КАРМАННЫЙ СОВЕТНИК
Нелли Власовой

роман с клиентом

привлечение, ухаживание и удержание

Карманный советник Нелли Власовой

Нелли Власова

Роман с клиентом. Привлечение, ухаживание и удержание

«Автор»

Власова Н. М.

Роман с клиентом. Привлечение, ухаживание и удержание /
Н. М. Власова — «Автор», — (Карманный советник Нелли Власовой)

ISBN 978-5-425-02947-8

Роман с клиентом похож на роман между мужчиной и женщиной. Почти те же законы лежат в их основах. Чем больше видов положительной энергии сумеет зажечь продавец в сердце клиента, тем больше гарантия, что ее хватит, чтобы преодолеть глубокую и широкую пропасть сомнений, страхов, безразличия, неудовлетворенности и бессознательного его сопротивления. Эта книга о том, как управлять этой энергией и собственным магнетизмом. Присоединяйтесь к тысячам читателей, чьи сердца покорила и помогла решить, казалось бы, неразрешимые проблемы уникальный российский автор Нелли Власова! Для широкого круга читателей.

ISBN 978-5-425-02947-8

© Власова Н. М.
© Автор

Содержание

Введение. Анатомия романтических отношений 5
1. Как стать похожим на мать Терезу? 8
Трактат о должномании 10
Настрой на любовь к клиентам и партнерам по бизнесу 11
Настрой на любовь к трудным клиентам 12
Если в ведьме увидеть принцессу, она не обидится 13
Закон самоисполняющегося пророчества 14
Таблетка от раздражения 15
2. Как стать похожим на Штирлица? 16
Законы и правила проницательности 17
Как зондировать даже скрытые запросы и страхи клиентов? 18
Конец ознакомительного фрагмента. 19

Нелли Власова
Роман с клиентом. Привлечение, ухаживание и удержание

Введение. Анатомия романтических отношений

Любовь! Сколько тысячелетий пишут о ней поэты и прозаики, мечтают женщины и даже мужчины. Едва ли найдется человек, который бы не пережил это восхитительное чувство хоть раз в жизни. А многие испытали его и не один раз за жизнь. Любовь – это восторг души, полет чувств, выход человека за пределы своих обычных границ. Это то, что живет в ощущениях. Сами переживания напоминают процесс распускания бутона.

А если заглянуть в корневую систему этого цветка и препарировать столь возвышенные чувства как лягушку, то увидим внутреннюю анатомию чувства любви и дружбы тоже. Так из чего же произрастает столь восхитительный цветок?

Данное состояние мы с вами, и другие тоже, испытываем только при наличии следующих условий:

1. Когда мы чувствуем, что нравимся Другому. А это значит, что нас принимают такими, какие мы есть. И это состояние психологически очень комфортное.

2. Когда Другой не просто принимает нас, но и видит в нас нечто особенное.

3. Когда с этим Другим просто интересно. Общение с ним доставляет нам много необычных и приятных эмоций.

4. Когда мы чувствуем, что наши интересы Другой принимает как свои и готов служить нам.

5. Когда мы чувствуем, что нас понимают.

6. Когда этот Другой нам нравится, т. е. он соответствует нашим ожиданиям. У каждого из нас всей предыдущей жизнью был создан не вполне осознаваемый, но очень привлекательный образ Другого. Встречая сотни и даже тысячи людей, мы остаемся равнодушными, пока на нашем пути не встретился тот или та, которые похожи на наш внутренний идеал. И тут нас замкнуло. Но наши ожидания относятся не только к каким-то достоинствам личности, но и к недостаткам. Например, подавляющему большинству людей не нравятся закомплексованные, легко уязвимые люди, с которыми нужно быть осторожным как с хрустальной вазой; пессимисты в двенадцатом поколении; апатичные и вялые, агрессивные и злые, настроенные на противостояние с миром.

7. Когда появляется какое-то необъяснимое влечение на непонятном флюидном и физиологическом уровне.

