

# ПРОДАЖИ ЭТО SERVICE

книга-тренинг для руководителей



ИЗДАН  
ИЗДАТЕЛЬСТВОМ



[KOKORIN2.RU](http://KOKORIN2.RU)

Екатеринбург, 2013

# Максим Александрович Кокорин Павел Артемович Эрзяйкин Продажи это сервис

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=10262615](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=10262615)*

## **Аннотация**

Книга про сферу услуг и людей, которые в ней работают. В ней вы найдете ответы на вопросы как мотивировать персонал сферы сервиса, как доносить просто и эффективно ценность обслуживания гостей и клиентов, как зарабатывать чаевые регулярно, как делать продажи деликатно, без агрессии и шаблонов. Авторы предлагают новый подход в продажах, который они называют словом "человекоориентированность", что заменяет собой старые представления о "клиентоориентированности" в бизнесе Всем директорам, управляющим и менеджерам сферы сервис

# **ПРОДАЖИ ЭТО SERVICE**

Книга-тренинг для руководителей

Авторы

**Павел Эрзяйкин**

*Автор и ведущий бизнес-тренингов "Самоменеджмент", "Школа тренеров", "Энергия денег", "Присутствие", "Алтай", "Управление персоналом сферы сервиса", мастерская "Сон и сновидения",*

*"Новое родительское собрание", "Супружество как партнерство"*

**Максим Кокорин**

*Директор «Центра новых возможностей».*

*Ведущий тренингов «Сервис, который продает» и «Первые лица».*

*Автор интернет-проекта #Монстрычтения, блога kokorin2.ru*

*Соавтор книг: "Три фундаментальных закона сервиса", "Продажи – это service", "Измени свои привычки за 21 день"*

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

**ГЛАВА 1    ЗАЧЕМ БЫТЬ ВНИМАТЕЛЬНЫМ**

**3**

**ГЛАВА 2    ЛУЧШИЙ СПОСОБ КАК МОТИВИРОВАТЬ**

# СОТРУДНИКОВ

4

ГЛАВА 3 ДВЕ ПРИЧИНЫ БЫТЬ ЛИДЕРОМ

5

ГЛАВА 4 ДИСЦИПЛИНА НИЧЕГО НЕ СТОИТ

6

ГЛАВА 5 КОГДА КРЕАТИВИТЬ ВРЕДНО

7

ГЛАВА 6 ЭВОЛЮЦИЯ КАЧЕСТВА

8

ГЛАВА 7 СКИДКИ – ЭТО НОНСЕНС

9

ГЛАВА 8 ЗА БАЗОВОЕ КАЧЕСТВО Я НЕ ПЛАЧУ

10

ГЛАВА 9 КАК ПОВЫСИТЬ ЦЕННИК

12

ГЛАВА 10 КАК ДОБИТЬСЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОТ СОТРУДНИКОВ

13

## ГЛАВА 11 НЕДЕНЕЖНАЯ МОТИВАЦИЯ

15

## ГЛАВА 12 СТАНДАРТЫ НЕ ЗАВИСЯТ ОТ СМЕН

16

## ГЛАВА 13 ЗАЧЕМ НАМ РЕСТОРАНЫ

17

## ГЛАВА 14 ГЕНИЙ КОНТАКТА

18

## ГЛАВА 15 КАК БЫТЬ 100 % НА РАБОТЕ

20

## ГЛАВА 16 КАК МАНИПУЛИРОВАТЬ РЕЗУЛЬТАТОМ

21

## ГЛАВА 17 ЗВЕЗДНАЯ БОЛЕЗНЬ

22

## ГЛАВА 18 ЧЕГО ХОТЯТ ВАШИ СОТРУДНИКИ

24

ГЛАВА 19 КТО ВАШ ЕДИНСТВЕННЫЙ КЛИЕНТ  
26

ГЛАВА 20 ЗАТРЕНИРОВАННЫЕ КОМПАНИИ  
28

ГЛАВА 21 КАК СОВМЕСТИТЬ НЕСОВМЕСТИМОЕ  
29

ГЛАВА 22 КАК ЧЕК-ЛИСТ ПОМОГАЕТ В РАБОТЕ  
31

ГЛАВА 23 ОЖИДАНИЯ НЕ РАБОТАЮТ  
32

ГЛАВА 24 УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЗАКОН УНИКАЛЬНОСТИ  
34

ГЛАВА 25 НАША ФОРМУЛА РЕЗУЛЬТАТА  
35

ГЛАВА 26 ПОЧЕМУ ВСЕ ХОТЯТ РАБОТАТЬ У ВАС  
37

ГЛАВА 27 ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ В СЕРВИСЕ

ГЛАВА 28 ПРАВИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НЕ РАБОТАЮТ

40

ГЛАВА 29 VIP-КЛИЕНТЫ

41

ГЛАВА 30 НЕ ПРОДАВАЙТЕ КЛИЕНТАМ

42

ГЛАВА 31 МЕТАФИЗИКА ЛИДЕРСТВА

43

ГЛАВА 32 СКИДКИ И ГАРАНТИИ В СЕРВИСЕ

44

ГЛАВА 33 ПОСТОЯННЫЕ КЛИЕНТЫ

45

ГЛАВА 34 СТУДЕНТЫ

46

ГЛАВА 35 КАКОЙ ОН – БИЗНЕС БУДУЩЕГО?

