

#БИЗНЕСРОМАНТИКА



ANASHKOV

good decision

~~Менеджер~~

ЧЕЛОВЕК
СЛЫШАЩИЙ

Павел
АНАШКОВ

Павел Анашков

**#Бизнесромантика. Менеджер
человек слышащий**

«Издательство «Перо»

2021

УДК 005.1(075.8)

ББК 65.290-2

Анашков П. А.

#Бизнесромантика. Менеджер человек слышащий /
П. А. Анашков — «Издательство «Перо», 2021

ISBN 978-5-00189-401-8

Общение – это взаимодействие субъектов друг с другом для получения ожидаемых результатов путем установления отношений. Умение общаться – основа коммуникации людей. Без общения, без умения слушать и слышать друг друга людям очень сложно, а порой и невозможно строить рабочие коммуникации, личные отношения, бизнес. Мы люди! Мы человеки! Мы должны уметь общаться. Эта книга даст вам ключи, которые помогут открыть для себя те двери, которые вы либо не замечали, либо безнадежно стучали в них, а теперь они вам откроются. Вы посмотрите по-новому на себя, на свою жизнь, на свой бизнес. Каждый сам для себя сделает собственное открытие! Ведь реальность, в которой живет каждый из нас, особенная, своя. Какими глазами человек смотрит на свою жизнь, на команду, с которой или в которой работает, зависит только от самого человека. Кто я, что я и зачем делаю, что такое команда, как быть с клиентом на одной волне и что же такое #бизнесромантика – ответы на эти вопросы вы получите на страницах данной книги. В формате PDF А4 сохранён издательский дизайн.

УДК 005.1(075.8)

ББК 65.290-2

ISBN 978-5-00189-401-8

© Анашков П. А., 2021

© «Издательство «Перо», 2021

Содержание

Заметки на полях	7
Ключ № 1	8
Ключ № 2	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Павел Анашков
#Бизнесромантика. Менеджер
человек слышащий

© Анашков П.А., 2021

* * *

Заметки на полях

Идея написать книгу об отношениях клиента и менеджера витала в голове очень давно. Мне всегда было интересно общаться с людьми, просто говорить ни о чем и на серьезные профессиональные темы. Ведь каждый человек – это целый мир, интересный, непознанный, многогранный. Почему общение – это важнейший момент коммуникации людей? Да потому что, без общения не было бы и нас. XXI век убивает нас своими гаджетами, социальными сетями, интернетом – люди все меньше общаются в реальной жизни и все больше уходят в жизнь виртуальную: там им проще. В виртуальной жизни нет комплексов, там можно поставить любую аватарку – хочешь крутого мачо, хочешь красотку с 4-м размером груди, далее копируем умные словеса и предложения, лайкаем, репостим, ведем обзорчики и собираем подписчиков. И знаете, куда ведет этот путь? В НИКУДА! Почему я говорю об этом, казалось бы, книга-то об отношениях клиента и менеджера... А все очень просто – мы все люди, мы все с планеты Земля. У нас у всех есть комплексы, которые мы пытаемся умело или неумело спрятать за экраном или трубкой телефона. Люди стали бояться реального общения. Люди замкнуты. Вы замечали, например, что с появлением интернет-магазинов или касс самообслуживания люди стали охотнее идти туда и заказывать там. А что, удобно. Потыкал кнопкой, товары в корзине, заполнил адрес – вуаля! Заказ готов! Далее минимальное общение с оператором по согласованию даты, времени и адреса доставки. Точка. Жирная точка. Черненькую картинку я вам нарисовал, не правда ли?

Но не все так плохо, мир пока еще не окончательно деградировал. Есть клиенты, которые охотно звонят, переходя по рекламе в интернете в ваш магазин. Чаще всего это сферы бизнеса, в которых невозможно просто покинуть товары в корзину и ждать доставку. Это относится к таким серьезным направлениям, как строительство, сфера услуг, например консалтинг, или юридические услуги, то есть, другими словами, те сферы, в которых нужно думать головой и говорить ртом.

А для того, чтобы продавать в этих сферах, нужно уметь говорить, для того чтобы говорить – надо уметь слушать, чтобы уметь слушать – надо уметь слышать! **Формула успешного менеджера – слушать клиента – слышать клиента – говорить на понятном клиенту языке.** Как только вы услышите задачу клиента, поймете ее и дадите верное решение данной задачи, причем быстро, качественно и ожидаемо бюджету, сформированному в голове клиента, – вы будете успешным менеджером, а клиенты будут вас любить!

Ну что же, готовы слушать и слышать? Тогда слушайте, друзья мои!

Ев. от Матфея: 9 Кто имеет уши слышать, да слышит!

Ключ № 1

Обещай клиенту чуть меньше того, что ты можешь для него сделать. После этого, когда ты сделаешь для него чуть больше, чем обещал, он тебя полюбит, доверится и отблагодарит!

*«С деньгами нужно расставаться легко, без стонов...»
Из фильма «Золотой теленок»*

Общение с клиентом зачастую строится на некоей игре «Кто кого». К нам в компанию обращаются с просьбами, задачами, вопросами около 50 клиентов в день. И все они разные, и у всех свои вопросы и задачи. Но что бы ни искал клиент, он в первую очередь хочет **ВЫГОДНО** купить, а задача менеджера совершенно противоположная – **ВЫГОДНО** продать. Казалось бы, несовместимые задачи, а нет, мы ежедневно их решаем. Вот, например, вы обсуждаете товар, согласовываете цену, естественно, максимально не прогибаясь по ценнику (мы же с вами не любим демпинг), и вот вы высылаете коммерческое предложение клиенту, перезваниваете ему – дошло ли оно по электронной почте, он говорит – да, дошло. Вы уже потираете ручки в предвкушении, что вам летит миллион... а клиент говорит – спасибо... я подумаю...

