

КАРМАННЫЙ СОВЕТНИК
Нелли Власовой

**продавец: законы,
заповеди и табу**

как оставить клиента
довольным и без денег



Нелли Власова

Продавец: законы, заповеди и табу

«Автор»

Власова Н. М.

Продавец: законы, заповеди и табу / Н. М. Власова — «Автор»,
— (Карманный советник Нелли Власовой)

ISBN 978-5-425-02940-9

Даже ребенку понятно, что у разных продавцов разная продажа. У скучного – скучная, у приветливого – доброжелательная, у восторженного – веселая. А вот какая у вас? А вы ведь продавец, не так ли? Иначе бы вы не держали в руках эту книгу. Почти все мы в этой жизни продавцы. Одни продают товары, другие – услуги, третьи – свои проекты, идеи... И при этом все мы продаем себя. Эта книга персонально для вас! Она о том, как стать профи в продаже с помощью кратких рекомендаций, за которыми, правда, стоят целые полки томов о методах и приемах продажи. Присоединяйтесь к тысячам читателей, чьи сердца покорила и помогла решить, казалось бы, неразрешимые проблемы уникальный российский автор Нелли Власова! Для широкого круга читателей.

ISBN 978-5-425-02940-9

© Власова Н. М.

© Автор

Содержание

Введение. Заповеди продавца	5
1. Подготовка	6
Войти в роль леди – джентльмена	6
Наши клиенты – это наши самые бесценные сокровища	7
Люди говорят друг другу комплименты	9
Оцените свои способности говорить комплименты	10
Законы аттракции	11
Рецепт обаяния	12
Рецепт профессионального обаяния	13
Рецепт сохранения доверия	14
2. Начало контакта.	15
Встреча	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Нелли Власова

Продавец: законы, заповеди и табу

Введение. Заповеди продавца (Карманный справочник)

Если существуют заповеди человечества: не убий, не укради, не возлюби жену ближнего и т. д., то почему не иметь и заповеди продавца? Заповеди – это набор правил, принципов и табу, которым должен следовать продавец, чтобы быть успешным.

Продавец (в основном это женщины) похож на сказочную фею. Фея способна одаривать дарами. Продавец тоже предлагает кусочек счастья. Все товары и услуги предназначены для удовлетворения желаний, потребностей клиентов. Так будьте же достойными представителями такого высокого образа – образа прекрасной феи.

Этот карманный справочник станет для феи руководством на каждый день. Волшебники тоже должны учиться. И среди фей бывают черные и серые. Но наш карманный советник предназначен для прекрасных фей, чтобы они стали еще прекраснее.

1. Подготовка

Войти в роль леди – джентльмена

«Джентльмен (леди) – это человек, в общении с которым чувствуешь себя джентльменом (леди)».

Б. Рассел

Это чувство внутреннего достоинства и уверенности при терпимости и доброжелательности к любым клиентам.

Напомнить себе, как утреннюю молитву, гимн клиенту.

Гимн клиенту:

1. Клиенты – это те люди, которые обеспечивают наш бизнес.
2. Клиенты делают нам одолжение, обслуживаясь у нас, а не у конкурентов.
3. Клиенты – это люди, которые нам платят зарплату.
4. Клиенты – это цель нашей работы, потому они не могут мешать.
5. Клиенты – важнейшие фигуры в нашем деле. Не они зависят от нас, а мы от них. Не они должны быть благодарны нам, а мы им – за то, что они обслуживаются у нас.
6. Клиенты – источник жизненной силы нашей фирмы. Без них ее бы пришлось закрыть.
7. Клиент – это носитель денег и ресурсов, т. е. того, что обеспечивает жизнедеятельность нашей фирмы.
8. Каждый клиент имеет законное право на суперобслуживание.
9. Улыбка на лице клиента – деньги в нашем кармане. Раздражение на лице клиента – дырка в нашем кармане.
10. Клиенты – как стая ворон: спугнул – они сели в другом месте (у конкурента).
11. Торговая марка продукции – это и торговая марка взаимоотношений.
12. Следы клиента на фирме – это не следы на песке, а наскальные надписи в наших базах данных и картотеках.

Фирма – это не место, где воспитывают и оценивают клиентов. Фирма – это место, где их обслуживают.

Наши клиенты – это наши самые бесценные сокровища

Самая печальная судьба продавца – жизнь без клиентов.