Только седьмой пункт в любовном романе может играть важную роль, а в дружбе он отсутствует. Если убрать последний пункт, то остальные шесть пунктов вполне подходят к описанию не только любви, но и дружбы. И пойдем дальше, это подходит и к любому «деловому роману», и, в частности, к тому, что хотелось бы выстроить, а именно к роману с клиентом.

Этот дуэт продавца и клиента, соответствующий всем признакам романа, решал бы почти все проблемы продажи.

Предметами продажи в настоящее время на современном рынке являются почти всегда хорошие и нужные товары и услуги. Если они плохие, вы не выживете на рынке. Хорошее качество и полезность предлагаемых на рынке товаров и услуг стали уже просто входным

билетом на рынок. В наше время среди факторов успеха в достижении объемов продаж процентов на 80 тянет способность создавать прочные отношения с клиентами.

Если от вас клиенты в восторге, если вы сумели создать эмоциональный рай для них, если они с вами находятся в ауре покоя и удовольствия, то их так же трудно будет оторвать от вас вашим конкурентам, как трудно разлучить нас с нашими любимыми или друзьями. При этом, конечно, ваша продукция не должна уступать продукции конкурентов.

Таким образом, *главным искусством продавца* является искусство не просто выстраивать хорошие отношения с клиентами, а *создавать роман с каждым из них*. И именно этому посвящена наша книга.

В отличие от стихийных процессов любви и дружбы нам предстоит научиться выстраивать сознательные и управляемые процессы симпатии и удовольствия от общения с каждым клиентом. И для этого придется освоить способы и приемы решения целого ряда задач. Чтобы роман состоялся, продавец должен выполнять все описанные выше условия.

1. Клиент должен чувствовать, что его принимают таким, каков он есть. И принимают это доброжелательно и с симпатией. Только с любящими нас людьми наше «Я» распрямляется и расцветает. С критичными людьми наше «Я» вынуждено защищаться. А это напрягает. Отсюда вытекает нелегкая задача продавца: как научиться любить клиентов, независимо от их облика, манер, отклонений от нашего идеала? Можно даже сказать, как научиться терпению и снисходительности и хоть немного походить на мать Терезу в общении с клиентами?

2. Клиент должен чувствовать, что его стараются понять, понять его проблему и все, что его волнует. Когда не пытаются продать свою продукцию, а решают его проблему. Недаром есть выражение: «Счастье – это когда тебя понимают». Какие теплые чувства рождаются в ответ. Отсюда следует задача продавца: как научиться извлекать скрытые желания, запросы и опасения клиентов? Как настроить себя на решение его проблемы и убрать свое эгоистическое стремление навязать свой продукт? Здесь подойдет как аналог образ знаменитого разведчика Штирлица.

3. Клиент должен чувствовать, что он особенный и к нему подходят, как к индивидуальности, пытаются ему предложить «индивидуальный пошив под его фигуру», а не предлагают «штампованный ширпотреб». В человеке живет вечно ненасыщенная потребность быть значительным. И тот человек, который видит эту нашу особенность и уникальность, превращается для нас в источник, из которого хочется пить постоянно. Он становится для нас магнитом. Отсюда вытекает задача продавца: как научиться не просто видеть особенности каждого человека, но и не стесняться заявлять ему об этом. Как демонстрировать ему в своем общении с ним, что его индивидуальные особенности и предпочтения учитываются? Здесь подойдет безличностный образ Психолога.

4. Клиент должен чувствовать себя в полной безопасности и эмоционально очень комфортно. Он может доверять этому продавцу, и ему здесь никто не испортит настроение. Задачей продавца становится получение кредита доверия.

А при этом продавец должен быть в глазах клиента таким, чтобы отвечать внутреннему образу «приятного человека», не иметь тех недостатков, которые раздражают людей, а именно: **закомплексованность, уязвимость, пессимистичность, апатичность, вялость, агрессивность, настроенность на противостояние с миром**. Для этого придется заняться очисткой своей души от этой психологической ржавчины.

Кроме того, продавцу нужно владеть **приемами и техниками контакта и обольщения, чтобы стать настоящим магнитом притяжения клиентов к себе**. Там есть много психологических секретов.

