



ОЛЬГА КУЗНЕЦОВА

МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ

ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО
ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

Ольга Кузнецова

**Менеджер по продажам.
Практическое руководство
для начинающих**

«Издательские решения»

Кузнецова О.

Менеджер по продажам. Практическое руководство для начинающих / О. Кузнецова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-838739-5

Книга о том, как в кратчайшие сроки овладеть знаниями для проведения успешных продаж. Готовые шаблоны, 100% приемы закрытия продаж, психология продаж, этапы ведения переговоров, основы написания коммерческих предложений, работа с документацией и многое другое. Вы найдете в практическом руководстве для начинающих менеджеров. Выполняя задания, Вы шаг за шагом будете развивать свой профессионализм, увеличивать свой доход. Берите книгу и начинайте действовать!

ISBN 978-5-44-838739-5

© Кузнецова О.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
Благодарности	8
Глава 1. О Ваших клиентах замолвим слово	9
1.1. Здравствуйте, это я! Или установление контакта по телефону	9
1.2 Работа с КЛИЕНТСКИМИ БАЗАМИ	13
1.3 Мини-презентация компании	16
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Менеджер по продажам Практическое руководство для начинающих

Ольга Кузнецова

© Ольга Кузнецова, 2017

ISBN 978-5-4483-8739-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Вы держите в своих руках книгу «Менеджер по продажам. Практикум для начинающих». И наверняка задаетесь вопросом: а будет ли она мне полезна? Что еще нового я могу узнать о деятельности менеджера по продажам и о продажах вообще. Подойдет ли она мне?

Чтобы сэкономить Ваше драгоценное время, дорогой читатель, мы прямо сейчас ответим на эти важные вопросы.

Это книга, прежде всего, практическое руководство, которое будет полезно:

- Студентам, которым еще предстоит стать менеджерами
- Начинающим менеджерам по продажам
- Менеджерам, которые в продажах не один год, успели поработать в нескольких компаниях, но еще не нашли ту, где бы им хорошо работалось, тот товар или услугу, которую легко бы было продавать
- Руководителям отдела продаж
- Владельцам бизнеса, которые самостоятельно обучают новых менеджеров.

Для тех, кто ведет деятельность, прежде всего, в сферах B2B и в услугах, там, где много «холодных» звонков, где высокая конкуренция. Там, где новых клиентов найти все труднее и труднее и часто приходится заниматься переманиванием чужих клиентов Она будет полезна и тем, кто занят в сегменте B2C.

Что Вы найдете на страницах книги?

Рабочие материалы для менеджера по продажам. Основные шаблоны скриптов продаж, правила построения ответов на возражения и примеры ответов на самые основные, основы составления шпаргалок по товару и услугам, подготовка шаблонов продажи ценности, составление мини-презентаций и презентаций и многое другое. Посмотрите оглавление и решите, насколько Вам необходимы эти знания.

Все эти материалы пригодятся и руководителю продаж, владельцу бизнеса для Книги Продаж*¹ компании. Менеджерами не становятся, менеджеров рождаются. Просто это будет ВТОРОЕ РОЖДЕНИЕ.

Почему мы в этом уверены? Потому что создавали свой отдел продаж, занимались и занимаемся обучением менеджеров. Закладываем в умы и сердца основы работы, «скелет», который легко потом обрастает «мясом» техник, фишек и других, нужных и полезных вещей, которые легко усваиваются, когда есть понимание, что делаешь и для чего делаешь.

Я веду курсы менеджеров по продажам. Особенность их в том, что каждый обучающийся проходит практику у потенциального работодателя и затем выходит к нему на работу. Поэтому весь материал в книге прошел проверку в реальных условиях.

В конце каждой главы, каждого раздела – домашнее задание. Выполнять его нужно обязательно. Причем, не заглядывая вперед. Без выполнения заданий не будет результата. И книга останется одной из многих, которая была прочитана и осталась пылиться на книжной полке. Да правильная, да, конечно, полезная.

