оплату, если есть свободная минутка и вы видите, что родитель очень хочет пообщаться, доставьте ему такое удовольствие. Это очень важно – внимание, которое вы ему уделите. Выслушайте его (даже если эта тема вам неинтересна). Поверь-

те, это может сыграть определённую роль. Всегда нужно поддерживать индивидуальный контакт с родителями (но главное – не переборщить).

Разговор должен быть правильным:

* Общаясь с родителями, подчёркивайте успехи их ребёнка. В дальнейшем они будут приходить к вам с мыслью: «Наверное, я узнаю что-то новое и хорошее о своём ребёнке». Ваш контакт с родителями становится приятным и полезным и говорит о вашей включённости, внимательности, профессионализме.

* Будьте искренни и честны. Важно говорить о том, что действительно удаётся замечать.

* Но не бойтесь обозначить трудности, с которыми сталкивается ребёнок и вы сами. Если говорить только о хорошем, это может вызвать недоверие. Поэтому нужно быть осторожным в высказываниях.

* Цените и подчёркивайте заслуги родителей, их заботу и внимание к детям.

Помимо всех этих функций администратор – это ещё и «продажник», он должен уметь продавать услуги. Многие боятся этого слова – «продажи», но в дальнейших главах мы разберёмся подробно и раскроем секреты правильных продаж в детском центре.

Часть 2

Когда начнутся продажи?

Глава 1

Продавать – это плохо?

Долгое время в нашем обществе считалось, что заниматься продажами – это плохо. Убеждение, что продажи – это какой-то «обман» или «впаривание», неважно, услуга это или товар. Это такой старый устоявшийся стереотип, который пришёл к нам из 90-х.

А теперь давайте посмотрим вокруг. Всё, что вы видите, вам кто-то продал. Компьютер, платье, стол и стул, телефон, которому вы так радовались после покупки. Всё вокруг – это продукт, который никто не заставляет силой покупать, вы сами идёте на такую сделку и, согласитесь, уже не сможете без этого прожить. Разве все люди, которые вам это продали, ставили целью вас обмануть? Продавец – это помощник, который помогает клиенту решить его проблемы. Занимаясь продажами, вы помогаете людям облегчить жизнь, получить больше удовольствия и положительных эмоций от товаров и услуг, которые вы продаёте. Вы помогаете клиенту решить свои проблемы при помощи вашего продукта. Вы не проси-

те и не навязываетесь. Вы общаетесь и ведёте диалог, консультируете и отвечаете на вопросы. При этом удовлетворяете его потребности, решаете его задачу.

Продажа – это инструмент донесения ценности до того, кто в ней нуждается. А когда вы сами понимаете ценность продукта, вы сможете его легко продать.

Избавляйтесь от стереотипа из прошлого, что продажи – это плохо. Совсем наоборот: когда вы даёте людям возможность закрыть свои боли, решить проблемы, осуществить мечту посредством вашего продукта – это здорово. Мир становится лучше, а люди – счастливее. И именно поэтому продажи нужно любить. Сложно продавать с концепцией «впаривания» в голове. Если вы относитесь к продаже как к «впариванию», то вы сами никогда не сможете ничего никому продать, потому что люди будут чувствовать эту концепцию сквозь каждое произнесённое вами слово.

Когда я пришла работать в детский центр, то и понятия не имела, что такое продажа, и тем более – что я должна продать, совсем не укладывалось в голове. Как и многие администраторы не понимают, чего от них хотят: какие продажи, чего продажи? Проблема не в том, что многие не умеют продавать, а в том, что их останавливают страхи. Возможно, у вас хорошо поставлена речь и есть дар убеждения, но вы не можете грамотно применять свои умения из-за боязни перед продажами. Наши внутренние блоки снижают продажи. Страх – это эмоциональная реакция на ситуацию, которую

вы представляете в своей голове. Страх – как бабайка из нашего детства: никто не видел, но на всякий случай бояться. Бояться слова «продажи» не нужно, и после прочтения этой книги вы сами убедитесь в этом. Давайте по порядку во всём разберёмся.

Советую почитать книги:

Максим Батырев

«45 татуировок личности»

«45 татуировок менеджера»

Глава 2

Я не умею продавать!

Наши убеждения влияют на нашу жизнь постоянно, либо улучшая её, либо ограничивая. Не осознавая механизмов, мы порой, словно рыбка, попавшая в невод, не можем сдвинуться с места. И ограничивающее убеждение «Я не умею продавать» звучит громко и часто. Я знаю, что это не так. Вы все умеете и сами не подозреваете об этом. Помните фразу из фильма «Бриллиантовая рука»: «Каждый человек способен на многое, но не каждый человек знает, на что он способен». Мы с вами должны понимать, что сегодня весь мир держится на товарных отношениях. И если бы их не было, давно бы всё поглотили войны. И люди, которые обучились этому навыку, зарабатывают больше всех. Но волнует человека не это. Он даже не «не умеет продавать». Он, скорее всего, боится это делать.

В продажах правильное мышление имеет решающее значение. Изменить ваше мышление непросто, но, как только вы преодолеете эти ментальные препятствия, вы, вероятно, увидите заметную разницу в ваших результатах. Однако прежде чем вы сможете преодолеть эти негативные убеждения, вам нужно их идентифицировать, то есть выявить.

Давайте попробуем разделить трудности продаж условно на две части:

1. Ваши личные «установки» (страхи, запреты, тревожность, стыд... так далее)

В этом случае для того чтобы побороть эти преграды нужно быть уверенным в себе, убрать все страхи и произвести первое впечатление суперспециалиста. Каждый человек испытывал состояние волнения, мандраж и начинал заикаться, и вообще можно забыть, о чём хотел сказать, всё это мешает нам продать, и никакая техника уже не поможет, если вы сами стоите, дрожите и не уверены в себе. Никто ничего не захочет у вас приобрести абсолютно точно!

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.