Таким образом, структура нашей книги уже оказалась представленной. Совокупность обозначенных задач продавца и составляет структуру данной книги. По ней и пойдем дальше.

1. Как стать похожим на мать Терезу?

Чтобы роман с клиентом состоялся, клиент должен чувствовать, что его принимают таким, каков он есть.

Представьте свой идеал клиента. Когда я задаю этот вопрос на своих семинарах, то получаю такие характеристики. Клиент, с точки зрения продавцов, должен быть:

– богатым;
– воспитанным;
– знать, чего хочет;
– доверять, не быть подозрительным;
– хорошо пахнуть;
– умным;
– понимающим;
– доброжелательным и т. п.

На вопрос, сколько реальных людей похожи на эту икону, следуют смех и оценки не более 10%. Следовательно, 90% реальных людей отклоняются от наших ожиданий. А это вызывает напряженность. Видя перед собой человека с противоположными качествами, например, подозрительного, не знающего, чего сам хочет, туповатого или невоспитанного, мы испытываем некоторое раздражение, иногда и очень сильное.

Так кто же явился источником нашего стресса? Клиент? Нет! Источником стресса являются *наши нереалистические ожидания.*

Если жена требует от мужа, как в той песне, чтоб он не пил, не курил и цветы всегда дарил, тещу мамой называл и зарплату отдавал, и при этом чтобы он и красив был, и умен, то большинство мужчин не будут похожи на эту нереалистическую и искусственную конструкцию. Это может не подходить к их индивидуальности. И получается, что женщина сама себя привязала к стрессовому столбу.

Ожидания многих мужчин соответствуют анекдоту: жена должна быть слепоглухонемая повариха с сексуальными наклонностями и при этом сирота. И таким мужчинам тоже уготован вечный стресс.

Многие руководители ждут от сотрудников мозгов на уровне нобелевского лауреата, готовых при этом работать на ставке уборщицы.

А большинство сотрудников в своих ожиданиях от руководства носят портрет матери Терезы, которая любила даже убогих.

Французы говорят: «Даже самая прекрасная девушка Франции может дать только то, что может».

А теперь представьте тех неприятных клиентов, которые вас сильно раздражали. Они чувствовали ваше недовольство, как бы вы его ни скрывали. Создается противоречие. Клиент хочет чувствовать, что его принимают, и принимают доброжелательно таким, каков он есть, а не таким, каким хочет видеть его данный продавец. А с другой стороны, он может не соответствовать ожиданиям продавца.

Противоречие разрешается только одним способом. Вы, как продавец, должны *очистить себя от своих заложенных еще в детстве ожиданий.* Они – сильная помеха в нашей жизни. Их действительно заложили в нашем детстве окружающие взрослые, и они до сих пор заставляют смотреть на мир сквозь себя, как сквозь какую-то оптическую лупу. Это наши шоры. И во взрослом состоянии они нам мешают принимать людей такими, какие они есть. У Бога брака не бывает. И Бог не делает копий. Каждый человек неповторим и индивидуален.

Но избавление от этих шор – дело не простое. Они внутри нас и не осознаются. Поэтому предстоит внутренняя работа по самосовершенствованию. Я предлагаю вам свой вариант такого тренинга. Я разработала трактат о должномании. Повесьте его на холодильнике, перед зеркалом, на рабочем месте, да хоть в туалете. И каждый день заглядывайте в этот трактат. Яйцо вызревает за 21 день. И вам 21 дня хватит, чтобы ваша терпимость к людям стала нормой, и ваши бессознательные ожидания перестали быть вашими господами. После чего людям рядом с вами будет тепло.

Трактат о должномании
(В помощь тем, кто слишком требователен к людям)

Если вы требуете от мира совершенства, вы привязали себя к стрессовому столбу.

Тот, от кого вы ничего не ждете, вас никогда не разочарует.

1. Человек ждет от мира совершенства и как ребенок рыдает, когда сталкивается с реальностью, которая отличается от мифов и сказок.