Вы же хотите результат, поэтому выполните все очень старательно. В этом случае книга принесет Вам хорошие дивиденды. Начинающий менеджер легко может поднять свои продажи на 50% в течение 1,5 – 2 месяцев. И это не предел, наши студенты делали прорывы в продажах гораздо серьезнее, увеличивая свои продажи на 200% уже во 2 месяц. Возможно, именно Вы сможете побить этот рекорд.

¹ <http://topprodazhi.ru/uslugi/konsalting/kniga-prodazh/>

Книги пишутся для того, чтобы помочь Вам стать лучше. А данное практическое руководство предназначено для того, чтобы Вы начали очень быстро подниматься по лестнице, ведущей к званию «ТОП менеджер». Вы же этого на самом деле хотите?

Если Вы, начинающий менеджер, выполните шаг за шагом каждое задание, внедрите в свою работу практические рекомендации, а затем начнете шлифовать и преумножать Ваши знания, то за три последующих года, а может и раньше, Вы заработаете миллион (А когда заработаете, обязательно напишите нам, чтобы мы включили Вас в наш список звездных менеджеров).

Вы сейчас на пороге своего успеха. Так дерзайте! Дорогу осилит идущий! Отправляйтесь в путь по страницам уже Вашего практического руководства «Менеджер по продажам».

Благодарности

По моему глубокому убеждению, чтобы на свет появилась книга, нужен внутренний или внешний толчок. А еще поддержка. Поддержка тех, кто рядом, тех, кто помогал становлению, тех, кто верил, тех, кто воодушевлял, тех, кто помогал советом, тех, кто делился кейсами, тех, кто вынуждал совершенствоваться, тех, кто подкидывал проблемы.

А еще важно, чтобы был кто-то рядом, кто брал «на слабо». Сомневался, не верил, удивлялся, недоумевал и даже вставлял палки в колеса. Да-да. Это очень и очень нужно. Потому что, преодолевая препятствия, мы становимся сильнее, опытнее, активнее и добиваемся своих целей несмотря ни на что.

Я выражаю глубокую признательность моим родителям Валерию Андреевичу и Розе Васильевне, мужу Николаю Владимировичу, сыновьям Александру и Ивану за их постоянную поддержку во всех моих начинаниях.

Моим подругам Ольге Ишмятовой, Татьяне Михайловой, Оксане Анохиной – они всегда приходят на помощь в любой ситуации и в нужное время.

Моим учителям и наставникам Евгении Арунас, Наталье Тепляковой, Рубену Нерсисяну, Татьяне Коробейниковой, Сергею Савинову, Николаю Мрочковскому, Андрею Парабеллуму, Владимиру Виноградову, Сергею Калякину, Евгению Азарову и всем, кто принимал участие в моем становлении.

Партнерам и коллегам Анне Ларюхиной, Андрею Лукаеву, Ирине Шуваевой, Елене Бирюковой, Владимиру Католику, Геннадию Никитину, Алику Субханкулову, Ольге Чеканиной, Ларисе Киселевой, Елене Авасевой, Елене Деминой, Татьяне Прядильщиковой, Надежде Поляковой, Олегу Семеновых, Роману Затицкому, Станиславу Михайлову и всем, кто стал сейчас и станет в будущем.

А также моим помощникам Александру, Резиде, Фидану, Елене, Ольге.

Я люблю Вас и от всего сердца благодарю, что вы были, есть и будете со мной. Желаю Вам всего самого наилучшего.

Огромная благодарность моим клиентам и ученикам. Для Вас я расту и покоряю новые вершины. Вы помогаете двигаться быстрее, дальше, выше. И вместе мы с Вами достигнем многого. Всего того, что нужно человеку для счастья.

С глубоким уважением к вам, Ольга Кузнецова

Глава 1. О Ваших клиентах замолвим слово

1.1. Здравствуйте, это я! Или установление контакта по телефону

С чего начинаются будни менеджера? С изучения правил компании, знакомства с товаром, услугами? Да. А еще они начинаются с телефона и клиентской базы. С будущей и имеющейся. С того, что надо набрать номер телефона очередного клиента и сказать: «Здравствуйте, это Я! Сколько сегодня покупать будете?» Фразы могут быть самые разные, но смысл такой. Менеджеру по продажам нужно продавать. Легко и много. И еще решать разные вопросы, которые напрямую с продажами могут и быть не связаны. И еще любить свою работу и получать от нее удовольствие. Каждый день менеджер по продажам звонит. И много...