Такой ответ клиента – это практически ваш провал. Клиент мониторит рынок, и если бы ваше предложение его на 100 % устроило, он бы сказал – да, отлично! Оплачиваю.

Ваши действия: а) расплакаться и убежать; б) сказать все, что вы думаете про этого клиента (естественно, заблаговременно положив трубку телефона); в) помахать ручкой квартальной премии; г) взять себя в руки и действовать!

Предлагаю все-таки взять себя в руки и действовать. У нас был клиент, который решил построить детский акваклуб. Естественно, у него, кроме денег и желания «замутить бизнес» (цитирую), не было ничего! Как устроен бассейн, какие нормы, что такое СанПин, почему фильтры должны быть с высокой (более метра) засыпкой... НИ-ЧЕ-ГО не понимаю, **НО ХОЧУ!!!** И, естественно, как? побыстрее и подешевле. Мы поговорили в целом о концепции, об этапах строительства, проектировании, обслуживании, сделали «пристрелочную смету» по основному оборудованию +/- километр, как говорится, и выслали ему. Человек пропал на неделю. Мы ему через неделю таки дозваниваемся узнать, как, чего, и клиент заявляет – **У ВАС ДОРОГО!** Как? Чего? Что? У вас есть какие-то предложения? **ДА!** Я **ОТПРАВИЛ ВАШ СПИСОК ОБОРУДОВАНИЯ В НЕСКОЛЬКО ОРГАНИЗАЦИЙ, И МНЕ ДАЛИ БОЛЕЕ НИЗКУЮ ЦЕНУ.**

Задаю вопрос. А почему же вы тогда там не приобрели оборудование? **Ответ – а они не общаются так, как вы!** Они говорят – продать этот список можем за столько-то денег. **ТОЧКА.** И я стал понимать, что клиент пришел в нашу компанию за **КОМПЛЕКСНЫМ РЕШЕНИЕМ СВОЕГО ВОПРОСА**, а не просто купить что-то по списку, как в продуктовом магазине. Клиенту нужно понимать процесс «от и до», ему нужны специалисты, которые и расскажут, и объяснят, и сделают.

Далее клиента мы вели полностью – начиная от поиска помещения, проведения экспертиз, консультаций по любым вопросам, подключения смежных организаций по обустройству вентиляции и противопожарной системы. Естественно, была продажа оборудования **по выгодной для нас цене** – и клиент готов был платить, потому что он вошел в зону комфорта и доверия к нам как специалистам, он понял, что его не обманут и реализуют его проект! А начиналось все просто с коммерческого предложения, такого же, как и у многих. Но мы сде-

дали больше, чем ожидал клиент! Мы дали ему комплексное решение, а не просто продажу оборудования.

Ключ № 2

В клиенте в первую очередь нужно видеть человека, а не кошелек. Чувствуй клиента, стань его лучшим другом – и он сам отдаст тебе все и даже больше!

«Не верю!»

Станиславский К. С.

Многие менеджеры делают фатальную ошибку. Они любого клиента рассматривают не как человека, а как кошелек с деньгами. Менеджеру чаще всего не важно, о чем думает клиент, какие у него могут быть проблемы, вопросы, задачи, помимо покупки того или иного продукта в данную секунду времени. Задача у большинства менеджеров чаще всего одна – выполнить план продаж и получить свои бонусы. Да, зарабатывание денег – это важно, естественно, без этого банально не выжить, и у всех есть семьи, у всех есть дети, кредиты. Но в работе менеджера, как и в театральном искусстве, должна быть «сверхзадача». Сверхзадача – термин, введенный К. С. Станиславским для обозначения той главной цели, ради которой создается пьеса, актерский образ или ставится спектакль. То есть у каждого менеджера должно быть понимание и осознание того, для чего он работает на данной позиции, какие у него цели и задачи. Он не просто должен «обдирать» клиентов как липок, втюхивать им ненужные опции, максимально раздувая размер чека. Менеджер должен чувствовать клиента, говорить с ним не только о продукте, но и на сторонние темы, узнавать клиента со всех возможных сторон, стараться понять его потребности и предложить ему лучшее решение его вопроса или задачи. И часто получается игра «в долгую» – клиент может не купить ваш продукт или услугу в день обращения, но обязательно запомнит ваш профессионализм, качество оказанных услуг и обязательно вернется к вам! Он будет обращаться именно к вам и рекомендовать вас всем и каждому при любом удобном случае. Он будет доверять вам именно потому, что вы отнеслись к нему по-человечески, а не просто как кошелек с деньгами. Ни в коем случае не пользуйтесь своими знаниями, умениями, навыками в корыстных целях. Не умалчивайте и не вводите в заблуждение клиентов. К примеру, у вас на складе залежался товар, на него запускают акцию с суперскидками! И менеджеры рассказывают об этом суперпродукте, клиенты верят и в итоге покупают этот неликвид... Потом пишут негативные отзывы, меняют или сдают эти товары, в общем, мнение о магазине, а иногда и о отдельно взятом менеджере испорчено! Тут как нельзя лучше подойдут слова Василия Макаровича Шукшина: *«Если у тебя получилось обмануть человека, это не значит, что он дурак, это значит, что тебе доверяли больше, чем ты этого заслуживаешь»*

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.