2. Люди такие, какие они есть, а не такие, какими мы хотели бы их видеть.

3. Должномания – великий грех, она жаждет видеть вокруг себя ангелов. Но люди живые.

4. Нам никто и ничего не должен. Мир такой, каков он есть. Это как погода. В ней надо просто жить, а не требовать соответствия нашим пожеланиям.

5. Быть снисходительным, значит, идти своей дорогой.

6. Вульгарность – более естественная составляющая жизни, чем галантность. Так что, сталкиваясь с хамом, не удивляйся, а спокойно иди своим путем. Хамство – просто вид инвалидности. Это человек с ампутированной культурой.

7. «Дикарями называют тех, кто отстает от нас в развитии. Но и я дикарь по сравнению с более развитым человеком. И все мы дикари по сравнению с Божьим идеалом». *(Вл. Шамов)*

8. «Женщина – всего лишь фантазия мужчины. Даже самая прекрасная девушка Франции может дать только то, что может». *(Французская пословица)*

9. Мир настолько велик, что он не может уместиться в одном человеке. Так что позвольте людям быть отличающимися от вас.

10. «На земле всегда были, есть и всегда будут герои, донкихоты, гении и Сальери, подонки, лжецы, мечтатели. В каждой деревне, в каждом городе, стране, на каждой улице, в каждом доме и семье они свои». *(Вл. Шамов)*

11. «Надменность – это зеркало, отражающее глупость человека, у которого хватило ума лишь понять человеческую сущность, но не сделать из этого верных выводов». *(Вл. Шамов)*

12. «Нельзя судить о людях по формуле: это черное или это белое. Даже радуга, соединяя землю и небо, разноцветна». *(Вл. Шамов)*

13. «Всем обезьянам люди тоже кажутся уродами. Наши ожидания сродни обезьянам».

14. «Тот, кто думает, что среди людей есть сорняки, глубоко ошибается. Дело в том, что в зеленом поле человечества нет ни одной одинаковой травинки». *(Вл. Шамов)*

15. «Язвительностью отличаются люди, у которых отображение происходящего воспринимается как у всех, глазами, но реакция мозга на это, прежде чем попасть на язык, заглядывает в желчный пузырь». *(Вл. Шамов)*

16. Терпимость к людям считается важнейшей добродетелью во всех религиях мира. Освойте и следующий прием самоочистки от своих нереалистических ожиданий.

Настрой на любовь к клиентам и партнерам по бизнесу

Без нежности и страстной любви к партнерам невозможно быть успешным в вашем бизнесе.

Мудрые мысли:

Лидер без последователей или продавец без клиентов – как птица без крыльев.

Люди – как стая ворон. Спугнул – они сели в другое место (у конкурента).

Если не в последователях (или в клиентах) счастье, отдайте их конкуренту.

Если человек не делает вам зла, это уже немалое благо.

Но почти все сложности контакта лежат в области взаимодействия с теми, кого трудно назвать приятными людьми или ангелами во плоти.

Настрой на любовь к трудным клиентам

Есть наука – «Сопротивление материалов», но есть и «Сопротивление личности».

Включателем терпимости к трудным клиентам станут формулы самовнушения ОСКАЛ. С их помощью можно в секунды превратиться в мать Терезу, терпение и доброжелательность которой даже к убогим была безграничной.

Рецепт: (Формулы самовнушения):

ОСКАЛ:

О – Ожидания. «Люди такие, какие они есть, а не такие, которые сидят в моих ожиданиях. Люди не обязаны походить на мои ожидания».

С – СОС. «Крик, ругань, нервозность человека, его депрессия, неуверенность, страхи – это крик его боли. Никто этого не выражает в хорошем расположении духа. Их нервозность, подозрительность, высокомерие – вид психологической инвалидности. Я буду хвалить себя за свою мудрость в общении с такими сложными людьми».

К – Король. «Партнер – король по своему статусу. Истинное лидерство – это служение своим партнерам, последователям и клиентам».

