

БИЗНЕС - КЛАСС

СЕРИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РУКОВОДСТВ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Панюков Ю. В.

РУКОВОДСТВО КОНСУЛЬТАНТА ПРЯМЫХ ПРОДАЖ



Юрий Валентинович Пинкин

Руководство консультанта прямых продаж

авторский текст

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=165591

Аннотация

В данной книге автор попытался показать обычные вещи под нестандартным углом зрения, систематизировать знания, которые известны каждому человеку, но скрыты под спудом общественного мнения и бытовой рутины. «Необходимо вырваться из комы заученного мышления» – таков лейтмотив этой книги. Рассчитана как на профессионалов своего дела, так и на людей, желающих войти в один из самых перспективных секторов рынка и просто изменить свой стиль жизни.

Содержание

ОТ АВТОРА	4
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	6
ОТЗЫВЫ ЧИТАТЕЛЕЙ НА ПЕРВОЕ ИЗДАНИЕ	10
ПРЕДИСЛОВИЕ	12
ГЛАВА 1. АКТИВНАЯ ЖИЗНЕННАЯ ПОЗИЦИЯ	14
ГЛАВА 1.1 КОЛЛЕКТИВНОЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ	14
ГЛАВА 1.2 ВЕЧНАЯ МИФОЛОГИЯ	16
ГЛАВА 1.3 КОРПОРАТИВНЫЙ РЭЖЕТ	19
ГЛАВА 1.4 ЗАКОН ТВОРЧЕСКОГО ИМПУЛЬСА	22
ГЛАВА 1.5 СЕВЕРНЫЙ ВЕТЕР СОЗДАЛ ВИКИНГОВ	26
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Юрий Пинкин

Руководство консультанта прямых продаж

ОТ АВТОРА

Этот курс обучающей программы явился результатом многолетней практической работы автора данного пособия, как в традиционном бизнесе, так и в структурном, Применение курса на практике показало его эффективность при работе с представителями различных направлений бизнеса.

Автор подходит к работе консультантов именно как к бизнесу, предполагая, что консультанты осуществляют свою деятельность в целях удовлетворения потребностей людей, а значит, и в целях удовлетворения своих потребностей через получение прибыли.

Любые консультанты действуют, осуществляя контакты и продвигая информацию, то есть работают в бизнесе коммуникаций. Поэтому им необходимо понимание основ и самой сферы работы, и этико-психологических аспектов деятельности, и менеджмента как искусства управления собой и клиентом, и других важных знаний, которые должны быть трансформированы в навыки и умения.

Информирование консультантов обо всём вышесказанном и помощь им в формировании и развитии рабочих качеств является одной из основных целей курса.

Автор выражает глубокую благодарность всем людям, встретившимся на жизненном пути и помогшим в своём становлении.

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Предлагаемая вашему вниманию книга написана нешаблонно, читается с интересом. Она нужна как человеку, только знакомящемуся с основами бизнеса, так и профессионалу.

Ценным в данном пособии является концепция высокоэффективного человека. Обычно работы такого рода, прежде всего, показывают особую роль экономического субъекта в мире вещей и машин. Здесь же мир бизнеса – это мир живых людей, а сообщество производителей – это сложные социально-психологически организованные миры.

Управление мотивами, интересами одного человека как единицы в бизнесе – это сложный процесс, но несоизмеримо сложнее психология социума, бизнесколлектива. И именно это находится в центре внимания курса.

Другой центр внимания – потребитель. Умение работать с клиентом – основа высокоэффективной деятельности любого участника современного рынка. И знание психологии здесь – ключ к успеху.

Экономическая психология – это то, что присутствует в данной работе панорамно, представлено в разных аспектах практической деятельности. В этом плане работа имеет большую практическую ценность для менеджеров всех уровней и экономистов.

Кандидат экономических наук, доцент С.А. Чернов.