И таких как Вы, уважаемый менеджер, тысячи, сотни тысяч. Тех, кто обрывает с утра до вечера телефоны, что-то предлагает, отвлекает от работы. Достали! Но работа такая.

От Вас создаются заградительные кордоны в виде неприступных секретарей, замов. Некоторые из которых, слышав знакомые фразы, просто бросают трубку.

А вам надо наладить контакт. Контакт хороший, чтобы Вас помнили, узнавали и у Вас покупали.

«Одним из направлений нашей компании является продажа услуг интернет-рекламы. Про Елену говорят, что у нее легче купить, чем отказать».

Как она этого достигает? Все просто. Давайте перечислим все правила.

А вот и задание:

Выпрямите спину, улыбнитесь. Не хочется? А теперь откройте рот и сожмите зубы. Скажите: «Ы-ы!» воображаемому собеседнику. Правда, весело? Уже хочется улыбаться? Отлично!

Правило №1. Улыбайтесь. В трубку телефона обязательно. Вспомните мультфильм про Крошку Енота. Вот телефон – это тот же самый пруд, в котором находится Тот, кто сидит в Пруду (Ваш потенциальный клиент). В Вашем случае он сидит в телефоне. Не верите? Придется проверить, потому что будет такое домашнее задание по замеру конверсии.

Правило №2. Не торопитесь. Не заставляйте того, кто на том конце провода напрягаться и переспрашивать. Иначе он просто бросит трубку. Если он сейчас не может понять, о чем вы тараторите, потом тем более. Зачем тратить время на Вас хорошего?

Правило №3. Слушайте, что Вам отвечают, и владейте ситуацией. Не давайте перехватить инициативу. Как это сделать? Задавайте вопросы. А если на том конце провода профессионал, пытающийся перехватить инициативу, после ответа сразу же задавайте свой вопрос, чтобы снова завладеть ситуацией. Получается такая игра в пинг-понг. Весело. Интересно, кто победит?

Правило №4. Делайте комплименты. В конце концов, нас ругают на работе чаще, чем хвалят. Чтобы не расслаблялись и не возомнили себя звездами. И «Тот, кто сидит в Телефоне» очень нуждается в капельке радости. Почему же ему ее не дать, он ее заслужил, потому что мило Вам рассказывает о компании, в которой работает.

Правило №5. Радуйтесь всегда. «Тот, кто сидит в Телефоне» раздраженно проорал: «Отстаньте, не надо нам ничего», – и бросил трубку. **Радуйтесь!** Представьте, если бы Вы ему что-то продали, то пришлось бы каждый раз слушать этот рык. А оно Вам надо? Вам секретарша по секрету сказала личную почту шефа? **Радуйтесь!** У Вас уже свои люди в компании. **Всегда радуйтесь и благодарите!**

Как Вы считаете, стоит иметь дело с человеком, который соблюдает неукоснительно эти 5 Правил? Наверное, стоит. Хороший человек. Вот и Елена у нас хороший человек. Поэтому у нее легче купить, и еще раз купить. И Вы можете стать таким. А дел-то. 5 правил. Детсадовское задание, честное слово.

«А как же личный контакт?» – спросите Вы? Так его Вы как раз и налаживали.

Давайте с Вами договоримся о следующем: Вы не просто будете читать книгу, а еще станете выполнять задания.

Зачем это нужно? Дело в том, что лучше всего информация усваивается, если ее применить в течение 72 часов после того, как Вы о ней узнаете. Потом она просто забывается. А Вам же нужно стать успешным менеджером, поэтому не стоит откладывать.

Задания будут самые разные. Они построены таким образом, что при качественном систематическом выполнении Вы улучшите свои результаты в продажах на 100 и даже 200%. Согласитесь, это стоит того, чтобы выполнять задания.