А – Айкидо. «Суть айкидо в том, чтобы силу сопротивления человека ослабить или сломать не методом борьбы, а методом перераспределения энергии». (Приемы психологического айкидо смотрите ниже.)

Л – Любить трудных. «Трудные люди – мои учителя. Только на них я учусь мудрости общения, выдержке и терпимости. Спасибо им за то, что они существуют. Дрессировка трудных – великое искусство, и я им овладеваю только с их помощью. Хорошие манеры – это искусство общаться с людьми с плохими манерами».

Такая психогимнастика – лучший помощник в обслуживании трудных и не очень приятных для вас людей. Вы не обязаны всех любить. Но научиться быть философски снисходительными к тем людям, чьи достоинства вы пока не увидели, будет работать на пользу вам. Вы не омрачите ваши отношения с клиентами брызгами недовольства.

А трудные люди, которые увидели себя хорошими, отражаясь в вас, как в зеркале, испытывают теперь к вам признательность. Она становится для них источником живой воды. Вы их привязали к себе самыми крепкими цепями. Им теперь есть что терять.

В своих клиентах лучше всего видеть хорошее, даже если его там мало.

Если в ведьме увидеть принцессу, она не обидится

Клиент оплачивает не только стоимость товара или услуги или принятие вашей идеи о бизнесе, он оплачивает и свое настроение. Найдите человека, который бы хотел 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».

Подлец видит подлеца, пьяница – пьяницу, воин – воина, а святой – святого. Это одна сторона человеческого восприятия. Другая сторона – закон самоисполняющегося пророчества.

Закон самоисполняющегося пророчества

В человеке сидит и святой, и дьявол. Если видишь в нем дьявола, то своей дьявольской частью он и разворачивается к тебе. Это и есть данный закон. Как изменить его поведение? Какой прием манипуляции применить, чтобы он подействовал и сделал тебя победителем? Секрет чрезвычайно прост. Начни видеть сидящего в нем святого. Произойдет чудо. Он, во всяком случае, к тебе развернется своей хорошей частью. Перестанет делать гадости. Не будет спорить. Изо всех сил, и притом неосознанно, он будет стараться выглядеть хорошим с тобой. Он увидел себя хорошего. И это мощнейший магнетизм. Прием очень простой, но чрезвычайно эффективный. Он проверен в сотнях специальных экспериментов. Экспериментируйте и вы!

Если идете на переговоры, воображайте, что партнеры – лучшие люди на свете.

Если обращаетесь к подчиненным, считайте, что они самые творческие, ответственные и честные люди.

Если идете на свидание к женщине, то постарайтесь увидеть в ней самую прекрасную женщину в мире.

И тогда вам не будет равных. Будете обречены на победы!

> Помните! Люди неосознанно стараются быть такими, какими мы их видим.

И напоследок. Если вас все-таки раздражает какой-то клиент, то попробуйте справиться со своим раздражением таким необычным способом.

Таблетка от раздражения

Использовать при встрече с теми, кого хочется убить и расчленить на части.
Представьте образно, как он будет смотреться:
– Со сковородкой или кастрюлей на голове вместо шляпы?
– В виде памятника, который обгадили голуби?
– В голом виде на площади?
– Сидящим на унитазе?
Самый верный способ расправиться с негодяем – четвертовать его в воображении. И себя не отравишь злобой, и его разозлишь спокойствием.

Игра воображения – мощнейший вид оружия, защищающего нас от психологических помоев.

2. Как стать похожим на Штирлица?

Клиент должен чувствовать, что его понимают

Понимание состоит из трех важных умений:

1. Мощной проницательности.

2. Умения зондировать скрытую часть айсберга клиента, т. е. уметь выявлять ожидания, запросы и проблемы клиента.

3. Умения слушать по-особенному.

У всех нас все это как-то развито. Но требуется развить эти умения на более высоком уровне. И для этого есть свои секреты и приемы.

Законы и правила проницательности

Умение продавца «быть телепатом» и распознавать клиентов – не просто приятное человеческое умение, но и важнейший профессиональный навык. Это, правда, навык чемпиона, а не простого «бегуна».