Существует только один босс – наш клиент. И он может погубить всех в нашей фирме – от директора до последнего служащего очень просто, если станет тратить деньги в какой-то другой фирме.

Мудрые мысли:

Имидж и репутация фирмы создаются каждым сотрудником в каждом акте общения с клиентом.

Следует помнить, что рассерженный клиент делится в среднем своим мнением с 10—12 знакомыми, а довольный – только с 3 – 4.

Мудрые мысли:

Плохой имидж разлетается, как птица, в то время как хороший создается значительно медленней.

Забота о создании положительной репутации и имиджа надежной и высококультурной фирмы является задачей, равной по значимости задаче увеличения прибыли. Забота о качестве обслуживания является самой приоритетной задачей фирмы.

Нет никаких оправданий для выполнения дефектной работы. Отсутствие времени, информации, выдержки, средств труда или людей не может быть основанием для снижения уровня обслуживания.

Большинство ошибок и сбоев в качественном обслуживании основано на причинах, которые вполне устранимы.

Прежде чем пойти к клиенту, нужно настроиться на Дружбу и получение Удовольствия от контакта, а конкретно:

- на мягкое преодоление нежелания клиента покупать;
- на выявление и помощь в решении проблем клиента;
- на зондирование информации о запросах и ожиданиях представителя рынка;
- на создание атмосферы комфортного общения;
- на творческое лавирование между своими желаниями продать и сопротивлением клиента покупать (иметь цель, но не быть роботом маршрута).

Желание продать во что бы то ни стало нужно заглушить как деструктивное.

Магия обаяния

(Специально для фей)

Рецепт изготовления

Смешайте таинственность и чувство достоинства. Порциями добавьте противоречивость. Сбейте в пену оптимизм и уверенность. Влейте в эту смесь готовность решать чужие проблемы. Присыпьте видимостью легкости такого решения. Уберите лишнюю открытость и определенность. Подавайте продукт порциями, а не весь сразу – как при стриптизе. Держите в напряжении и напоминайте мираж колодца в пустыне, но не давайте напиться вдоволь.

Обслуживание клиентов – это спектакль одного актера, который исполняет множество ролей:

- Дон Жуана – чтобы обольщать и нравиться.

- Штирлица – чтобы зондировать мозги клиента, его запросы и проблемы.
- Тома Сойера – чтобы суметь продать «покраску забора в жаркий летний день».
- Сократа – чтобы переубеждать.
- Талейрана – мастера интриг и дипломатии.
- Мудрого царя Соломона – чтобы разрешать конфликты.

Фея может заимствовать у каждого из этих героев их приемы и техники, чтобы использовать в решении разных задач процесса продажи.

Обслуживание клиента – это искусство быть полезным и нужным

Пять деталей лучшего наряда для самопрезентации продавца в любом кругу и в любое время

1. Уважение к клиенту.
2. Чувство внутреннего достоинства (но не высокомерия).
3. Оптимизм (как доверчивость к высшим силам и недоверчивость к низшим).
4. Приветливость (как проявление внутренней радости).
5. Готовность разделить любую ответственность.

Носите этот наряд каждый день и все последующие! Окружающие имеют обыкновение любоваться собой, отражаясь в нас, как в красивых зеркалах. И очень благодарны нам за это.

Обслуживание сродни ухаживанию.

Люди говорят друг другу комплименты

1. – Вы исключительно привлекательны.
– Благодарю вас.
2. – Я удивляюсь вашим талантам.
– Ну, вы преувеличиваете.
3. – Вы прекрасно поете.
– Как Пугачева?
4. – Вы похожи на Софи Лорен.
– Вы не первый, кто это говорит.
5. – Вы такая таинственная.
– Стоит об этом помнить.
6. – Ваши духи завораживают.
– Странно такое слышать о духах.

Оцените свои способности говорить комплименты

1. Произносили ли вы комплимент уверенным тоном? Если нет, то что вам мешало?
Мешает собственная уязвимость. А комплименты доходят только при уверенном тоне. Войдите в уверенное состояние! Представьте себя леди или джентльменом (уверенность и доброжелательность)!

2. Были ли вы конгруэнтны? (Язык вашего тела соответствовал ли вашим словам?)

Конгруэнтность – это созвучие, тождество слов и искренности.

3. Уместен ли был комплимент в данной ситуации?

Следует учитывать уместность комплимента. Иначе в ответ на комплимент можно услышать раздражение: «Он(а) еще и издевается!»