Что делать, если Вы еще только учитесь и не работаете менеджером по продажам? Тем более! Выполняя задания, Вы прокачаете свои навыки не только в продажах. Вам станет легче договариваться с окружающими, с удивлением обнаружите, что, близкие, друзья, руководители, преподаватели станут с большим удовольствием откликаться на Ваши просьбы и помогать во многих вещах. Вы станете увереннее, решительнее, удачливее... И это еще не весь перечень бонусов от жизни, которые Вы получите, начав систематически выполнять задания, которые находятся в конце каждой части книги.

Итак, начнем.

Задание №1

Заведите свою «Тетрадь успеха». Да-да, так и назовите ее. Прямо сейчас. Выберите самую красивую с вдохновляющей картинкой и потолще (Вам же много успехов надо. И больших, и маленьких, и неожиданных). В «Тетрадь успеха» каждый день записывайте свои достижения. Любые. Не обязательно только по работе.

Позвоните 15 своим знакомым и каждому сделайте комплимент. Обязательно запишите, какая была реакция. И с этого дня начинайте раздавать комплименты направо и налево. (По секрету скажу, что многие наши студенты обнаружили, что им сложно говорить комплименты, особенно близким. Это было настоящее открытие. И они справились, а потом с восторгом делились своими успехами.)

Главное условие: комплименты должны быть искренними и ни в коем случае не «вымученными». Через некоторое время Вы не только прослывете очень хорошим человеком, но и еще наладите важные связи и начнете получать подарки в виде разных бонусов. Не верите? Начните проверять. Наши студенты наперебой делились впечатлениями. Вот список дивидендов, которые они получили:

- улучшение отношений с близкими,
- получение благосклонного внимания на работе со стороны руководства,
- премии и поощрения на работе,
- улучшение условий труда на работе,
- скидки со стороны таксистов!

- более внимательное обслуживание в магазинах,
- продвижение по карьерной лестнице

И это еще не полный список! Так что дерзайте, и Вселенная начнет улыбаться Вам. Кстати, она тоже нуждается в Ваших комплиментах и благодарностях!

Умение наладить личные отношения особенно значимо, если Ваши встречи с клиентом происходят не только по телефону. Здесь важным становится очень и очень многое. Вы, наверно, уже обращали внимание на то, как профессиональный менеджер по продажам стремительно сокращает дистанцию при общении. Многим это очень нравится.

Задание №2. С какими людьми Вам нравится общаться?

Возьмите прямо сейчас ручку и напишите список качеств, на которые обращаете внимание при личной встрече с продавцом, менеджером. Что именно вызывает симпатию? Для чистоты эксперимента попросите сделать то же самое своих коллег или знакомых. А потом сравните списки.

Сейчас мы представим 2 списка. Один менеджера, другой нашего маркетолога. Качества, на которые обращаете внимание при личной встрече.

№	менеджер	маркетолог
1	Открытый взгляд и улыбка	Улыбка
2	Расстояние от меня 1 метр и более до 2м	Расстояние от меня 1,5 метра
3	Интерес к моим потребностям	Интерес к моим потребностям
4	Жестикуляция умеренная, позы открытые	Я должна видеть руки
5	Предложение, как минимум 2 варианта решения моего вопроса	Предлагать несколько вариантов решения моей проблемы: я должна иметь выбор
6	Умеренно честный ответ на вопросы, но никак не: «Вы же знаете, что стоит за бесплатностями»	Не тараторить, речь желательно грамотная
7	Профессионализм, в крайнем случае, если человек не знает, уж лучше пусть скажет: «Давайте я уточню и перезвоню»	Хочу, чтобы уделяли мне внимание, не отвлекались на остальных.
8	Настойчивость (уважаю)	
9	Количество «воды» по минимуму, лучше пару емких примеров.	

Качества, на которые обращают внимание

Сравнили? А сами Вы как поступаете?

Даже в Библии сказано: *«Итак, во всём поступайте с людьми так, как хотите, чтобы они поступали с вами, потому что в этом Закон и Пророки.»*

Обратите внимания, что между предпочтениями есть общее. Дресс-код приветствуется, однако, в ряде случаев может не играть особой роли. А вот улыбка, внимание и уважение к собеседнику, жесты, сохранение личного пространства могут играть решающую роль. Дальше следуют индивидуальные предпочтения каждого. Об этом дальше.

