

КАРМАННЫЙ СОВЕТНИК
Нелли Власовой

роман С КЛИЕНТОМ

привлечение, ухаживание
и удержание



Нелли Макаровна Власова

**Роман с клиентом.
Привлечение, ухаживание и
удержание**

Карманный советник Нелли Власовой

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 продемонстрировать 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 пойдём 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 Гиннеса.

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.

6. **Предлагайте не одно предположение, а несколько.** Выбирая из них, он сбивается.

7. **Требуйте вначале что-то совсем невыполнимое и долго настаивайте на этом.** После окончательного отказа предложите менее трудную уступку. Она воспринимается уже как помощь, и сопротивление ломается.

8. **Будьте внимательны к языку жестов и подсознательным сигналам.** Зигмунд Фрейд заметил: «Ни

один смертный не способен хранить секрет. Если молчат его губы, говорят кончики пальцев: предательство сочтется из него сквозь каждую пору». Говорят не только слова. Говорит все тело. А интонации окрашивают смыслы.

9. **Ищите сильные страсти людей.** Если вы отыщете сильные страсти, чувства или навязчивые идеи, с которыми человек не в силах справиться, то он в ваших руках. Чем сильнее страсть, тем больше у вас возможностей влиять на этого человека.

Там, где прямые методы не подходят, эти тонкие приемы никогда не подведут.

Задачей № 1 обслуживания является задача понять, расшифровать, выявить ЗАПРОСЫ клиента. Люди покупают не товары и услуги, они покупают решение своих проблем, удовлетворение своих запросов.

А как получить нужную информацию, если обслуживаешь конкретного клиента?

Выявление запросов конкретного клиента

Клиент как айсберг. Что лежит в его глубине?

Сам не расскажет. А что спросить?

Концентрируйтесь не столько на Целях, сколько на Мотивах, Рисках и Индивидуальных предпочтениях.

А теперь об этом же, но поподробнее.

Зондирование запросов клиентов

Самое главное в понимании другого – это понимание тех вещей, которые волнуют человека. Поэтому, задавая уточняющие вопросы, определитесь, что вы хотите узнать?

РЕЦЕПТ.

Процедура зондирования

1. Поместить клиента в ауру из смеси внимания и искреннего интереса. После первых 30 секунд клиент из состояния скепсиса, закрытости или раздражения переходит в состояние расслабления, легкой взволнованности и оживления.

2. Направить лазерный луч вопросов в область движущих сил клиента («Что привело вас к нам?») и осветить для себя (и часто для самого клиента) истинную причину обращения клиента. Всегда важно понять мотивы и ценности человека. «Что для вас значит быть счастливым?» или «Что для вас самое главное в жизни?», «Чего вы не прощаете людям?» и пр. (Прием «Мотивы».)

3. Направить свет прожектора в будущее, освещая ту гавань, в которую мечтает приплыть клиент. (Приемы «Цель» и «Измерители».) Измерители или критерии оценки. «Что для вас означает доверие?», «Каким людям вы доверяете?», «С какими людьми вы не хотели бы строить совместную деятельность?», «Что означает для вас справедливость?» и пр. Опустить клиента с высот грез на землю и осветить фонарем вопросов мины, бури, штормы, на которых можно подорваться, плывя в задуманную гавань. (Прием «Риски».)

4. Мирный, сентиментальный, трогательный – от такого внимания клиент получит полное представление о том, чего хочет и что его ждет. И вы тоже. Теперь нужно только подвести

итог и высказать резюме к полной взаимной удовлетворенности.
(Прием «Итог».)

Освещая разные зоны внутри мозгов усталого и закрытого клиента, можно сравниться с телепатом и экстрасенсом. Вдохновленный от внимания, радостный и довольный клиент не только раскроет вам свою душу, но и будет чувствовать себя обязанным. Ведь редко у кого хватает щедрости души, чтобы быть внимательными к другим. Теперь клиенту есть что терять. Выслушивая других, мы привязываем их к себе самыми прочными цепями.

Итак, чтобы вести клиента к покупке, выясните его

МЦИРИ:

Мотив

Цель

Измерители цели

Риски (СОС – сомнения, опасения и страхи)

Итог

МЦИРИ – отличный помощник в выяснении запросов клиента.

Главная наука – не кибернетика или маркетинг, а наука слушать

Как слушать, а не изображать внимание?

Человек жаждет Понимания. Если у вас просит пить человек, измученный жаждой, то наверняка вы дадите ему воды. А чем ситуация общения иная? Сложность в том, что все жаждут понимания, но нет тех, кто готов эту жажду

удовлетворять. Хоть с Марса их выписывай. Потребность говорить природа заложила по самый край. А вот потребность слушать выделила по каплям. Но дипломаты и разведчики знают, что должны уметь терпеливо выслушивать людей. Поэтому пользуются при выслушивании других формулами самовнушения – ПРСТУ.

«Понять, а не согласиться». Почему трудно внимательно слушать ересь и муть? Потому что мы всегда оцениваем. Оценку («верно – неверно, согласен – не согласен») убрать! Эта бессознательная привычка поселилась в наших мозгах в далеком детстве и прилипла как банный лист. А она мешает слушать и вникать. Поэтому соскребаем ее как ржавчину с собственных мозгов, чтобы быть готовым к слушанию. Если мы не согласны, то внутренне возражаем или просто отключаемся от слушания. Так вот говорите себе: «Я хочу просто понять! Это не значит, что я с этим согласен».

«Раппорт» – отзеркаливание и пристройка к партнеру на физическом уровне. Это *уважение и отражение*.

– *«Уважение»*. Это так просто! Лицо с почтительной улыбкой. Поза внимания. Не перебивайте и не отвлекайтесь от слушания. Говорите комплименты и подчеркивайте словами его значимость.

– *«Отражение»*. Все отражайте! Если представить, что один говорит, а другой сидит в иной позе, движения тела и речь в ином темпоритме, глаза смотрят в сторону, вопросы не попадут, вставки речи иные по смыслу. Тут же наступит разрыв контакта. Отсюда вывод – хочешь понимания, отражай обязательно и его речь («Вы хотите сказать...» или «Правильно ли я вас понял,

что...?»). Он тут же почувствует слитность с тобой и единство духа.

«Смысл». В речи другого всегда много мусора. Там винегрет из фактов, эмоций, суждений, интерпретаций и пр. Выделяйте для себя ключевые слова и смысл речи. Старайтесь ответить на вопросы: «Что именно его волнует и почему он на этом настаивает?» Тогда можно понять не только его идею, но и его мотивы.

«Терпение». Терпение, терпение и еще раз терпение! Если оно взрывается (а оно взрывается обязательно), то хвалите мысленно себя: «Дескать, какой (ая) же я талантливый как собеседник! Даже такого зануду способен терпеливо выслушать».

«Уточняющие вопросы». Помните, что ничего нельзя сказать, чтобы другой не мог неправильно понять. Поэтому уточняйте почти все! Это тоже знак внимания к его речи и тоже бесценная валюта для него.

Настрой на выслушивание клиента

Рецепт:

Слушать трудно, но полезно и нужно.

Слушать мешают наши эмоции и нежелание.

Но стоит взять под контроль всего три процесса, как слушание станет вполне управляемым.

1. Уравновешенность.

Это означает быть расслабленным, сосредоточенным и присутствовать «здесь и теперь».

2. Терпимость.

Терпимость к партнеру. Терпимость предполагает отсутствие критического оценивания. При этом стремление понять не означает необходимости соглашаться и принимать.

3. Активное слушание.

Активное слушание предполагает кроме внимания уточняющие вопросы, «эхо – отражение», поддерживающие кивки, резюмирование.

Тот, кто спрашивает, тот вооружен.

Проблема понимания

1. Понять клиента – значит прояснить для себя ПЕРЕЖИВАЕМОЕ ИМ.

2. Понимание связано с ПЕРЕВОДОМ ОБОБЩАЮЩИХ СЛОВ В КОНКРЕТНЫЕ ОБРАЗЫ (визуальные, смысловые, кинестетические). Обобщающие слова типа «качество» могут означать вполне конкретную вещь. Например, в отношении мебели это может быть светло-бежевый диван с ощущениями «утопания» в нем, легко моющийся, легко раскладывающийся одним мизинцем и легко передвигающийся по комнате. Не забывайте уточнять детали и получать ясные зрительные, слуховые и кинестетические (ощущения) образы.

3. Для понимания можно использовать следующие типы вопросов:

– **Открытые** («Почему вам нравится именно эта мебель?»).

– **Закрытые** («Вас устраивает эта расцветка?» Ответ возможен только в двух вариантах: Да или Нет).

– **Вопросы-завязки** («Не правда ли, красивый столик?»).

– **Вопросы-ёжики** (Вместо ответа на вопрос клиента задается другой вопрос: «Сколько стоит эта мебель?», «А вы хотите брать весь комплект или по частям?»).

– **Уточняющие вопросы** («Что конкретно вы имеете в виду?»).