4. Насколько ваш комплимент был оригинальным, а не шаблонным?

5. Не содержал ли ваш комплимент скрытого противоречия или подкола?

«Вашу бы энергию да в мирных целях».

Существуют ли законы дружбы и симпатии?

Клиент может находиться только в теплой атмосфере. От холодной и даже нейтральной он бежит, и бежит к конкуренту.

Законы аттракции

Аттракция – притяжение человека к человеку.

1. «Часть меня в тебе». К кому нас больше тянет: к совершенно отличному от нас человеку или к тому, с кем мы находим что-то общее?
2. «Положительный донор». Кто нам более приятен: тот, кто приносит нам дурные вести или хорошие вести?
3. «Строуксы». К кому мы больше тянемся: к тем, кто нас хвалит, или ругает и критикует?
4. «Умение слушать». Кто нам приятней: тот, кто умеет нас слушать, или тот, кто красиво и умно говорит?
5. «Искренность». К кому мы больше расположены: к искренним людям или сомнительным?
6. «Контакт глаз». Кто нам больше нравится? Тот, кто смотрит нам в глаза или отводит их?
7. «Диалог». Когда мы чувствуем себя более комфортно: в диалоге или при монологе собеседника?
8. «Вы-подход». Когда нам интересен разговор: когда собеседник говорит о чем-то своем или когда о наших проблемах?
9. «Эмоциональный комфорт». С кем нам приятней: с веселыми людьми или с занудами?

Мудрые мысли:

Обаяние – это незавернутый подарок.

(В. Кротов)

Рецепт обаяния

Ежедневный утренний макияж

(Использовать каждый день при приходе на работу)

1. Нанести на лицо тонкий слой теплоты и симпатии к окружающим.
 2. Включить улыбку.
 3. Настроить контакт глаз на зрачки партнера.
 4. Зажечь свет внутреннего достоинства.
 5. Включить оптимизм и чувство ответственности.
 6. Принять гордую осанку.
 7. Надеть на плечи мантию ответственности за все, что с вами происходит.
- Вам не будет равных. Все человечество превратится в восхищенных поклонников.
Выражение лица важнее одежды.

Секрет обаяния скрыт в способности слушать.

Люди учатся, как говорить. А главная наука – как и когда молчать

Люди готовы раскрывать свою душу, если:

- их слушают, не оценивая (прав – не прав, верно – не верно, умно – глупо);
- поддерживают их кивками, сочувствием;
- уточняют смысл их слов;
- отражают темпоритм, отзеркаливая их физически.

Как просто! Но как эффективно! И даже в разговоре по телефону не забывайте об этом!

Обаятельный – это зеркало, в котором другие видят себя хорошими.

Научись слушать!

- Дай пинка собственной привычке оценивать!
- Какую бы чушь ни нес клиент – старайся понять!
- Понять – не означает принять, но стремление понять придает потрясающую обаятельность.

- Приласкай и погладь его заблуждения и иллюзии.

– Для убийственной неотразимости включи маленький манипулятивный приемчик: эхо-отражение («Правильно ли я вас поняла, что...?»).

– А при четвертом приеме о твоей обаятельности будут слагать легенды. Этот прием раппорт. Раппорт – это пристройка к партнеру, его зеркальное отражение в его ритме и манерах. Раппорт, как ключик, открывает клиента – он говорит, говорит и говорит. А ты слушаешь, слушаешь и слушаешь. Если, конечно, хочешь понравиться и расположить к себе.

В противном случае забудь обо всем этом и включи на полную катушку оценку, нетерпение и каменное выражение лица. Напоминай кладбище в полночь или человека с зубной болью. Окажешься в ледяном одиночестве.

Рецепт профессионального обаяния

Обаяние может быть природным качеством, но может быть и профессиональным умением.

Доверие к себе – лучший капитал и лучший магнит для ваших клиентов.

О доверии все мечтают, но знают о нем не больше, чем о формуле счастья.

Психологи определили, что доверие основано на трех китах.

1. Вера в надежность и результативность человека (критерий «Результативность»). Вы уверены, что этот человек выполняет свои обязательства и способен достигать то, что обещает.

2. Вера в порядочность этого человека (критерий «Порядочность»).

3. Вера в его заботу о вас (критерий «Забота»). Вы уверены, что ему важны не только свои, но и ваши интересы.

Верят ли во все это, относительно вас, ваши клиенты?