На эту тему написано достаточно книг. Начните изучать их. Прочитайте классику:

Аллан Пиз «Язык телодвижений».

Дейл Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей».

Предлагаю использовать отличную книгу **Михаила Литвака «Психологическое айкидо»**. Вы сможете решить многие, казалось бы, нерешаемые проблемы и выходить победителем из сложнейших жизненных ситуаций.

Итак, домашнее задание.

– Завести «Тетрадь успеха» и записывать все свои достижения.

– **Сегодня** позвонить 15 своим знакомым, поговорить и каждому сделать комплименты. Начать говорить комплименты каждый день. Чем больше, тем лучше. Если сложно придумать, то ищите в интернете. Вы удивитесь, сколько предлагается вариантов, причем практически на все случаи жизни. Делайте комплименты и получайте дивиденды.

– Напишите списки качеств людей, с которыми Вам нравится общаться. Начните меняться, развивая понравившиеся качества в себе. Это может быть уверенность, доброжелательность, открытость, улыбчивость... Сами решите, что Вам нравится больше всего в других людях и что хотелось бы иметь.

1.2 Работа с КЛИЕНТСКИМИ БАЗАМИ

Как появляются деньги в бизнесе? Откуда? Скажу по секрету, их приносит очень хороший человек. Имя ему КЛИЕНТ. А лучше всего, если КЛИЕНТОВ несколько, а еще лучше, когда много, очень много. А еще лучше, когда они щедрые и счастливые. КЛИЕНТОВ надо уважать. Видите, как мы их уважаем, даже пишем с большой буквы.

Бывают КЛИЕНТЫ потенциальные, бывают просто наши КЛИЕНТЫ (или ваши). Что значит потенциальный? Это значит, потенциал стать НАШИМ КЛИЕНТОМ у него есть. Но не хватает самой малости. Здесь главное, не потерять их из виду, а значит, следует собрать их в одно место. Это место называется КЛИЕНТСКАЯ БАЗА. В нем находятся данные о КЛИЕНТАХ.

КЛИЕНТЫ попадают в базу из разных источников:

Вам звонят, и Вы заносите данные о КЛИЕНТЕ в свою базу.

Открываете справочники организаций, самый популярный 2ГИС, и начинаете методично обзванивать, занося потенциальных клиентов в Вашу базу.

Покупаете КЛИЕНТСКУЮ базу региона. И снова звоните, чтобы выяснить, а действительно ли это Ваши потенциальные КЛИЕНТЫ.

Конвертируете КЛИЕНТОВ на сайте, используя разные методы, самый популярный – это всплывающее окно с привлекательным предложением. И все равно КЛИЕНТУ надо звонить.

Как попадает клиент в вашу базу понятно. А какие базы бывают?

1. Это может быть записная книжечка, Ваша личная. Скажу по секрету, у каждого она есть и у Вашего шефа тоже. Иногда ее называют просто телефонной книгой с пометками. Но не все так просто. В ней часто живут КЛИЕНТЫ, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ, и еще НУЖНЫЕ ЛЮДИ.

2. Таблица в Excel. Вы ее заполняете особым способом, например, так:

Таблица №1

№	ФИО ЛПР	телефо н	сайт	e-mail	действие	примечани е	1 касан ие
1	Директо р Сидоров Иван Васильев ич	(843)52 4-22-85	В разрабо тке	C5242285@ma il.ru	Ком. предл. И презента ция	Позвонить, настроен положител ьно, является одним из учредителе й. Всего их 3. Закупаются в ООО «Гран», пока все устраивает, но готовы рассматрив ать другие предложен ия	20.02 в 14.35

Пример простейшей базы клиентов

Кто такой ЛПР? Лицо, Принимающее Решение. Иногда ЛПР может быть совсем другим человеком. Владелец, учредитель, мама владельца, тесть владельца... Да-да. Как быть в таких случаях? Не торопитесь, наш дорогой ТОП менеджер. Об этом мы обязательно расскажем, но позже.