Эта книга интересна тем, кто заинтересован в формировании в нашей стране культуры предпринимательства, получения необходимых знаний психологических закономерностей, которые позволят регулировать и строить отношения с людьми, глубже понимать и оценивать мотивы поступков окружающих. Ведь современный рынок предъявляет повышенные требования к качеству психологической подготовки специалистов.

Необходимость таких знаний обусловлена постоянным обновлением и расширением запросов граждан нашего общества. Учебные заведения до сих пор не готовят в должной мере специалистов, специализирующихся в области психологии бизнеса, что приводит к необходимости набирать эти знания буквально «на ходу». Сейчас все чаще звучит потребность привлечения в гражданский процесс профессионалов в качестве экспертов и консультантов различных секторов рынка.

Цель этой книги состоит в том, чтобы донести до читателя комплексные представления о формировании навыков и умений решения социально-этических и профессионально-психологических задач в ходе осуществления практической деятельности. А также формирования представления о сущности правоприменения организации работы, расшире-

нии эрудиции и углублении практической подготовленности будущих специалистов.

Психолог, юрист Т. Г. Чебоньян

Если Вы хотите стать лучшим, то обязательно прочитайте эту книгу. Но сначала, нужно убедить себя, что это нужно! И метод аутотренинга «я хочу быть лучшим, я буду лучшим», здесь не подойдет, хотя и это тоже не будет лишним.

Главное нужно понять, что цель – это стремление, средство – это способности, результат – это смысл.

И все это можно найти в этой книге, в которой сложные проблемы раскрыты доступно и просто для каждого, кто хочет быть лучшим. И тогда Вы сможете, что самое важное для менеджера (читай управленца) принимать самостоятельно решения по Вашим задачам и проблемам, предлагать решения по задачам и проблемам Вашего предприятия, Вашей компании. А это будет только началом, так как путем тщательной подготовки можно улучшить качество решения и уменьшить возможность ошибок.

И Вам скажут спасибо, что Вы исключили необдуманные, слепые, эгоцентрические, «гениальные» (читай только по вдохновению или интуитивно), самодовольные, глупые и упрямые решения. Конечно, ошибки будут, но задачи, в том числе, и этой книги, свести их к минимуму.

Итак, берем острозаточенный карандаш, открываем кни-

гу и читаем ее, помня, что имеются поля для Ваших восклицательных знаков и вопросов.

кандидат философских наук, действительный член-корреспондент Академии Гуманитарных Наук г. Санкт-Петербург

И.В. Волковыский

ОТЗЫВЫ ЧИТАТЕЛЕЙ НА ПЕРВОЕ ИЗДАНИЕ

От всей души благодарю за прекрасную работу. Ваша книга **«Руководство консультанта прямых продаж»** потрясла меня. Меня трудно удивить новой информацией на эту тему. Но эта высший пилотаж. Кратко, четко, лаконично, абсолютно понятно всем страждущим, и, главное, вовремя.

Во время чтения новые идеи сыпались как из рога изобилия. Вы обладаете великим даром проникать в самую суть вещей.

Позвольте Вас крепко обнять.

nik: nadnika

Приобрела Ваше **«Руководство консультанта прямых продаж»** в Интернет-магазине, вдвое переплатив за доставку – и не пожалела ни одного потраченного рубля.

Книга прекрасная, именно то, что надо человеку, решившему не просто встать на путь *консультанта прямых продаж*, но и чего-то на этом пути добиться.

Подкупают четкость изложения, компетентность, юмор, тонкий, временами настолько, что вроде и не видно, только чувствуется. А самое главное – никаких соплей и жевания, и рекомендаций к этим соплям.

Расшифровываю: возможно, мне просто не везло,

но **90%** презентаций на «холодную» аудиторию, на которых мне доводилось присутствовать, были рассчитаны не на нормальных людей, а на маньяков. Я называю их – «пионерское собрание».

Человек, способный к серьезной работе на сетевом рынке, может ли купиться на подобное: скандирование лозунгов, слезливые признания в любви к благодетельствовавшей их компании, интервью о том, как «еще вчера Имярек собирал по помойкам бутылки, а сегодня он приехал к нам на Мерседесе» (не иначе, как найденном на той же самой помойке, судя по внешнему виду).