– **Вопросы «эхо – отражение»** («Правильно ли я понял, что цена вас не устраивает?»).

Зачем задавать вопросы? Может, достаточно одних ответов на вопросы клиентов?

Цели задавания вопросов:

1. Поощрять разговор (задавать вопросы о мнениях, мыслях, ощущениях).

2. Поощрять раскрывать проблему (Что это? Как это? Где? Когда? Зачем? Кто?).

3. Высвободить, раскрепощать то, что закрыто.

4. Отслеживать нелогичности.

5. Повторять услышанное.

6. Резюмировать.

Обобщение. Как понимать душу клиента?

10 золотых постулатов об искусстве проницательности.

1. Клиент всегда прав. Но это его правда, и она священна для продавца. Согласие не обязательно означает принятие. Согласие – это всего лишь желание понять.

2. Маркетинг на рабочем месте – самый точный и дешевый вид маркетинга.

3. Обычный продавец продает товар, а хороший продавец решает проблему клиента.

4. Первый шаг в работе с клиентом – выявление его запросов, а не презентация товара. В чем главный интерес клиента? Где скрыты его главные сомнения?

5. Запросы клиента уложены в формулу МЦИРИ: Мотив («Какую проблему хочет решить клиент?»). Цель («Какой товар он хочет приобрести как средство решения своей проблемы?»). Измерители цели («Какие требования он предъявляет к данному товару по дизайну, цвету, качеству, срокам, цене и пр.?»). Риски («Чего он опасается и в чем сомневается?»). Итог («Чему он придает особое значение?»).

6. Чем больше разных вопросов – на выяснение, уточняющие, на сравнения, сопоставления, тем выше ваша проницательность. Люди не раздражаются, если мы искренне и доброжелательно интересуемся их вкусами, запросами и желаниями.

7. «Слушайте, слушайте, слушайте и еще раз слушайте. Не оценивайте, а слушайте. Поддерживайте кивками и междометиями, даже если не согласны. Стремление понять совсем не означает принятия. Отражайте смысл и резюмируйте услышанное. „Кто говорит, тот сеет, кто слушает, собирает жатву“». (П. Буаст)

8. «Чтобы вести людей за собой, идите за ними». *(Лао Цзы)*

Смотрите на свои товары глазами клиента. Помните, что концепция качества, цены и их соотношения у продавца и покупателя разные.

9. Работайте с клиентом, а не со своим товаром.

10. Решение о покупке формируется в мозгах клиента. Там же лежат и его деньги. Вы можете только влиять на принятие им решения, подавая нужную и востребованную им информацию.

Понять клиента – это больше, чем половина общей задачи по продаже.

3. Как научиться видеть в людях их индивидуальность?

Клиент должен чувствовать себя особенным.

Если клиент чувствует, что он, как клиент, является наивысшей ценностью для вашей фирмы, ему уже это будет приятно. А вы повесьте на самом видном месте гимн Клиенту.

Гимн Клиенту.

1. Клиенты – это высшая ценность нашей фирмы.

2. Клиенты – это те люди, которые обеспечивают наш бизнес. 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, поэтому 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 – это конечная цель нашей деятельности.

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 каком-то другом месте.

Улыбайтесь! Одаривайте клиентов комплиментами! Демонстрируйте им свое уважение! Это окупится. Наши друзья никогда

не скупятся на улыбки

Оцените свои способности говорить комплименты

Особенно сложно говорить комплименты трудным клиентам.

**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)! Произнесите комплимент!

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

Конгруэнтность – это созвучие, тождество слов и искренности. Комплимент, произнесенный бесстрастным голосом или с холодным блеском в глазах, воспринимается как укол.

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?

Вслушайтесь в комплименты окружающих. Они ужасно шаблонны. В основном замечают внешность и одежду. А ведь можно похвалить улыбку, блеск волос, вкус, цвет одежды, способности человека, его умение ценить чужое время (если он пришел без опозданий), все, что человек считает своим (машину, сумочку, детей, мужа, жену, родителей, шефа и пр.), оригинальность или глубину его суждений, полноту

информации, которую он представил, и т. д.

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

«Вашу бы энергию да в мирных целях».

Что это? Комплимент или ирония?

«Вы совсем зелененькая в этой кофточке» – тоже некоторое уязвление.

Комплимент похож на альпинистское снаряжение. Помогает идти в гору. Комплименты – ключи к душе клиента. Поэтому подбирайте разные ключи! Не будьте скупыми! И только искренние и лучезарные слова!

Люди говорят друг другу комплименты:

1.

– Вы исключительно привлекательны.

– Благодарю вас.

2.

– Я удивляюсь вашим талантам.

– Ну, вы преувеличиваете.

3.

– Вы прекрасно поете.

– Как Образцова?

4.

– Вы похожи на Софи Лорен.

– Вы не первый, кто это говорит.

5.

– Вы такая таинственная.

– Стоит об этом помнить.

6.

– Ваши духи завораживают.

– Да?

7.

– Вы должны сниматься в кино.

–

Вы бы сразу говорили, что вам от меня нужно.

8.

–

Вы похожи на девушку, в которую я был влюблен в школе.

– Неужели я так молодо выгляжу?

Стоит научиться не только свободно говорить комплименты, но и принимать их с достоинством.

4. Как получить кредит доверия у клиента?

Анатомия доверия

На одной симпатии и умении нравиться бизнес не построишь. Нужно еще и ДОВЕРИЕ. Доверие к себе – лучший капитал. О доверии все мечтают, но знают о нем не больше, чем о формуле счастья.

Вспомните двух конкретных людей, одному из которых вы доверяете, а другому не доверяете. Попробуйте распознать свои чувства. Что лежит внутри их? На чем основано ваше доверие или недоверие?

Психологи определили, что доверие основано на трех китах.

1. Вере в надежность и результативность человека. **(Критерий «Результативность».)** Вы уверены, что этот человек выполняет свои обязательства и способен достигать того, что обещает.

2. Вере в порядочность этого человека. **(Критерий «Порядочность».)**

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

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 засохшей розе. Восстановить почти невозможно. Невыполнение обязательств или обещаний подобно расстрелу того здания доверия, которое, может, и было построено, но разлетелось как карточный домик.

2. Насколько значимые для вас люди искренне верят в вашу порядочность, честность, соблюдение этики и морали? Насколько они разделяют ваши ценности? И что знают они о вас в этом плане? 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:

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

Все случаи высказанных сомнений клиентов в непорядочности или обмане – катастрофа вселенского масштаба.

Все случаи, когда клиент не осознает собственной шкурой заботу о себе, как о любимом ребенке, – предмет оценки и порицания.

Лозунги: «Будьте классными! Будьте честными! Будьте внимательными и заботливыми!» – достойны висеть всегда перед вашими глазами.

Любовь можно получить и на халяву, а доверие заслуживают безупречностью.

Приемы, помогающие построить доверие

1. **«Прежде чем взять, отдай».** *Китайская пословица*

а) *«Бескорыстный поступок».* Нужно сделать нечто, что

обезоружит партнера и убедит в вашей бескорыстности.

б) «Подарок». Сделайте подарок или окажите какую-то услугу, и ваш партнер почувствует себя обязанным.

в) «Забота». Вопрос: «Как вы себя сегодня чувствуете?»

2. **«Агенты влияния».** Пусть о вас говорят другие. (Подойдут отзывы других людей.)

3. **«Запрос критериев».** Спросите у сомневающегося партнера, какими критериями он бы оценивал вашу надежность, и дайте ему доказательства именно по его критериям.

Потеря доверия чрезвычайно опасна. Завоевать утраченное доверие чрезвычайно сложно. Особенно нужно следить, чтобы уровень доверия не упал ниже 70%.

Мудрые мысли:

«Утраченное доверие подобно утраченной жизни. Оно невосвратно».

Плутоний Сир

5. Что мешает продавцу соответствовать образу «приятного человека»?

Среди этих барьеров выделим четыре.

1. Уязвимость и неуверенность.

2. Пессимизм.

3. Апатия и вялость (отсутствие энергии и жизненного тонуса).

4. Стремление всегда защищать свою позицию или свои интересы (ориентация на противостояние в конфликтах и спорах).

Согласитесь, что и мы с вами не очень хотели бы дружить с людьми с таким набором прелестей.

1. Уязвимость и неуверенность

Уверенность и умение подать себя – это не просто желания, это признаки профессионализма продавца.

Чтобы понравиться людям, нужно вначале понравиться самому себе. Парадокс, но тем не менее это истина. Мы бессознательно внушаем окружающим свое отношение к себе. Чтобы нравиться окружающим, научитесь носить корону на своей голове.

Детьми, в начале жизни, мы наделены огромным богатством: мы считаем, что нам принадлежит весь мир, и хотим его получить. Но когда мы попадаем в социум, то испытываем разочарования и терпим неудачи. Наш опыт устанавливает границы мира, и со временем они сужаются.