«Милая девушка Марина объяснила, что именно она принимает решение по поводу рекламного бюджета. Она – директор и любезно согласилась заполнить бриф. В следующий раз трубку взяла Эльвира. Узнав, зачем нужна Марина, сказала, что только она принимает такое решение, и она ЛПР. Предложение она обещала посмотреть. В следующий раз соединили со Светланой. Она сильно удивилась, как Марина взяла на себя такую ответственность, потому что именно она, Светлана, решает такие вопросы и даже сразу согласилась посмотреть почту и оценить предложение. Правда, отложила принятие решения „на потом“. Вопрос: кто в компании ЛПР?»

Обратите внимание на графу «Примечание». Она очень и очень важная. Через пару дней, когда Вы сделаете 150—200 звонков, Вы начнете забывать подробности первых разговоров. Можете проверить свою память. Если звонки записываются, то можно и проверить. Если нет, то лучше не рисковать. Слишком дорогая проверка памяти получится. А теперь представьте, что за месяц Вы сделали 3000 звонков... Сможете вспомнить, к какой договоренности пришли с 555 потенциальным клиентом? Даже если запись разговоров производится, прослушивание занимает гораздо больше времени, нежели чтение записей.

3. Клиентская база в Google Docs. Это такой бесплатный онлайн-офис. Удобно хранить и редактировать документы. Причем одновременно редактировать могут до 10 человек. Здесь можно задать права доступа. Удобно использовать в небольшом удаленном отделе продаж. Руководитель отдела продаж в любой момент может зайти и посмотреть, как идут дела. Кстати, можно в Google Docs даже создавать презентации. Хорошо использовать, если небольшие отделы продаж находятся в разных городах, микрорайонах, а руководитель отдела продаж должен иметь доступ к информации о КЛИЕНТАХ в любую минуту.

4. CRM. Удобно, просто. Много «напоминалок». Отчетность. Для руководителей – находка. Все недоработки, «излишняя» забывчивость менеджера на виду. Помогает работать. Можно пересылать через нее документы, делать рассылку по клиентам. Сегодня их достаточно много. Какая именно в Вашей компании не знаем, однако, советуем записи вести максимально подробно. CRM система не только напоминает и дисциплинирует, но и легко позволяет восстановить подробности той или иной сделки. Однако стоит помнить, что

Важно не то, что клиентская база большая, важно то, как с ней РАБОТАТЬ.

Что особенно ВАЖНО в сегменте B2B и в услугах: «Если КЛИЕНТУ сейчас не надо, это не значит, что ему ВСЕГДА не надо. Очень может быть, что ситуация в компании изменится, и именно Вы продадите ему объем товара или услуг, равный Вашему квартальному плану. Или годовому. Кому как нравится».

Обратите внимание, что в таблице №1 есть графа «1 касание». Таких граф у Вас должно быть 12. Отправляйте каждый месяц коммерческое предложение, звоните раз-два в квартал, и неприступная крепость сдастся.

«У нас шикарный договор с производителем. Мы покупаем и продаем ДВП фурами. Настойчивый менеджер конкурирующего завода упрямо слал мне письма и звонил. Ненормальный... Через 7 месяцев случился дефицит. Заказчиков море – ДВП нет. Я купил у этого Ненормального вагон ДВП и сразу выгодно продал, потом купил еще... Наверно, еще куплю... Хороший там менеджер, очень даже НОРМАЛЬНЫЙ...»

Выиграли все. Наш герой, настойчивый менеджер и господа КЛИЕНТЫ.

В графе «1 касание» указано время касания: 14.35. Это не случайно. Будьте пунктуальны. Используйте с пользой каждую минуту. Как Вы думаете, кому принадлежит фраза: «Время – деньги?»

«Время-деньги» было сказано в абсолютно прямом смысле. Автором ее является известный американский ученый и политический деятель Бенджамин Франклин (1706—1790). Впервые данное выражение было употреблено в его книге «Советы молодому купцу». А кто такой молодой купец? Правильно, менеджер по продажам. То-то и оно. Знай нас, менеджеров».

Итак, Ваши правила по клиентской базе.

Правило №1. Заполнять, обязательно делая примечания по клиенту, вводя дополнительную информацию.

Правило №2. Быть пунктуальным, использовать время для приумножения денег.