Лично я планирую работать с более-менее умными людьми, а такие люди полны скептицизма. Их не купишь на дешевку, им нужны ну конечно не поток цифр и мудреных слов, но реальность, на которую они могут рассчитывать, а также то, почему эта реальность может быть для них привлекательна.

В качестве источника информации для подобных презентаций, а еще – последующих семинаров. Ваша книга – ТО, ЧТО ДОКТОР ПРОПИСАЛ.

Уже подумываю – не взять ли мне Вашу книгу оптом, не благодетельствовать ли окружающие массы по разумной цене?

Вот так. Еще раз спасибо за отличную книгу, надеюсь, она не единственная и не последняя.

С капиталистическим приветом из самой глубокой провинции

nik: s_molochko

ПРЕДИСЛОВИЕ

На современном рынке складывается ситуация, когда брать «готовых» специалистов просто негде: выпускники вузов абсолютно не готовы к реальной работе, а немногочисленные профессионалы знают себе цену и соглашаются поменять работодателя только в случае значительного увеличения компенсационного пакета. Именно поэтому все больше передовых компаний и предприятий делают ставку на развитие существующего персонала.

Все меньше и меньше руководителей задают вопрос: «Что толку, если я обучу сотрудников, затратив на это свои средства, а они потом уволятся?». Все чаще говорят: «Что будет, если я *не* обучу сотрудников, а они потом останутся работать?».

Часто благие начинания отдельно взятых директоров по персоналу оканчиваются ничем только из-за того, что линейные менеджеры считают обучение исключительно функцией **HR**-службы, не видят и не понимают своей роли в этом процессе. В силу этого также технический персонал и работников ИТР неадекватно и некорректно оценивают потребности и задачи корпуса менеджеров, которые, по сути, и приносят доход фирме, и, кстати, зарплату вышеназванным специалистам.

Невозможно говорить о пользе обучения, если оно не ве-

дет к улучшению работы компании в целом, то есть не является средством достижения стратегических целей организации. В систему внутрифирменного обучения должны быть привлечены *все* категории работников, а сама система обучения должны быть четко привязана к актуальным целям и потребностям компании.

Вне зависимости, говорим ли мы об обучении одного человека или всех сотрудников организации, о подготовки кандидата на руководящую должность или адаптации новичка, о разовом мероприятии или непрерывном обучении.

Помимо чисто технического повышения своего уровня существуют также и косвенные эффекты обучения – оно повышает лояльность сотрудников, способствует созданию благоприятного имиджа компании, как среди деловых партнеров, так и среди населения региона.

ГЛАВА 1. АКТИВНАЯ ЖИЗНЕННАЯ ПОЗИЦИЯ

ГЛАВА 1.1 КОЛЛЕКТИВНОЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ

Общество культивирует миф о том, что школьные успехи и академические награды, автоматически приносят финансовый *успех*.

Правдой является то, что обычные люди с высшим образованием зарабатывают несколько больше, чем обычные люди со средним образованием. Однако у большинства людей, достигших *успеха*, схоластические достижения играют меньшую роль.

Одним из примеров тому Соичиро Хонда, основатель автомобильной компании, носящей его имя. Его исключили из технической школы. Он говорил: «*Другие ученики запомнили уроки, а я сравнивал их с моим практическим опытом. И я, вероятно, не смогу сдать вступительные экзамены в свою собственную компанию*».

Студенты-отличники работают на посредственных. Студенты-хорошисты работают за зарплату. **Обычно по средствам живут посредственно.**

В четырнадцать лет один вундеркинд бросил школу и стал чемпионом США по шахматам, в пятнадцать – самым молодым в истории гроссмейстером.

В прежние времена кто-то в шестнадцать лет командовал полком, в тридцать армией, а один в двадцать семь стал премьер-министром.