Взвесьте на этих весах доверие других людей к вам лично или к вашей фирме:

1. Насколько эти люди уверены в вашей способности выполнять обещанное и достигать заявленные результаты? Не было ли прецедентов, когда вы не выполняли свои обязательства? Ведь утраченное доверие подобно утраченной жизни – оно невосвратно. Не выполнять обязательства или обещания подобно расстрелу того здания доверия, которое, может, и было построено, но может разлететься, как картонный домик.

2. Насколько значимы для вас люди, которые искренне верят в вашу порядочность, честность, соблюдение этики и морали? Насколько они разделяют ваши ценности? И что знают они о вас в этом плане? Если эту пищу они получили, у них есть ощущения, чувственные переживания, которые и рожают уверенность в чистоте ваших помыслов и действий. Будьте честны и поставьте себе оценку глазами других по этому параметру доверия.

3. Насколько эти значимые другие уверены в том, что их интересы вы будете блюсти не хуже своих собственных? И чем вы им это доказали? Где и когда они в этом могли убедиться?

Оцените (с их позиции) степень их доверия к себе или к своей фирме. Доверие, как и деньги, люди отдают неохотно и с большой осторожностью. Но где нет доверия, там и приязни настоящей быть не может. Доверие выявляет родство душ, о котором мы до сих пор не догадывались. Доверие – это часть меня в тебе. Без него бизнес как автомобиль без бензина.

Рецепт сохранения доверия

Все случаи невыполнения обязательств перед клиентом должны быть предметом разборки на высшем уровне.

Все случаи высказанных сомнений клиентов в непорядочности или обмане нужно воспринимать как катастрофу вселенского масштаба.

Все случаи, когда клиент не чувствует собственной шкурой заботу о себе как о любимом ребенке, должны стать предметом оценки и порицания.

Лозунги: «Будьте классными! Будьте честными! Будьте внимательными и заботливыми!» – достойны висеть в подсобках вашей фирмы или на ваших личных знаменах.

Любовь можно получить и на халяву, а доверие заслуживают безупречностью

Удивляющее обслуживание – это обслуживание, при котором все клиенты чувствуют себя хорошими.

– Клиент оплачивает не только стоимость товара или услуги, он оплачивает и свое настроение. Найдите человека, который хотел бы своими деньгами оплачивать плохое отношение к себе, и мы сделаем заявку на ваше место в Книге рекордов Гиннесса.

– Клиент хочет одного – чтобы к нему хорошо относились. Магазин или офис – это не место, где оценивают или воспитывают клиентов. Это место, где их любят и обслуживают. Клиенты – носители ваших денег и живая вода для вашего бизнеса. Если вы в ведьме увидите принцессу, ведьма свои деньги оставит у вас, а не у того принципиально честного и правдивого зануды, который непременно захочет показать ей «правду».

– Умение продавца «быть телепатом» и распознавать клиентов – не просто приятное человеческое умение, но и важнейший профессиональный навык.

2. Начало контакта.

Встреча

Начало – есть более чем половина всего.
Аристотель

Первая фраза – половина успеха или 100% неудачи.

Человеку, не умеющему улыбаться, нельзя открывать магазин.
Китайская пословица

1. Самый приятный звук в мире для клиента – его имя. Забыть имя – тонкое оскорбление.
2. Хвалите, используйте комплименты.
3. Демонстрируйте удовольствие и почтительность. Уверенность – половина победы.
4. Сомнение невозможно скрыть, надо, чтобы его не было. Акулы чувствуют даже капли крови, а клиент – капли сомнений. Кто доверяет себе, тому доверяют и другие.
5. Искренность и честность обладают свойствами магнита.
6. Кто хочет результата, влияет на чувства. Обращайтесь к чувствам покупателя больше, чем к его разуму. Эмоции сильнее цифр и расчетов.
7. Не бойтесь быть самим собой. Это естественно и привлекательно. Выполняйте все правила в собственном стиле.
8. Продажа – это шоу. Она сродни театру. Хороши все жанры, кроме скучного.
9. Хотите понравиться людям – цените их ум.
10. Первое впечатление нельзя создать второй раз. Встречают по одежке. Проведите саморевизию внешнего вида: обувь, руки, платье, прическа.
11. Раппорт – как техника отзеркаливания партнера (в его темпоритме, в позах, жестах, мимике, в типах слов, в системе ценностей и т. п.).
12. Покупатель покупает не только товар, но и отношение продавца к себе.

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.