Но чтобы отражать достоинства клиента, нужно, во-первых, понимать клиента, т. е. видеть намного больше, чем обычно видят люди друг в друге. Окружающие, даже близкие люди, всегда в какой-то мере загадочны и непостижимы. В их характерах есть скрытые темные уголки, которые нам никогда не показывают.

Учитесь зондировать почву, поддерживая вежливую светскую беседу. Задавайте вопросы, ответы на которые приоткрывают слабости и намерения людей. В любой ситуации можно найти возможности для искусного расследования. Нельзя добиться успеха, если полагаться на то, что можно просто понравиться тому или иному клиенту. Вооружитесь малой толикой фактов, и точность прицела резко увеличится. Хорошее знакомство с вашей мишенью придаст вам обаяние в ее глазах, так как вы сможете предвосхищать ее желания. Никому не виден источник вашей власти, а с невидимым невозможно бороться.

Это не так сложно, как кажется. Дружелюбная маска позволит вам собирать сведения о партнере. Пусть другие гадают на картах Таро или советуются с гороскопом. У вас есть более точные методы прорицать реальность и будущее. О них чуть ниже.

При оценке людей никогда не полагайтесь на свои инстинкты.

Ничем нельзя заменить сбор конкретной информации. Изучайте своих партнеров, сколько бы времени на это ни потребовалось. Впоследствии это окупится.

Будьте внимательны к языку жестов и подсознательным сигналам.

Помните: мы все стараемся скрыть свои слабости, поэтому мало что можно узнать, наблюдая за осознанным контролируемым поведением. Интерес представляют детали, мелочи, просачивающиеся наружу, минуя сознание и контроль.

Научитесь внимательно слушать. Если чувствуете, что человеку необходимо признание, то ваш комплимент вызовет ответную откровенность. Ищите идолов, которым готов поклоняться ваш партнер. И вы много тайного поймете о нем. Обращайте внимание на оговорки человека.

Заполняйте пустоту.

У человека есть два типа эмоционального вакуума – это *неудовлетворенность и неуверенность*. Они почти неспособны скрывать свои слабости. Если вы способны заполнить эти пустоты, то приобретаете великий источник власти, к тому же неиссякаемый, им можно пользоваться бесконечно долго.

Давайте пищу неконтролируемым эмоциям.

К неконтролируемым эмоциям можно отнести параноидальный страх – страх неадекватный ситуации или любое низменное побуждение: жадность, тщеславие, ненависть или похоть. Находясь в тисках этих эмоций, люди часто не владеют собой.

У вашего партнера есть секреты, которые он хранит, затаенные мысли, которые он не высказывает вслух. Но они выходят наружу, и он бессилен этому помешать. Где-то имеется брешь, винтик его слабости – в его голове, сердце или в желудке. Нащупав брешь, обнаружив этот винтик, начинайте закручивать его, продвигаясь к своей цели.

Как зондировать даже скрытые запросы и страхи клиентов?

Мысли людей скрыты как в глубинах айсберга.

Как проникнуть в его глубины?

Если вы хотите вызвать собеседника на откровенность и распечатать его уста, то используйте следующие приемы:

1. Если хотите откровенности и открытости, то задайте вначале тон. ***Раскройте якобы какой-то свой секрет.*** Это обязывает партнера отвечать искренностью на подобную откровенность. «Прежде чем взять, отдай», – говорят китайцы.

2. ***«Нога в дверь»*** – вытаскивай секреты по частям.

3. ***«Уточняющие вопросы»*** и глубокое зондирование помогут вытащить многое, что находится глубоко в подсознании «партизана».

4. ***Выражайте сомнение*** во всем, что говорит собеседник. Из чувства протеста и желания доказать он проболтается.

5. ***Вводите «партизана» в состояние неопределенности и неустойчивого равновесия.***А для этого нужно вести себя несколько странно (непонятные паузы, смена темпа, положения, внезапные уходы и пр.). Каждый раз это выводит его из равновесия, и сопротивление ломается.

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.