Эти примеры вдохновляют. Но следует иметь в виду: мужчины этой категории расставались со школой гораздо раньше, а женились, как правило, (если вообще решались на брак) гораздо позже. Заметим, что многие другие, выбрав такой путь – кончили тюрьмой.

Случалось, что за плечами тридцатидвухлетнего генерала десятилетний опыт командования войсками. Увы, этот идеал труднодостижим, ибо безумное количество времени уходит на академическое обучение.

Сегодня не очень многие имеют достаточного вдохновения, чтобы попробовать проверить слова о независимости и последовать за своим *успехом*, а не выслушивать чужое мнение, тормозящее развитие.

ГЛАВА 1.2 ВЕЧНАЯ МИФОЛОГИЯ

– Миф 1-й:

«Я никогда ничего не продавал».

– Факт 1-й:

Возможно, что не *каждый* человек может продавать *всё*. Например, не *каждый* может продавать инвестиции.

Но! *Каждый* ребенок может *продавать* (послушание в обмен на конфету). *Вы* можете *продавать*. *Мы все* рождены, чтобы *продавать*. *Каждый* обладает прирожденным талантом *продавать*.

– Миф 2-й:

«Нужно быть в достаточной степени подготовленными для того, чтобы овладеть каждым навыком и обладать всеми талантами, которыми должен обладать консультант-профессионал».

– Факт 2-й:

Но это невозможно! Такого человека не существует!

Секрет успеха не в профессиональной подготовленности, точнее, *«натасканности»*, с технической точки зрения. **Мы не должны быть всем для всех. Нам следует быть лишь самими собой, понимать и принимать себя такими, какие мы есть, и использовать это знание для превращения наших сильных сторон в доходный капитал.**

Попытки преобразовать свои *слабые* стороны в *сильные* –

пустая трата времени. Выявление того, что вы можете делать **ХОРОШО**, и умение воспользоваться всеми преимуществами этих сильных сторон уже является достаточным.

– **Миф 3-й:**

«*Все продавцы – жадные торгаши*».

– **Факт 3-й:**

Вокруг нас есть люди, (вы можете быть одним из них), которые при выборе профессии или объекта знакомства ставят тех, кто занимается *продажами*, ниже уборщиков общественных туалетов или подопытных кроликов, используемых для ядерных испытаний.

Перво-наперво, если вы *боитесь*, что на вас могут смотреть под *таким* углом зрения, или если вы *сами* смотрите на себя подобным образом, то весьма трудно будет преодолеть это и вызвать у *других* к себе чувство уважения и доверия.

Ваш *страх* или нелюбовь к этой профессии будут отражаться на эффективности вашей работы.

– **Миф 4-й:**

«*Я находился в сфере продажи всю свою жизнь – здесь нет ничего, чего бы я ни знал*».

– **Факт 4-й:**

Считаете ли вы себя *продавцом* или нет, уроки относительно *продаж* невероятно ценны. Это те же самые уроки, которые помогают понять, чего же вы *хотите* от жизни.

То, что сработывало *вчера*, может не сработать *завтра*, поэтому профессионалы **ДОЛЖНЫ** все время учиться.

Одна из причин того, что одни *могут продавать*, а другие нет, не во врожденной способности *продавать* или случайной удаче, а в том, что одни динамично обучаются этому, а другие нет.

Да, есть и самородки, но их немного. Великих исполнителей обучают и консультируют, доводя до совершенства. А бездомные бродячие торговые агенты, которых не обучали и которые никогда не осознавали собственных сильных или слабых сторон, часто кончают тем, что умирают от голода, фигурально выражаясь.

Выработке полезных привычек и устранению мифов помогут четыре типа мыслей.

Существует четыре типа мыслей:

- воспоминания о прошлых страданиях, причинённых отсутствием денег;
- мысли о страданиях в настоящем, причиняемые отсутствием денег;
- представления о тех страданиях, которые вы испытаете в будущем, причиной которых будет отсутствие денег, если ваше финансовое состояние не изменится;
- и, наконец, мысли о том, что вас ждет, если вы будете обеспеченным человеком.