Теперь мы ждем от мира все меньше и меньше, тем самым смиряясь с ограничениями, которые наполовину навязываем себе сами. Мы начинаем шаркать ножкой, извиняться по самому мелкому поводу, чувствуя вину за то, что вторгаемся на чужую территорию. Преодолеть такое сужение горизонта можно только одним способом: сознательно повести процесс в обратном

направлении. *А это означает умение преуменьшать значение неудач и не обращать внимания на ограничения.* Нужно убедить себя, что мы достойны лучшего, и заставить себя это требовать, как в детстве. Мы должны выработать для себя определенную стратегию, которую назовем Стратегией короны.

Стратегия короны основана на простой причинно-следственной цепи. Если мы поверим, что предназначены судьбой для великих дел, то эта убежденность приведет нас к тому, что мы начнем излучать своеобразное сияние, подобно тому как корона создает ауру вокруг короля. Это внешнее сияние начнет заражать окружающих, и они будут считать, что у нас, вероятно, имеются причины быть настолько уверенными в себе. У тех, кто носит корону, такой вид, словно им неведомы внутренние ограничения касательно того, о чем они могут попросить, или того, что могут выполнить.

Берите пример с ребятишек. Они просят и получают. Их очарование заключается в их высоких притязаниях и больших надеждах. Взрослым доставляет радость потакать их желаниям.

Прием прост: ваша вера в себя должна преодолеть вашу неуверенность. Даже если в глубине души вы понимаете, что обманываете себя, играйте короля. И увидите, что с вами начнут соответственно обращаться.

Приемы царственного поведения

1. Выступайте со смелыми притязаниями. Подходя к человеку, будьте уверены, что вам невозможно отказать в разговоре.

2. Проявите чувство собственного достоинства, которое дано вам просто по факту вашего рождения.

3. Наденьте корону мысленно на голову, и у вас появится царственная осанка. Она заставит вас изменить походку. У вас появится спокойное достоинство, излучающее свет. Никогда не показывайте сомнение, не теряйте царственность, или корона свалится с вашей головы. Не ждите, когда вас пригласят на коронацию. Величайшие императоры мира короновали себя сами.

Умение владеть собой.

Пять составляющих умения владеть собой (по К. Хогану)

1. Увлеченность. Когда мы концентрируемся на своей мечте и на том, как будем ее осуществлять, внутри нас полыхает новый огонь любви к жизни. Большие цели создают энергию целеустремленности. И мы начинаем притягивать к себе людей, как магнит.

2. Вера. Мечта, навстречу которой мы идем, похожа на восход. Сначала мы видим только тонкую светлую полосу на горизонте. А потом мы знаем, что огромный шар поднимется в небо. Мы в это верим. Вера – это уверенность в невидимом. Когда мы верим в праведность своего дела, наша способность убеждать других резко усиливается.

3. Контакт. Если мы умеем управлять контактом (а об этом вся наша книга), мы способны убеждать людей. Навыки хорошего контакта – свидетельство полного владения собой.

4. Сила воли. Благими намерениями вымощена дорога в

ад. Намерения могут быть добрыми, но результат зависит от воли. Ключ к собственной судьбе спрятан внутри нас. И этот ключ называется волей. Воля подобна гравитации, электричеству или магнетизму. У одних воля напоминает слабый накал лампочки, у других – мощный лазерный луч.

5. Влияние на людей. Ко всему вышеперечисленному нужно добавить и навыки эффективного лидерства.

Рецепт (Формулы самовнушения)

Уязвимость – это все равно что прыщи на лице. Их не скроешь, и они не нравятся окружающим. Под градом психологических булжников в виде обвинений, критики, претензий со стороны шефа или клиента мы часто уязвимы.

Но детскую привычку обижаться можно преодолеть. В наших силах ответить на косой взгляд или окрик Спокойствием и Достоинством. Помогут следующие мысли, если их проговаривать про себя:

1. «У Бога брака не бывает. Я – хорошая (ший), но допускаю, что об этом может и не знать все человечество».

2. «Я имею право уходить от тех, кто меня не любит. Жизнь слишком коротка, чтобы тратить ее на уныние по поводу тех, кто просто не хочет видеть во мне мои достоинства».

3. «Я не могу удовлетворить все ожидания людей. Я – тот, которого сделала Природа, а не тот, которого придумали себе люди. Все, что могут плохого подумать обо мне, все равно подумают».

4. «Оставаясь собой, я служу Природе и высшим силам, а

не амбициям и нереалистическим ожиданиям окружающих меня людей. Преступно не разочаровывать людей, преступно не выполнять заветы Природы».

Чувство уверенности и достоинства как мантия даны нам просто по факту нашего рождения. И никто не может сбросить его как половую тряпку, без нашего на то разрешения. Не забывайте об этом!

Собственную уверенность нужно поддерживать. Физическое состояние мы поддерживаем зарядкой, а психологическое – вот такой психогимнастикой.

Настрой на предстоящий контакт

Утреннее умывание и чистка зубов – норма культурного человека. Освобождение от психологической грязи каждое утро не менее полезно и обязательно.

Настрой на день подобен зарядке аккумулятора.

Рецепт:

Если у вас сегодня плохое настроение с утра, то...

Войдите в роль марсианина и делайте следующее:

1. Уходя из дома, помашите домашним. Помашите кому-нибудь по дороге.
2. Дайте щедрые чаевые таксисту или официанту.
3. Скажите кому-нибудь три комплимента.
4. Надрайте до блеска туфли.
5. Настройтесь сегодня никого не критиковать.
6. Сделайте два добрых дела так, чтобы люди не знали, кто их автор.

7. Нацельтесь на то, чтобы сказать первому встречному нечто такое, что наполнит его радостью на целый день.

Чем больше отдадим, тем больше получим бескорыстно радости от других.

Глотните хорошего настроения, чтобы встретить день в добром расположении духа.

Чувство уверенности можно поднять, войдя в состояние уверенности и используя приемы поведения уверенного человека, как, например, приемы ЛОРС.

Рецепт профессионального обаяния (ЛОРС)

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

Рецепт:

Набор инструментов по формуле **ЛОРС** растопит любое напряжение клиента.

Л – Леди – джентльмен. Быть обаятельным можно, только находясь в состоянии, условно называемом «Леди – джентльмен». Это состояние уверенности, внутреннего достоинства при одновременной доброжелательности к клиенту. («Джентльмен – это человек, в общении с которым чувствуешь себя джентльменом». *Б. Рассел.*) Надевай этот образ как одежду.

О – Одежды королевские. Надевайте на партнера королевские одежды! Партнер – ваш король! Но вы – не лакей,

вы леди – джентльмен, вы – вельможа! Королевские одежды – это подчеркивание значимости клиента, важности его интересов для вас, уважения к нему и признательности за то, что он предпочел именно вас. Это и демонстрация положительных ожиданий. Дескать, я вам доверяю и уверен, что имею дело с хорошим человеком.

Р – Раппорт. Раппорт – это настройка на партнера, общение с ним на его волне, физическое отзеркаливание, разговор в его темпоритме, отражение его позы, жестов. Раппорт – это своеобразная пристройка к партнеру в вашем танце с ним. Она нужна вам для того, чтобы потом вести его в ту сторону, куда нужно вам обоим. Если один из вас сидит, а другой стоит, раппорта не будет. Если один говорит медленно и важно, а другой частит, то раппорта не будет. Если один говорит, а другой невнимателен, раппорт отсутствует.

С – Строуксы. Строуксы – это набор «психологических поглаживаний». Улыбка, контакт глаз, эмоциональная поддержка, активное рукопожатие, комплимент, мягкая тональность речи и т. п.

Обаяние – это незавернутый подарок.

(В. Кротов)

2. Пессимизм

Страхи и тревожность – серьезные помехи в продаже.

Тревога ограничивает ваш успех в сфере продаж. Тому, кто склонен к самобичеванию, в сфере продаж придется туго. Люди придумывают себе причины, по которым клиенты не будут у них покупать, и настраивают себя на неуспех, так и не вступив в контакт.

Успех – это путь из хорошо встреченных срывов.

Не осознавать и не реализовать данные вам способности – все равно что не воспользоваться завещанным наследством. С чем согласны мириться, то и будем иметь. Мы сможем иметь все то, что пожелаем, если перестанем верить, что не сможем иметь все, что пожелаем.

Несчастливыми люди становятся тогда, когда они признают себя таковыми. Несчастье – это приговор самому себе. Наш нереализованный потенциал – все равно что разлагающийся труп в красивом гробу. Быть собственным могильщиком – довольно презренное занятие. Многие люди живут на постоянно включенных тормозах.

Но путь к любому успеху усыпан провалами. Без них не бывает побед.

Кошмар провала торчит ножом в сердце, парализуя физически и духовно. Человек бьется как рыба, хватаящая ртом воздух, чувствуя себя кретином и полной развалиной. И при всей опустошительности любой неудачи и разрушительности любого провала есть нечто более трагическое и страшное:

отсутствие неудач и провалов.