47

# ГЛАВА 36 ТРЕТИЙ ЗАКОН СЕРВИСА: ЛЮБОВЬ

## 48

### ГЛАВА 1

## **ЗАЧЕМ БЫТЬ ВНИМАТЕЛЬНЫМ?**

*«Внимание к деталям в огромной степени определяет успешную реализацию бизнес-идей»*

*Ричард Брэнсон*

Проще всего это объяснить на примере с автомобилем. Что, если я теряю внимание, и мне кажется, что я супер водитель? Вселенная меня возвращает и показывает, что это не так и что внимание терять не стоит. В любой момент, как только мы выключаемся из процесса жизни, мы теряемся, мы становимся «роботами». Изо дня в день вы делаете одну и ту же работу. Но это не повод становиться невнимательным и предсказуемым. Пуджарий в Индии – это человек, который три раза в день костёр разводит. Он делает это пятнадцать-двадцать лет каждый день. Каждый раз, делая это, он искренне удивляется, потому что костёр никогда не бывает одним и тем же. И каждый день он стареет на один день. Та мантра, которую он пел вчера, сегодня звучит совсем по-другому. Люди меняются, и всё вокруг меняется. Если я не вижу этих изменений – я заснул как минимум.

## ГЛАВА 2

# ЛУЧШИЙ СПОСОБ КАК МОТИВИРОВАТЬ СОТРУДНИКОВ

*«Заниматься обслуживанием клиентов должны все. Клиенты судят о сервисе по каждому человеку, с которым им приходится контактировать»*

*Карл Сьюэлл и Пол Браун*

Проще всего мотивировать собственным примером. Готовность руководителя не только рассказать, но и быть таким. Если этого нет, то есть за твоими словами нет некой реальности, нет переживания, которое, рассказывая, ты готов показать – не работает ничего. Тогда получается, что ты умничаешь и вечно всем недоволен, а сотрудники на тебя обижаются, обсуждают «за глаза» и не работают. Иногда нам кажется, что нам ясно, но до сотрудников мы донести не можем и не получаем нужный эффект. Или в моём ощущении появилось, что я такой умный и всё знаю, и я доношу это, к примеру, высокомерно. В этом случае, конечно, будет сопротивление. Такой подход тоже плохо работает.

## ГЛАВА 3

# ДВЕ ПРИЧИНЫ БЫТЬ ЛИДЕРОМ

*«Если человеку противно (или стыдно) обслуживать, пусть работает сторожем на пустыре»*

*Евгений Чичваркин*

Хочется донести в нашей новой книге, что высшая сте-

пень лидерства – это и есть сервис. Сервис и служение – это должно быть в радость. Когда я нахожусь в этом потоке изменений, мне никогда не может быть скучно. То есть одно исключает другое.

И второе – здорово, когда Клиент приходит ко мне, и не важно, каким он приходит, а уходит таким, каким мне нужно. И приходит вновь, а я управляю этим контактом как художник. Уместно, необходимо и достаточно. Чуть где-то я зарисовался, задумался, застрял, залип – всю картину испортил. Понятно? Чуть-чуть где-то стал навязчивым больше, чем сейчас надо. Это тонкое чутьё, тонкая грань, которая идёт в любых отношениях, и есть мастерство, искусство контакта. То есть сначала создаем отношения с Клиентами, а дальше учимся ими управлять.

## ГЛАВА 4

### **ДИСЦИПЛИНА НИЧЕГО НЕ СТОИТ**

*«Дисциплина – мать победы»*

*Суворов Александр Васильевич*

На корпоративных тренингах участники не любят слово «дисциплина». Все воспринимают это как необходимость подчиняться. Это делать неохота, трудно и тяжело. Первое желание, с которым человек сталкивается, – это не делать этого. Либо изменить, перевернуть это по-своему и делать так, как ему удобно. То есть полное непонимание этой идеи и термина, который лежит в основе любого успешного биз-

неса. И особенно сервиса.

Всё, что относится к необходимым условиям, к дисциплине, принимается всеми сотрудниками как необходимое. А это может приняться, когда они понимают, что это именно необходимые условия. Все необходимые условия требуют принятия. Принятие – это ноль сопротивления и обсуждения. Как правило, это делается на входе человека на предприятие, то есть во время собеседования. Вы можете выставить любые условия как необходимые. Это своего рода фейс-контроль в вашу компанию. Если человек идёт на новое предприятие – он готов к изменениям. Это самая важная и главная часть, которую обычно пропускают. Если у человека это не сходится с его принципами, то он уходит сразу, и время на него не тратится. И очень важный момент – это не оплачивается компанией. Если вы продолжаете тратить деньги на поддержание дисциплины, то это глупо.

Всё, что относится к дисциплине, не оплачивается. Настолько это само собой разумеется. Приведём примеры, чтобы это могло быть на вашем предприятии. Например, я кушаю в ресторане, и меня спрашивают: «Вкусно было?»

Если я кушаю в ресторане – это должно быть вкусно. Если вкусно – это значит, что не испортили продукты. Это достижение что ли? Если это свежее мясо, свежая зелень, то это не может быть невкусно само по себе.

Спросите еще: «У нас чисто?» или «У нас хорошо пахнет?»

## ГЛАВА 5

### **КОГДА КРЕАТИВИТЬ ВРЕДНО**

Если мы говорим об управлении, то там есть необходимые условия. Такие условия не стоит обходить, и здесь творчество вообще неуместно. Творчество является полной глупостью в этих вопросах – в вопросах, которые относятся к дисциплине. Необходимое условие, чтобы все функционировало, работало, и результат был достигнут, получило название «дисциплина». Дисциплина – это необходимое условие, чтобы бизнес работал, и его не обойти. Точка. Приведем пример с двигателем внутреннего сгорания. Если в качестве топлива креативщик выберет варенье, потому что оно красивое, вкусное и не так воняет, то машина не поедет. Он её сломает, вам скажет, что хотел, как лучше, он изо всех сил старался, но машина не поедет. Всё должно быть на своём месте, иначе функционировать бизнес не будет.

# 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.