ГЛАВА 1.3

КОРПОРАТИВНЫЙ РЭКЕТ

Общеизвестно: *деньги к деньгам*.

Как говорят американские менеджеры: «*самые лучшие сделки достаются богатым, тем, у кого есть деньги, а не тем, у кого их нет*». Но если *нет* больших денег, то все, что могут получить оставшиеся, – это сделки, от которых отказались другие.

Во время учебы в школе учеников наказывают за *ошибки*. Так учат *бояться* делать *ошибки*. На самом же деле люди, которые продвигаются вперед, – это как раз те, кто делает больше всех *ошибок* и учится на них.

Допускать *ошибки* – значит учиться. Мы учимся ездить на велосипеде, падая и поднимаясь, снова падая и снова поднимаясь. Грех – сделать *ошибку* и ничему на этом не научиться.

Если я не буду делать *ошибок* в течение пяти лет, то не стану сообразительнее, чем был пять лет назад. Я всего лишь стану на пять лет старше.

Получение отказа и исправление ошибок = образованию и росту.

Умение принять отказ – это и есть начало образования.

В мире традиционного *бизнеса* превалирует такое отношение к *ошибкам*: если вы совершаете *ошибку*, вас *увольняют* или наказывают как-нибудь иначе. В мире **маркетинга** вас поощряют учиться на собственных *ошибках*, исправлять их и становиться более сообразительными – более зрелыми в ментальном и эмоциональном плане.

В корпоративном мире коммивояжеров, несправляющихся со своей задачей, *увольняют*. Другими словами, они живут в атмосфере *страха* потерпеть *неудачу*, а не в мире, где чему-то *учат*. Вот почему так много людей в корпоративном мире так и остаются *гусеницами*. Да и как может человек взлететь, если он всю жизнь живет в корпоративном коконе, плотно спеленатый *страхом* провала?

Большинство офисных менеджеров среднего звена или преподавателей на экономическом факультете не имеют никакого представления о том, *что* требуется для того, чтобы начать *бизнес* с нуля. Они не были предпринимателями, а

всегда *работали на других*. И не имели **никакого представления** о том, *какие* навыки требуются, чтобы выжить в джунглях делового мира, потому что *никогда* в эти джунгли и не заходили. Они всего лишь поменяли одни тепличные условия (школу) на другие, такие же тепличные условия (службу в больших корпорациях). Эти менеджеры не представляли себе жизни без надежного рабочего места и ограниченной зарплаты.

Другими словами, у большинства были *великие теории* относительно *бизнеса*, но очень незначительные *реальные навыки*, которые позволили бы создать *бизнес* из ничего и двигаться к приобретению благосостояния в мире *реально-го бизнеса*. Многие из них не смогли бы выжить без гарантированной зарплаты.

Богатыми делают навыки, а не теории.

Как только ты приобретешь навыки, ты будешь уметь это всегда.

ГЛАВА 1.4 ЗАКОН ТВОРЧЕСКОГО ИМПУЛЬСА

Рутинa – вид нищеты.

Преодолевая *рутинu*, мы усиливаем свою способность к переменам. Для этого надо выбраться из комы заученного мышления. Такое мышление не только лишает умственной гибкости, но и тормозит поток новых возможностей.

Нищета является результатом беспокойства, вносимого самим человеком в принцип преуспевания: *трезвый расчёт и внутреннее спокойствие*. И не понятна здесь первопричина. Когда человек, охваченный таким беспокойством, говорит: «**Я не смогу этого сделать**», он прав – ему *никогда этого не сделать*.

Бедность – это искаженное сознание, которое требует изменения.

Неудача – это всего лишь прекращение достижения.

Но, вместе с тем, *неудача* – это еще не конец. Это – незавершенное действие, которое может быть продолжено (а может, и нет).