Правило №3. Делать касания по клиентам: звонить, писать.

Домашнее задание.

Задание №4

– Создайте прототип базы и занесите туда из любого справочника 100 организаций, в которые вы могли бы продать свой товар или услугу. Это упражнение на скорость.

– Засеките время и определите, сколько в среднем у Вас уходит времени, чтобы выполнить эту механическую работу.

– Занесите информацию в свою «Тетрадь успеха». Почитайте записи. Уверена, Вам уже есть чем гордиться.

Задание №5

Ответьте на вопрос: Сначала надо собирать базу КЛИЕНТОВ или сначала звонить? Ответ пришлите на почту [битая ссылка] consulting@topprodazhi.ru с пометкой «Ответ на задание №5 книги «Менеджер по продажам. Практическое руководство для начинающих». За выполненное задание Вас ждет бонус.

1.3 Мини-презентация компании

Когда Вы встречаетесь с человеком первый раз, то первое впечатление о Вас он составит в **первые 2 секунды!**

Так утверждают гарвардские психологи Налини Амбади и Роберт Розенталь. Их эксперимент очень убедителен. Изначально ставилась задача выявить факторы, влияющие на эффективность работы преподавателей университета. Исследователи предполагали, что невербальные особенности поведения преподавателей или «язык тела» влияют на оценку эффективности.

«Немые» видеозаписи были показаны зрителям, не знакомым с преподавателями, чтобы те оценили эффективность их работы.

*Одной группе показали 10-секундный ролик, другой – 5-секундный, третьей – 2 секундный. Каково же было удивление самих психологов, когда результаты всех групп оказались идентичными с мнением студентов, проучившимся у преподавателей **полгода!***

То же самое происходит с презентацией вашей компании. При первом разговоре с потенциальным клиентом менеджер делает мини-презентацию компании, ту, которая может создать первое впечатление. Ваш собеседник хочет оценить, стоит ли уделять время Вам. Это он делает в первые секунды.

Мини-презентация помогает ему принять это решение.

Как же составить мини-презентацию, которая позволит «зацепить» потенциального клиента?

Представьте, Вы смотрите интереснейший фильм. К Вам подходит кто-то из родственников (мама, брат, сын) и начинает что-то говорить. Ваша реакция? Либо отмахнетесь: «Давай потом!». Если человек проявит настойчивость, послушаете вполуха с раздражением, покиваете головой: «Да понял я, понял! Сделаю!» И скорее всего забудете. Либо после фильма, помня, что какой-то раздражитель был и от Вас что-то хотели, пойдете и уточните.

Как привлечь Ваше внимание?

Ваши варианты?

Самый дерзкий способ: выключить телевизор.

Щадящий – выключить звук и задать вопрос, который для Вас актуален.

Чего вы этим добьётесь?

Переключите ВНИМАНИЕ на себя.

Вызовете ИНТЕРЕС.

«Миш, сигнализация сработала. Не знаешь, какие парни у твоей машины крутятся?»

Покажите мне того человека, который после этих слов решит сначала досмотреть фильм, а потом посмотрит, кто там вокруг машины крутится.

Вы всего лишь двумя предложениями вызовете ЖЕЛАНИЕ совершить необходимое ДЕЙСТВИЕ.

Маркетинге такая модель называется AIDA

A – Attention Внимание

I – Interest Интерес

D – Desire Желание

A – Action Действие

Ее используют для создания рекламных текстов, коммерческих предложений, презентаций. И она работает!

Ваша мини-презентация по сути реклама Вас и вашей компании.

Что интересно людям?

– Новинки,

– эксклюзив,

– новости,

– внимание

Что хотят люди?

– Заработать,

– решить свою проблему (избежать ее)

– быть значимыми

Допустим, Ваша компания продает оптом мебель.

«Здравствуйте, Павел Геннадьевич! Меня зовут Максим Иванов, я из компании „Мебель-сервис“. Хочу предложить новинки, которые вызвали настоящий ажиотаж на выставке в Москве. (пауза) А главное, новые модели с первых дней продаж стали пользоваться повышенным спросом у покупателей».

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.