Нет неудач, значит, не было и попыток действовать. Не идти на риск неудач – значит не идти на риск успеха.

Успех – это путь из хорошо встреченных срывов. А провал – это необходимая смазка для любого успеха. Какой бы смердящей, мучительно болезненной ни была неудача, она – необходимый камень в фундаменте успеха.

Такой вещи, как провал, не существует; всякий провал – повод и благоприятная возможность для личностного и профессионального роста, поучительный опыт, прибавляющий мудрости и знаний, чтобы преодолеть препятствия, достичь своих целей и осуществить свою мечту.

Победители и неудачники отличаются друг от друга только в этом. Одни признают эту философию и руководствуются пословицей «Упади семь раз, а поднимись восемь», другие – нет. Делайте что-нибудь! Лидируйте, следуйте... Или просто уйдите с дороги!

Заройте голову в песок. Наверняка получите пинок под зад.

Что там будет впереди, неизвестно. А вдруг провал? Лучше ничего не делать. Это привычные мелодии в мозгах обывателя.

Лидер рассуждает иначе.

Если вы не отправитесь, то определенно не придете.

До тех пор, пока ощущаем себя жертвами, мы бессильны что-либо изменить.

Страх превращает нас в несчастных. Тогда как же выполнять свою главную обязанность: быть счастливым? САМИ

ТОЖЕ ОПАСАЙТЕСЬ РОБКИХ!

Край пропасти – просто начало подъема.

На Востоке говорят:

– Нет плохого, есть только то, что тебя огорчает.

– Нет хорошего, есть только то, что тебя радует.

– Не беспокойся за себя. На самом деле Вселенная тобой слишком дорожит, чтобы ты не пропал зря.

– Чем проигрышной ситуация, тем она выигрышной.

– Твои ошибки не погубят Вселенную.

Все великие дела и великие состояния создавались на руинах и после выхода из пропасти. Стоя на краю пропасти, почувствуйте аромат новых возможностей.

Продажа всегда дает множество шансов для успеха. Уловить их и быть готовыми к нему, а также не бояться провалов – вот секрет ее успеха.

Преодоление страха перед ошибками.

Освой молитву мудреца!

ГОСПОДИ!

Дай мне СИЛЫ изменить то, что Я МОГУ изменить.

Дай мне ТЕРПЕНИЯ смириться с тем, что я НЕ МОГУ изменить.

И дай мне МУДРОСТЬ, чтобы отличить первое от второго.

Проведи ревизию этого дня. С чем сегодня зря боролся? На что не хватило терпения?

Начинай день с прополки собственных мозгов!

1. Скажи себе: «Мысли типа „Нет правды на земле, но нет ее и выше“ – не что иное, как мозговой сорняк. Никакого отношения к реальности они не имеют».

2. Далее напхни: «Жизнь – это смешение добра и зла, и она всегда нейтральна. Эмоциональный окрас придает ей наш мозг».

3. Выбей на своих мозгах, как на скале, лозунг: «Счастье – это не кайф, а способность с достоинством и философски переживать несчастье».

4. Дай зарок: «На жизнь не обижаться!»

Нищий тот, кто не видит своего богатства.

Унылость на лице, как пасмурная осенняя погода, отпугивает от нас людей.

Рецепт:

Упражнения:

Пережить до конца любую страшную мысль, пришедшую в голову, и насладиться эффектом (оказывается, не так страшен черт, как его малюют). Убедиться, что вы остались целым и даже невредимым, даже если все это произошло.

Запретить себе, как Скарлетт, думать об этом до того, как это произойдет на самом деле. (Ведь этого может и не произойти, а вы бы не упустили возможность попереживать.)

Успевать радоваться здесь и сейчас всему настоящему, что происходит (солнцу, погоде, окружающим людям и самой жизни).

Страх смерти мучительней самой смерти. Так зачем

же сокращать и без того короткую жизнь?

Страх и тревога заразительны, как грипп. И какой же клиент пойдет туда, где живет вирус?

Страх отказа

Если есть патологический страх получать отказы, то можно предложить два пути избавления от них.

Первый – это просто уйти из бизнеса.

Второй – переучить свое подсознание бояться отказа.

Все люди боятся:

- неудачи;
- унижения;
- отвержения;
- финансового краха.

И даже успеха, которого они якобы не заслуживают.

Чувства следуют за мыслью. Энергия тоже следует за мыслью. Печальные мысли рожают депрессию, страх. А это все равно что пить яд. Мрачные мысли притягивают энергию мрачного знака. Зачем же притягивать ту энергию, которая приведет вас к провалу?

Наши мысли – не только реакция на события; они способны влиять на результат.

Одно из важнейших открытий психологии за последние 25 лет состоит в том, что человек может выбирать способ мышления.

Как перестать бояться отказа?

Как зажечь в своем мозгу лампочку, свет которой погасил бы страх перед отказом клиента? Психология дает в руки несколько включателей внутреннего света, т. е. мыслей и формул самовнушения, которые погасят страх перед отказом.

Наверняка часто встает перед вами внутренний страх (или нежелание) идти в пасть ко льву. Нужно делать звонки, на которые наверняка будут отказы, или идти что-то просить, где тебе не жаждут отдавать. Как быстро вырвать у себя в мозгах сорняк предательского страха. Ведь не мазохисты же мы. Идти туда, где явно натолкнешься на неприятность отказа, просто не хочется. Но надо! И вот вам формула интриги с самим собой: **И, К, Л, М, Н.** (Надеюсь, русский алфавит вы не забыли.)

И – «Игра»

Относись к отказу как к игре, которая позволит тебе тренировать свою устойчивость и умение переубеждать. Психика не терпит насилия. Лучше всего она реагирует как ребенок на игру. Тебя травмирует мысль о возможном отказе? А ты скажи себе, что тебе предстоит спектакль, в котором ты должен играть определенную роль.

К – «Кладбище (упущенных возможностей)»

Оцени, сколько стоит твой страх? Какие потери ты понесешь, если не сделаешь это? Какие возможности можешь упустить? А на сколько, например, тянет средняя покупка?

Прикинь потери из-за своей нерешительности или неумения, и сразу появится энергия действовать. После этого захочется тебе сидеть на кладбище упущенных возможностей?

Л – «Лестница»

Ты обучаешься искусству продажи и переубеждения. Согласись, не будет отказов, не будут развиваться и эти способности. Представь лестницу. Каждая ее ступенька поднимает тебя к успеху. Любой твой шаг в пасть льва – это тренировка преодолевать отказы. Относись к визитам как к репетициям. Ведь ни один актер не вышел на сцену, не имея за плечами множество репетиций.

М – «Миссия»

Осознай свою миссию! Ты не просишь купить, ты предлагаешь то, что удовлетворит какую-то потребность покупателя, т. е. ты предлагаешь кусочек счастья! Ты заботишься о людях. Кроме того, ты поишь бизнес России живой водой. Знаешь, как можно не зарабатывать денег? Надо просто сидеть дома.

Н – «Награды»

Представь в воображении образ тех выгод, которые ты можешь получить, если все удастся. Пусть эти возможные награды тебя вдохновят отбросить страх и пойти в пасть льва.

С помощью формулы самовнушения И, К, Л, М, Н можно вырвать сорняки в виде страха перед отказом и отправиться в путь на преодоление жизненных преград!

Молитва оптимиста:

– Беда лишь тогда несчастье, когда речь идет о жизни близких. Во всех остальных случаях это лишь гримаса жизни.

– Неудача – такая же норма жизни, как и успех. Темнота так же необходима для человеческой сути, как и свет.

– Сталь закаляется в холодной воде, человек – в кризисе.

– И в том, что кажется несчастьем, ищите проблеск солнца.

– Те, кто добился успеха, отличаются от неуспешных тем, что знают, как подниматься.

– Вместо того чтобы проклинать тьму, ищите свечку.

– Если пугаться жизни, некогда будет радоваться.

– Помните: все временно. Мы будем жить дольше того, что происходит в нашей жизни сейчас, а значит, все это переживем.

– Смелость – это готовность к действию, несмотря на страх.

– Тем, кто пугается и выжидает, часто достается то, что остается от тех, кто дерзает.

3. Апатия и вялость

Искусство выживания принадлежит народу

От кого зависит достижение вашего богатства? Может, вас это сильно удивит, но только от вас. Если ваша цель зависит от других (в вашем воображении), то быть вам жертвой по

жизни. А жертвы богатыми бывают, только если повезло с предками или со случаем.

Если вы недостаточно богаты, задумайтесь, как вам это удастся? Человек счастлив и богат ровно настолько, насколько он позволяет себе это. Есть примета: если не утруждать себя размышлениями о том, как вы собираетесь достичь своей цели, а передать это силе, более великой, чем вы, то все, что вам нужно, это знать, куда вы направляетесь. И тогда якобы ответы придут сами собой. Может, стоит и вам попробовать? Все, кто поверил в это, утверждают, что все получилось.