Неудача – это просто конец старого с тем, чтобы что-то новое могло бы начаться. Не позволяйте своим прошлым действиям или чьим-то предсказаниям о *будущем* тормозить ваше движение вперед.

Преуспевание – это просто символ нормально функционирующей жизни. Это *закон творческого импульса*, который проявляется в виде нужных мест, ситуаций, событий, складывающихся в нужной последовательности для того, чтобы обеспечить нужной работой, приносящей спокойствие и стабильность.

«Побеждать – это привычка. К сожалению, проигрывать – тоже привычка».

Винс Ломбарди.

«Если вам приходится доказывать, что вы есть – значит, вас нет».

Маргарет Тэтчер.

Каждый шаг, который мы предпринимаем, идет только *вперед* во времени. Нельзя вернуться в *прошлое*. Авраам Линкольн сказал: **«Может быть, я иду медленно, но я никогда не оглядывался назад».**

Надо стоять в *настоящем* – *настоящее* более доступно, чем память о *прошлом* или фантазии о *будущем*.

«Предоставьте право мечтать черепахам».

Роберт Кийосаки.

Необходимо избавиться от поверхностного диалога и навязчивых идей. **Нельзя позволить прошлому бить вас по голове.**

Причиной *неудачи* является наше отношение к *прошлому*. Жить в *прошлом* – значит цепляться за непроизводитель-

ные отношения. Люди то постоянно возвращаются к нему, то копаются в нем, ищут что-то, что и найти невозможно. Это идет от *непрагматичности* ума, от пресловутого «авось», от *неуверенности* в завтрашнем дне. А *неуверенность* вызывает *промедление*. Человек впадает в состояние *нерешительности*, и тогда *настоящее* утекает от него. И тогда он оказывается в *прошлом*. Причем, тёмном, неумытом, безрадостном. Более того, он становится пленником *обстоятельств*.

Или это состояние идет от *сверхпрагматичности* ума, и человек оказывается в *будущем*, причем, опять же размытом и неконкретном, и *настоящее* снова ускользает от него.

Перечитайте авторов былых веков, Гоголя, например, и сравните с нынешней действительностью. Вы поразитесь многим совпадениям, поначалу ухохочетесь...

Закон творческого импульса требует действий. Действия предполагают *риск*.

Выставить свои мысли и чувства на суд толпы *риск* их потерять;

Стремиться к другому человеку – *риск* оказаться увлеченным;

Проявить свои чувства – *риск* показать свое истинное «я»;

Плакать – *рисковать* показаться сентиментальным;

Смеяться – значит *рисковать* показать свою глупость;

Любить – *риск* быть брошенным;

Надеяться – *риск* разочароваться;

НО самая большая опасность – не *рисковать* ничем.

Кто не *рискует*, кто не делает *ничего*, *ничего* не имеет, тот сам есть *ничто*.

Человек, скованный цепями своих убеждений, похож на раба, лишённого *свободы*. Если вы не готовы разумно *рисковать* – вы насаждаете *заурядность*. *Свободен* лишь только тот, кто *разумно рискует*.

Самый большой камень преткновения, о который спотыкаешься – *невежество*;

Самый большой разрушитель спокойствия – *болтун*;

Самый лучший город – там, где ты *преуспеваешь*;

Самая лучшая работа – та, которую ты *любишь*;

Самая нелепая *ошибка* – избежание самих *ошибок*;

Самая большая *ошибка* – потеря *надежды*;

Самая большая потребность – в *общении*;

Самое большое богатство – *здоровье*;

Самая нелепая черта – *самомяние*;

Самая худшая черта – *зависть*;

Самый лучший день – *сегодня*.

ГЛАВА 1.5 СЕВЕРНЫЙ ВЕТЕР СОЗДАЛ ВИКИНГОВ

Прошло сто лет со времен Зигмунда Фрейда. Его почитали и почитают, о нем дискутировали и дискутируют. Много, о чем говорил Зигмунд Фрейд, было дискредитировано сегодняшним днем. Но некоторые моменты, которые он сказал *тогда*,

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.