Главное, не оставайтесь в постели... если, конечно, вы не умеете зарабатывать деньги в постели. Воспитывайте здоровое неуважение к невозможному. И для этого я предлагаю вам погонялки для собственной лени. Повесьте их на холодильник или на зеркало, чтобы они каждый день мозолили вам глаза. И ваша спящая энергия проснется и вознесется.

Погонялки для лени

Чертова дюжина формул настроения на день:

- 1.** На хлеб зарабатывают руками, на масло – головой, на икру – идеями.
- 2.** Бизнес, как и автомобиль, сам катится только вниз.
- 3.** Тем, у кого нет своих целей, приходится работать на тех, у кого они есть.
- 4.** Энтузиазм заразителен, его отсутствие тоже.
- 5.** Мозги чаще ржавеют, чем изнашиваются.
- 6.** Победитель говорит «Сделаю!» и преуспевает. Неудачник

говорит «Постараюсь!» и терпит неудачу.

7.Если мало платят, расти духовно.

8.Ленивый никогда не совершит подвига, ему лень.

9.Если вы не отправитесь, то определенно не придете.

10.Сила личности измеряется способностью завершать дела.

11.Если **зароешь** голову в песок, наверняка **получишь** пинок под зад.

12.Мозг подобен парашюту: действует эффективнее всего, когда открыт.

13.Люди смогут иметь все то, что пожелают, если перестанут верить в то, что не смогут иметь все, что пожелают.

Это рычаги, которыми можно перевернуть если не весь мир, то нежелание работать однозначно.

Пересмотрите сегодня свое отношение к проблемам.

СООБЩАЕМ ПО СЕКРЕТУ: НЕРЕШАЕМЫХ ПРОБЛЕМ НЕ БЫВАЕТ!

Иметь ребенка без мужа (жены)?

Создать свой собственный бизнес?

Написать роман?

Совершить кругосветное путешествие?

Разве это проблемы?

НЕРЕШАЕМЫХ ПРОБЛЕМ НЕ БЫВАЕТ!

БЫВАЮТ ТОЛЬКО РЕСУРСНЫЕ ИЛИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ. НЕ ПРАВДА ЛИ, ГЛУПО ОСТАВЛЯТЬ НЕРЕАЛИЗОВАННЫЕ МЕЧТЫ НА СЛЕДУЮЩУЮ ЖИЗНЬ?

Способность – это камень, который нужно еще вкатить на гору.

В головах людей часто рождаются оригинальные эскизы великих свершений. Только далеко не все выходят на дорогу кропотливого труда для их свершения.

«Бездействуя, мы превращаемся в услажденно думающую тварь, трудясь, мы – нормальное животное, продираясь к великой цели, мы – люди».

Вл. Шамов

Чтобы цель не выглядела неуправляемым подростком, держите ее под неустанным вниманием.

1. Держите ее перед собой. Напишите на бумажку, прикрепите на видное место, положите в бумажник, повесьте, как брелок, в автомобиле. Не отпускайте от себя.

2. Сделайте коллаж из картинок, символизирующих вашу мечту.

3. Превратите это в игру. Оцените полную стоимость всех шагов, фиксируйте свои достижения как выигрыши. Устройте себе церемонии награждения. И радуйтесь пусть и малым победам.

4. Находите сторонников и единомышленников, чтобы обсуждать свои успехи.

5. Рассказывайте о своих целях другим и не позволяйте им остужать ваш пыл.

6. Дружите с тем, у кого есть большие цели. Избегайте неудачников. Неудача как вирус заражает пессимизмом. Энтузиазм заразителен, его отсутствие тоже.

В жизни человека есть одно трудно преодолимое препятствие – он сам.

4. Склонность продавца к противостоянию

Как вы думаете, будет клиент себя чувствовать комфортно, когда с ним, с его мнением или его интересами борются? Еще Дейл Карнеги говорил, что вы можете выиграть спор, но вы при этом обязательно потеряете партнера.

Чтобы избавиться от дурной привычки вступать в борьбу за свои позиции, мнения или интересы, потребуются тренинги по двум видам умений.

1. Чтобы не вступать сразу в конфронтацию, когда она назрела, нужно научиться сдерживать себя.

2. Научиться элегантно управлять чужой агрессией, не разрушая отношений.

Управление собственной выдержкой

Бывает, что клиенты гневаются. Но разве это повод заразиться от них, как при гриппе?

Вместо антивирусных таблеток защитите себя

антивирусными мыслями. Говорите про себя, как молитву:

1. «Я не помойное ведро, чтобы втягивать в себя чужие испражнения».

2. «Я сижу на строгой диете, исключая ядовитые мысли и образы».

3. «Я – умная и зрелая личность, которая не принимает чужие детские обиды и обвинения».

Быть терпеливым в печали и перед лицом опасности – достойно восхищения окружающих.

Таблетки невозмутимости

Применять под градом психологических булыжников.

Обиду, оценку «Сам дурак», злость и бессилие оставляем недругам. Сами же играем другие роли.

1. Роль памятника, скалы или утеса, которым «булыжники» что комариный укус.

2. Роль ниндзя, короля, льва, мудрой змеи (выбрать приятное).

3. Роль нарцисса. (В момент нападок заниматься самовосхищением: «Какой(ая) же я талантливый(вая)! Даже с таким... могу говорить спокойно».)

Мудрые мысли:

Гнев лишает нас разума, но, к сожалению, не лишает нас дара речи. Произнесите в гневе речь, и она станет незабываемой. Ее трудно будет забыть обеим сторонам.

Укрощение чужой агрессии

Гневом клиента можно управлять элегантно. Поединки бывают не только на ринге. Что делать, когда тебя обвиняют, на тебя нападают, на тебя выбрасывают ушат психологических испражнений в виде обид, претензий, оскорблений?

Психологическое айкидо напоминает такое же балансирование перед злой агрессией, как балансирование человека на шаре.

Айкидо – не уступка и слабость, айкидо – это мудрость.

Приемы психологического АЙКИДО

1. **«Пар»** (дай выпустить пар противнику).
2. **«Пластинка»** (спокойно требуй свое, как заезженная пластинка).
3. **«Строуксы»** (психологические поглаживания: улыбка, спокойный тон, подчеркивание значимости человека, комплименты и пр.).
4. **«Самоубийца»** («Я похож на самоубийцу? Если бы я имел такие намерения, я бы навредил прежде всего себе»).
5. **«Рефлексия»** («Со стороны все это выглядит, как будто разъяренный учитель отчитывает провинившегося ученика, мне роль ученика не очень нравится»).

6. **«Отвлечение»** (задать вопросы по другой теме, менее опасной).

7. **«Мандат»** (получить мандат от того, что признается за авторитеты. «Для нас это все равно что выполнение Уголовного кодекса, поэтому не настаивайте на отклонении от наших правил»).

8. **«Эхо»** (повторять (спокойно) слова партнера, как бы соглашаясь с ним).

9. **«Огонь на себя»** (принимать на себя извинения по какому-то поводу).

Общая суть психологического айкидо

1. Не сопротивляться агрессии партнера, а гасить ее.

2. От начала до конца сохранять выдержку и доброжелательность.

3. Помнить, что стремление понять не означает, что вы с этим согласны. Вы хотите понять его, и только!

4. Вы допускаете, что партнер имеет полное право на свой взгляд и свою оценку ситуации. Это всего лишь сорняки в его голове. И это не повод, чтобы его ненавидеть.

5. Помнить, что крик, обида, злость, гнев партнера – это его крик боли, его SOS, его слабость, в конце концов. Так зачем же его еще и камнем по башке?

Уступай, чтобы ослабить сопротивление.

Учись быть ведомым, чтобы вести других.

Так говорят на Востоке.

Правила снижения напряженности в трудных ситуациях

1. Игнорировать агрессию клиента (если она возникла) и не заражаться ею, т. е. оставаться спокойным.

2. Выдерживать паузу.

3. Перемотать пленку назад (*«Давайте уточним, в чем суть проблемы»*).

4. Признайте факт и признайте право клиента на такую реакцию (*«На вашем месте я, наверное, тоже бы так реагировал»*).

5. Переведите его жалобу, недовольство в конструктивную форму (*«Что вы предлагаете делать?»* или *«Вместо того чтобы проклинать тьму, давайте поищем свечку»*).

6. Сосредоточьтесь не на расхождениях, а на том, в чем есть согласие, и переводите разговор в эту область (*«И вы, и мы хотим... Давайте поговорим об этом»*).

7. Демонстрируйте идею «Мы с вами не против друг друга, а против общей проблемы. Давайте ее искать!».

8. Попросите совет.

9. Не бойтесь извиняться. (Помните, что извиняться могут только сильные и зрелые личности.)

10. Берите ответственность (перед самим собой) на 100% и играйте роль хозяина положения (или дрессировщика).

11. Не занимайтесь критикой и указанием на ошибки, просчеты, недальновидность клиента. Вы этим самым загоните его в защиту и получите с его стороны ответное нападение (как лучший способ защиты).

12. Не живите в иллюзии, что все понимаете и запоминаете

из того, что говорил клиент. Переспрашивайте и уточняйте свое понимание. непонимание является часто причиной конфликтов или напряженностей в отношениях.

13. Не расширяйте фон конфликта. Говорите только о том, что было источником данного конфликта. Не вспоминайте все ранние прегрешения клиента и не отвечайте оправданиями на его подобные выпады.

Будьте терпимы к людям. Они такие, какие есть, а не такие, какими мы хотели бы их видеть.

Настрой на извинения

Рецепт (формулы самовнушений):

Возвышайся, извиняясь!

1. Извиняться могут только сильные и зрелые личности.
2. «Психологическим подросткам» извиняться мешают их амбиции.
3. Извинения – проявление силы, а не слабости.
4. Извинения приносят дивиденды. Второй человек не менее благороден и тут же начинает тащить одеяло вины на себя.
5. Извинения – лучший способ вытащить признание в несовершенстве его же действий у партнера.

Правы французы: **«Если женщина не права, пойд и извинись»**.

Рецепт элегантной критики:

1. **Факты.** Изложите факты бесстрастным тоном. Какие конкретные проявления или действия человека вызвали ваше недовольство?

2. **Последствия** (негативные). Изложите те последствия, к которым привели эти факты. Тоже следите за бесстрастностью тона.

3. **Чувства (ваши).** Выскажите чувства, которые вы испытали, оценивая разрушительность или вредность для вас и других от этих последствий. Тут допустимо и эмоциональное выражение своих чувств. Вместо оценки типа «Вы – необязательный человек» выразите свои чувства: «Я почувствовал себя оскорбленным и обиженным, когда вы не выполнили свое обещание».

4. **Предложение.** Критикуя, предлагай! Что вы предлагаете для исправления им же совершенного проступка? Можно вместе с ним обсудить возможный выход из сложившейся ситуации.

При критике

1. Категорически запрещено давать негативные оценки провинившемуся. Заменяйте это описанием своих чувств.

2. Следите за тоном, ибо люди больше реагируют на тон, чем на слова.

3. Ваша задача исправить положение и найти выход, а не искать виновного. В Грузии говорят: «Вместо того чтобы проклинать тьму, ищите свечку».

4. «Не давайте людям потерять лицо». Потерю лица никто

не прощает. Вы наживаете врага.

6. Приемы личного магнетизма продавца

Первый шаг, он трудный самый. Первый шаг при встрече с клиентом. Как расположить его к себе и понравиться?

Как подойти к клиенту, если не уверен в себе и сомневаешься в успехе? С чего начать разговор? Привычное обращение продавцов в магазинах «Вам не помочь?» скорее отпугивает посетителей, чем притягивает. Это плохо. А что такое хорошо?

В этом и предстоит разобраться.

Сразу определяются задачи:

1. С чего начать разговор?
2. Как обеспечить успех контакта?
3. Как понравиться?
4. Как сохранять свое достоинство при любом раскладе?

Как познакомиться и понравиться

Дюжина заповедей:

1. Действовать.
2. Быть красивым зеркалом.
3. Внутренний макияж (см. ниже).
4. Брать на себя ответственность за все.

5. Источать положительные эмоции.
6. Давать другому самовыражаться, а не демонстрировать только себя.
7. Быть оригинальным, нестандартным.
8. Уметь говорить комплименты.
9. Не страдать должноманией, т. е. не быть рабом собственных ожиданий и не демонстрировать разочарование, что человек оказался не ангелом.
10. Не бояться попасть впросак.
11. Если не получается понравиться сразу, сменить позицию и попробовать другие тактики.
12. Быть самим собой, т. е. естественным.

Особо эффективные приемы воздействия

Люди не хотят слышать о скучном и банальном. Им подавай что-нибудь романтическое, из ряда вон выходящее – вот в это они поверят с превеликой охотой. Доставьте им это удовольствие. И всегда стремитесь ввысь. Чем масштабнее и фантастичнее ваши иллюзии, тем лучше.

Яркая образность и символические красивые жесты создают ауру власти. Они захватывают любого. Ставьте поэтому спектакли для окружающих, полные притягательных наглядных и лучащихся символов, которые бы преувеличивали долю вашего участия.

Образы – это чрезвычайно действенный обходной маневр. Они обманывают сопротивление нашей воли. Минуя голову, вместилище сомнений и упорства, они направляют свое

воздействие прямо в сердце. Ошеломляя взор, они порождают мощные ассоциации, объединяют людей, волнуют их.

Расположение в пространстве

Есть некоторые секреты, выявленные психологами, которые неплохо знать любому деловому человеку.

1. Люди, сидящие наискосок друг от друга, почему-то общаются чаще в два раза, чем сидящие рядом.

2. Сидящие рядом вступают в беседу в три раза чаще, чем сидящие напротив друг друга.

3. Сидящие напротив друг друга за столом испытывают бессознательное противостояние и соперничество.

Отсюда вытекают советы:

1. Старайтесь расположиться с партнером для разговора о своем бизнесе немного наискосок друг от друга.

2. Не садитесь с партнером на стул, который расположен ниже его стула. Ваша компетентность будет подвергнута сомнению на бессознательном уровне.

3. Лучше всего сидеть на стуле без подлокотников, чтобы не ограничивать себе свободу жестикуляции.

Психологические уздечки

Кто не мечтает вести клиента, как лошадь за уздечку? Психологические уздечки к вашим услугам. Действуют почти безотказно. Человек на 90% состоит из бессознательного, и только на 10% он управляется осознанными командами мозга.

Наше бессознательное как малое дитя. И даже у взрослого человека оно подчиняется внешним стимулам. Возьмите его за ручки и ведите в нужном вам направлении. Вы улыбнулись, и маленький ребенок автоматически улыбнулся вам в ответ. Вы нахмурились, и у него свело лоб в морщинки. Можно вводить и взрослого человека в то состояние, которое требуется вам. Только сами будьте настройщиком.

1. Приемы пристройки.

Раппорт. Настройтесь на темпоритм клиента, постарайтесь отзеркалить его позы, мимику, темп речи. В ответ у него наводится бессознательная симпатия и теплое чувство к вам, как к человеку родственному.

Трансакции. Отвечайте с той позиции, с которой он ожидает. Если он держится на равных, то и вы так же. Если он свысока, то не сочтите унизительным подыграть и принять роль почтительного ученика. Если он похож на растерянного ребенка и грешит нерешительностью, то играйте смело роль уверенного человека, знающего ваш общий путь.

Эхо – отражение. (Слушать самым внимательным образом и отражать смысл понятого значит не только нравиться клиенту, но и даже его понимать.)

2. Приемы ведения.

Метод ТРИ. Метод Тонкой Ролевой Игры означает, что он видит в вас, как в зеркале, свой хороший образ и изо всех сил (бессознательно) будет стремиться соответствовать тому, что вы ему навязали.

Суггестия. Задайте несколько вопросов-трюизмов, на которые можно ответить только «да», и бессознательную

установку на согласие вы уже ему внушили.

«ЭМ-ЗА». Эмоциональное заражение. Говорите с воодушевлением – и оно заражает. Говорите уныло – и серое настроение наступит и у клиента.

Клиента можно вести, как ведет лошадь хозяин.

Ведение бывает насильственным, эмоциональным или скрытым, т. е. гипнотическим.

Приемы просты: определенный речевой оборот плюс точно подобранный голос.

Есть фразы, которые обходят контроль сознания и напрямую воздействуют на подсознание.

Апелляция к значимости человека. «Вы, как умный человек, понимаете, что...».

Апелляция к Судьбе или карме. «Нас свела сама Судьба» или «Мы с вами не встречались ли в другой жизни?».

Апелляция к жизни. «В жизни всегда так бывает».

Апелляция к мудрости. «Вы же понимаете, что не ошибаются только святые и те, кто на кладбище».

Рецепт самоконтроля при разговоре с клиентом:

Проверьте себя! Дурные привычки так заразительны.

1. Не превращаете ли вы беседу с клиентом в собственный монолог?

2. Может, и вы прерываете людей на полуслове?

3. Не отводите ли вы глаза и не демонстрируете ли скуку или нетерпение при слушании?

4. Не начинаете ли вы спорить раньше, чем клиент закончил свою речь?

5. Не горите ли нетерпением поделиться с ним своим опытом?

6. Может, и вы от нетерпения заканчиваете фразу за другого?

7. Не оцениваете ли вы критично его самого, одежду или аксессуары?

8. А может, вы утрируете обратную связь излишними кивками и репликами?

Сундучок с секретами обольщения

Объектами обольщения могут быть любые люди. Что у них общего? Все они люди и подчиняются законам, которые были выявлены при изучении людей.

Вы можете ознакомиться с содержанием сундучка и отложить его в сторону. Но при каждом новом визите или когда нужно идти на новую встречу, откройте этот сундучок и просмотрите его содержимое. Все эти полезные приемы настроят вас на успех. Ведь выполнять их совсем нетрудно. Данные секреты вывела и обобщила психолог Лейл Лаундсен.

1. **Струющаяся улыбка.** Не приветствуйте людей немедленной и неизменной улыбкой, будто каждый, кто появился в поле вашего внимания, одолжил вам денег. Тот, кто слишком торопится улыбаться, выглядит неуверенным. Лучше вначале встречи внимательно посмотрите на человека, чтобы почувствовать его индивидуальность, а затем подарите ему широкую и искреннюю улыбку. Это серьезное лицо вначале и появившаяся затем улыбка убедят партнера, что изменение

эмоций связано именно с ним.

2. **«Липкий взгляд».** Представьте, что ваши глаза как оптические нервы приклеены к партнеру липкой тягучей жвачкой или резинкой. Попробуйте потянуть резинку чуть назад или в сторону, как бы управляя глазами партнера. Липкий взгляд говорит о доверии, открытости и готовности помочь.

3. **Неотступный пристальный взгляд.** Он применяется тогда, когда вы хотите привлечь внимание незнакомого человека, если находитесь на вечеринке, тусовке и вообще в любой толпе. Этот бесстыдный прием обладает сильнейшим действием. Он интригует человека. И когда он уже и сам начнет следить за вашим взглядом, вы можете подойти к нему для знакомства и разговора. Он будет готов к нему.

4. **Приласкайте ребенка, живущего в душе каждого взрослого.** Как только вы познакомились, покажите человеку свой восторг по поводу того, что он особенный. В этой игре вы не погрешите против правды. Все люди на Земле созданы как индивидуальные творения. Бог копий не делает.

5. **Ограничьте проявление беспокойства.** Не дергайтесь, не ерзайте, не чешитесь. Уверенные люди всегда гармоничны и источают покой и терпение.

6. **Животный инстинкт.** К сожалению, люди чрезмерно уповают на свой разум, тем самым заглушая свой животный инстинкт. А вы включайте интуицию и прислушивайтесь к ней. Когда люди думают, что у вас есть интуиция, чутье хищника и животный инстинкт, они скажут про вас, что вы – не промах.

7. **Подстройтесь под настроение собеседника.** Прежде чем начать говорить, проанализируйте голос и настроение

вашего партнера. Это как в танце. Прежде чем вести, нужно вначале пристроиться.

8. Всегда носите НЕЧТО. На любые встречи или тусовки берите с собой нечто такое, что привлечет внимание вашего собеседника. Это будет прекрасное начало разговора. Если у вас в руках находятся четки или на груди необычный значок какого-то клуба или общества, на шее могут висеть необычные очки и пр., то почти всегда люди заинтересуются: что это? Но это НЕЧТО должно быть оригинальным, уместным к случаю и иметь нестандартное объяснение, которое последует как ответ на заданный вопрос.

9. Давайте оригинальные и интересные ответы на вопросы своих партнеров. Заранее подумайте, какие вопросы чаще всего могут задавать люди при знакомстве? А потом продумайте свои нестандартные ответы на них. Это будут ваши заготовки. Если спросят, откуда вы родом, то будет слишком стандартным ответом название вашего города или поселка. Скажите лучше, что вы из города N, который является географическим центром Сибири, так сказать, «пуп земли сибирской». В ваш город сослали декабристов (и назовите их имена). Маленький городок, а дал стране много героев, если считать их на душу населения. Особенно подготовьте незабываемый и вдохновляющий, но краткий ответ на вопрос о вашей работе. Для сетевого бизнеса это особенно важно. Лучше всего вас выслушают, когда вы даете ответ на их вопрос, а не когда вы занимаетесь рекламой. Прежде чем ответить на вопрос собеседника «Чем вы занимаетесь?», спросите себя: «Что в моем ответе могло бы заинтересовать его?», «Мог бы он

сотрудничать со мной в бизнесе?». Продумайте на досуге эти ответы, чтобы они были вашими заготовками. Гениев импровизации среди нас мало.

10. **Ищите ключевые слова.** Как хороший сыщик, прислушивайтесь к каждому слову собеседника, чтобы выйти на его проблемы и жизненные ценности. Затем, взяв верный след, раскручивайте клубок разговора. Теперь у вас есть ключ к тому, что волнует другого человека.

11. **Направляйте прожектор на собеседника.** Если вы направляете разговор на себя и вы освещаетесь как бы в лучах прожектора, тогда ваш собеседник остается в тени. Но вы – не эстрадная звезда, на которую пришли люди сами. Если же луч прожектора направлен на собеседника, он почувствует удовольствие от общения с вами. А именно это вам и нужно. Вы уже привязали его эмоциональными цепями. Он не захочет это терять.

12. **Спрячьте свой скелет в шкафу.** Если вы будете обременять партнера своими переживаниями или жалобами на жизнь и трудности, то ему едва ли будет уютно находиться на этом кладбище. Самое лучшее – осветить настоящее верой в хорошее будущее и представить гарантию, почему оно обязательно случится.

13. **Эхо – простой лингвистический прием,** обладающий сокрушительной силой. Если вы будете повторять на свой манер слова собеседника, то у него появится ощущение, что его слушают и понимают. «Вы сказали, что...» или «Я правильно вас понял, что...».

14. **Используйте яркие образы, чтобы пристроиться к**

собеседнику. Если у вашего собеседника есть сад, поговорите с ним, как *посеять семена успеха*. Если он любит машины, поговорите, как *развить большую скорость на пути к успеху*. Если он врач, то скажите, как *поставить правильный диагноз*, если у человека не совсем гладко идет бизнес, и какие *методы лечения выбрать, чтобы прийти к успеху*. Если собеседник – учитель, то скажите, как *лучше всего научиться ведению бизнеса*. Пристройка к собеседнику создаст удовлетворение у него.

15. **Досье на визитных карточках.** При знакомстве с любимым человеком на обороте его визитной карточки нанесите те особенности, которые вы заметили. Привычки человека, его предпочтения и ожидания, интересные факты его биографии, членов семьи, если выяснили, любимый фильм и пр. При последующей встрече вы сможете сразить его тем, что продемонстрируете ему свою осведомленность. Это всегда трогает.

16. **Расшифровывайте красноречивый язык тела партнера.** Человеческое тело – это круглосуточная радиотрансляционная станция, которая вещает обо всем, что этот человек испытывает в разговоре с вами. Следите за этим молчаливым, но очень красноречивым языком. Если вы будете ненароком отражать словами состояние клиента, он будет тронут таким вниманием к себе. «Мне кажется, что вас это очень волнует» или «Мне показалось, что вас это не убедило».

17. **Опустошите баки собеседника.** Если вы хотите вложить что-то свое в голову и сердце партнера, то вначале опустошите его внутренние баки. Дайте партнеру полностью

выговориться. Терпеливо ждите, пока энтузиазм его речи не упадет до нулевой отметки и последние капли его слов упадут на асфальт. Только после этого голова собеседника освободилась от внутреннего шума, и теперь он способен воспринимать и ваши идеи.

Внешность

Первое впечатление о вас составляется в первые секунды общения. И это на 100% зависит от вашей внешности. Конечно, его можно немного изменить в процессе контакта, но учтите, что немного. Все это происходит на уровне химических процессов. Клиент решает, стоит ли иметь с вами дело. И поэтому такой важный фактор, как наша внешность, заслуживает и нашего пристального внимания к ней.

Внешность – часть вашей харизмы. Вам не требуется быть фотомodelью. Почти с любыми физическими данными можно быть привлекательным человеком. И вокруг себя вы видите массу тому примеров. Внешность отражает наше внутреннее отношение к себе.

Внешность – наш инструмент успеха и даже инструмент нашей способности влиять на других. Поэтому, если вы пренебрегаете ревизией своего внешнего вида, вы похожи на человека, которому наплевать на результаты своей деятельности. Самый крайний уровень – это бомжи. Им уже безразлично мнение окружающих.

Внешность – это выражение вашего лица. (См. рецепт внутреннего макияжа.)

Внешность – это сигналы вашего тела. Они должны отражать уверенность и доброжелательность одновременно.

Внешность – это тон, тембр и скорости вашей речи.

Внешность – это состояние ваших волос и прически.

Внешность – это ваша одежда (аккуратная, элегантная, современная и соответствующая вашей роли делового человека и данной ситуации).

Внешность – это и ваш запах (изо рта и от тела).

Внешность – это ваша обувь (всегда безупречно чистая и в хорошем состоянии).

Внешность – это ваши атрибуты (сумка, портфель, ручка и пр.).

Внешность – это и ваши деловые бумаги, и документы.

Это и ваша пунктуальность.

Но внешность должна соответствовать и специфике аудитории, с которой вы будете работать. Если ваша группа – люди состоятельные, то стоит, наверное, соответствовать ей по стилю. Если же ваша группа – обычные бедные бюджетники, то едва ли стоит раздражать их слишком дорогой одеждой. Она может быть элегантной и добротной, но не демонстрируйте изыски знаменитых модельеров.

Табу, касающиеся внешности и поведения

- Неухоженный внешний вид.
- Грязная мятая обувь.
- Не выбрит.
- Скучающее, тоскливое, напряженное выражение лица.

- Неискренняя улыбка.
- Не смотрит в глаза.
- Вялое рукопожатие.
- Слишком громкий или слишком слабый голос.
- Нечеткое начало разговора.
- Неуместные шутки.
- Неуверенность.
- Уязвимость.
- Невежливость.
- Игнорирование реплик клиента.
- Перебивание клиента.
- Отсутствие или потеря эмоционального контакта с клиентом (разрыв раппорта).
 - Стремление навязчиво агитировать за свою продукцию.
 - Стремление опорочить своих конкурентов.
 - Стремление хвалить (излишне) свою фирму.
 - Стремление говорить абстрактно (словами, понятиями, а не образами).
 - Стремление сразу переходить к своим предложениям, не выяснив запросы и проблемы клиента в настоящий момент. Если у человека горит крыша, то не стоит ему расхваливать достоинства черепицы, которую он может приобрести, чтобы выглядеть престижно. Ему требуются сейчас огнетушители.

Все это может стать «минами», на которых «подрывается» желание людей взаимодействовать с нами.

Значение хороших манер

Хорошие манеры открывают такие двери, которые не под силу даже хорошему образованию. Людей больше впечатляет доброта, а не знания. Двери открываются не для тех, кто высоко ценит себя, а для тех, кто ценит других. Примите это как аксиому или как закон, даже если он вам не по душе. Если про вас скажут только одно: «С ним приятно работать», – то у вас есть все шансы стать победителем.

Исследования показали, что, оказывается, всем людям не нравится, когда:

- С ними хитрят и пытаются ими манипулировать.
 - Не видят дальше своего носа.
 - Хотят казаться тем, чем не являются на самом деле.
 - Всегда переключают разговор на себя или на свою продукцию.
 - Демонстрируют искренность, чтобы извлечь пользу для себя.
 - Всегда слишком серьезны или занудливы.
 - Всегда видят больше плохого, чем хорошего.
 - Пытаются обмануть.
 - Слишком торопятся заключить сделку и делают это агрессивно напористо.
 - Не выполняют обязательства.
 - Не берут на себя ответственности, а обвиняют других или обстоятельства.
 - Делают из мухи слона.
 - Создают конфликтные ситуации.
- Получился список плохих манер. Если все делать со знаком

наоборот, то вот вам и руководство по хорошим манерам.

- Будьте внимательны к людям.
- Разговаривайте с ними на их языке.
- Проявляйте уважение и признание.
- Умейте создать эмоционально теплую и веселую атмосферу.

- Будьте интересны сами.

– Не хитрите и не манипулируйте людьми так, чтобы ваши приемы стали очевидными.

- Не суетитесь и не создавайте нервозность.

- Не требуйте от людей быть другими.

Внешность и манеры – это очень важные инструменты продажи, а не только ваше личное дело. Вы должны нравиться не себе, а клиентам. Ноги в тапочках чувствуют себя удобней, чем в модельных туфлях, но почему-то раздражают клиента. Старые джинсы тоже намного удобнее, чем деловой костюм, но почему-то у клиентов вы в таком наряде не вызываете доверия.

Значение интонации

Интонации нашей речи можно сравнить с течением воды, в которой плывет содержание нашей речи. Говорящий всегда сконцентрирован на содержании, а слушающий больше всего улавливает интонацию. Попробуйте сказать человеку: «Какой ты дурак!» Скажите это с восторгом и обожанием. Ваши слова будут восприняты как поглаживание. А попробуйте сказать это злобно и с сарказмом? Вы наживете врага.

Следите за своими интонациями. Пусть ваше содержание и

интонации будут конгруэнтны, как говорят психологи. Это значит, что они соответствуют друг другу.

Интонация может быть:

- подозрительная;
- жалобная;
- снисходительная;
- высокомерная;
- дерзкая;
- неуважительная;
- нетерпеливая;
- агитирующая;
- скучающая;
- враждебная;
- вялая;
- циничная;
- пессимистическая;
- безнадежная;
- напористая;
- чрезмерно фамильярная;
- противная;
- развязная.

Проведите небольшой тренинг. Выберите для себя наиболее приятные для партнеров интонации и наиболее неприятные. И потренируйтесь перед зеркалом, произнося ваше предложение клиенту разными интонациями. Во-первых, вы почувствуете, как по-разному звучит содержание вашей речи. А во-вторых, вы будете уже сознательно контролировать свои интонации. Актеры отшлифовывают свои интонации часами.

Ваша профессия ничем не отличается от актерской.

Магия обаяния

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.

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.

Правила завершения контакта

1. Уловить сигналы готовности клиента закончить контакт.
2. «Правило обезьян». На ком сидит «обезьяна»? Кто делает следующий шаг? В чем он состоит?
3. Уйти красиво. Уходите без явно выраженного недовольства или разочарования или, наоборот, с явным воодушевлением от успеха. Твердое рукопожатие, контакт глаз, уверенное выражение лица и тела.
4. Выразить удовлетворение от встречи и уверенность, что вы оба получили хорошее решение своих проблем.
5. В любом случае выразить благодарность за возможность встречи и выделенное вам время.
6. Завершить встречу уверенностью, что она не последняя, и подарить клиенту что-то на память. Это будет якорем. Можно использовать любые фирменные сувениры.
7. Попрощаться.

Стандарты корпоративного поведения

1. Относитесь к клиентам и коллегам по работе так, как вы хотели бы, чтобы они относились к вам.
2. Создавайте вокруг себя положительную эмоциональную атмосферу, не забывайте слова «пожалуйста» и «спасибо».

3. Никогда не говорите того, что может унижить достоинство человека (принцип «не давать человеку потерять лицо»). «Потерю лица» вам никто не простит.

4. Различайте себя как личность и как носителя профессиональной роли.

5. Не прерывайте телефонные переговоры своих коллег.

6. Не решайте личные проблемы на рабочем месте.

7. Не решайте производственные конфликты в присутствии клиентов.

Но кроме правил, как надо действовать, есть и табу, о которых стоит помнить.

Советы для психологических террористов

Памятка для психологических террористов:

Если есть желание иметь вокруг себя выжженную пустыню и остаться в гордом одиночестве, то займитесь терроризмом.

Взрывать тротилом окружающих – устаревший метод.

Есть оружие, не уступающее по силе разрушения.

1. Ирония.
2. Сарказм.
3. Раздражение (углы рта опущены, глаза колючие, губы сжаты, рот скошен).
4. Обвинения.
5. Высокомерная поза.
6. Назидания и поучения (много и по любому поводу).
7. Резкие отказы.

8. Осуждение.

9. Сплетни и уничижительные отзывы за глаза.

Эти психологические булыжники тоже бьют до крови. Но главное, люди, отражаясь в вас, как в зеркале, будут видеть себя уродами. Естественно, вы увидите их пятки. Полное одиночество гарантировано.

Чертова дюжина заповедей продавца

(для того, чтобы построить «роман с клиентом»)

1. Комплимент подобен альпинистскому снаряжению. Помогает идти в гору. Оригинальный комплимент запоминается навечно.

2. Демонстрируйте удовольствие и почтительность. Искренность и честность обладают свойствами магнита.

3. Уверенность – половина победы. Сомнение невозможно скрыть. Акулы чувствуют даже капли крови, а клиент капли сомнений.

4. Кто хочет результата, влияет на чувства, а не кормит доводами. Эмоции сильнее цифр и расчетов.

5. Не бойтесь быть самим собой. Это естественно и привлекательно. Выполняйте все правила в собственном стиле.

6. Продажа – это шоу. Она сродни театру. Хороши все жанры, кроме скучного.

7. Хотите понравиться людям, цените их ум.

8. Первое впечатление нельзя создать второй раз.

9. Покупатель покупает не только товар, но и отношение к себе.

10. Хорошее знакомство может начинаться и с пинка, т. е. всегда можно исправить начало неудачного контакта.

11. Хорошее мнение передают четверым, а плохое одиннадцати.

12. Довольный покупатель – наш внештатный рекламный агент, недовольный – антирекламист.

13. Самый приятный звук в мире для клиента – его имя. Забыть имя – тонкое оскорбление. Законы навигации моряки не изучают во время шторма. Они их изучают заранее. А во время шторма они ими пользуются. Парашютисты тоже не держат перед собой инструкции, когда прыгают с самолета. Так и в обслуживании клиентов. Когда клиент перед вами, начинается процесс его обольщения с использованием всех указанных выше правил и законов, которые должны быть уже уложены в вашей голове заранее.