



Джил Конрат

Гибкие продажи Как продавать в эпоху перемен

[Сайт книги](#)

[Купить книгу в Озоне](#)

Из книги «Гибкие продажи» вы узнаете, как увеличить свою продуктивность и научитесь процветать в любых товарооборотных средах. В книге исследуются стратегии великих продавцов и их способы приспособления к новым обстоятельствам, она предлагает практические советы о том, как стать более адаптивным в бизнесе.

Кто должен прочитать эту книгу?

- Тот, кто участвует в продаже продукции в новой отрасли.
- Тот, кто продает уже очень давно и кому нужен заряд вдохновения.
- Тот, кто пытается продавать в условиях постоянно меняющегося рынка.

Об авторе

Джил Конрат – это превосходный стратег в продажах и автор книги «Продажи большим компаниям» и «СПИН-продажи».

Чтобы добиться больших продаж, вы должны быть открытыми к обучению

Существует одна прописная истина в сфере продаж - они никогда не становятся легче.

Даже в те моменты, когда вы чувствуете, что наконец-то набили руку, часто случается так, что просто на ваших глазах привычная рыночная обстановка тут же начинает меняться.

Вот почему и молодые, и опытные продавцы стараются изо всех сил – искусство продажи постоянно претерпевает изменений. Продавцы начального уровня пытаются лучше узнать продукты и привлечь как можно больше клиентов, а опытные продавцы хотят усовершенствовать стратегию компании или внедрить новый продукт.

Из этой книги вы узнаете, как идти в ногу с постоянно меняющейся средой продаж, просто обучаясь секрету всех великих продавцов – *гибким продажам*. Став проворным учеником, вы также сможете превратиться в великого продавца, коим всегда мечтали быть.

С помощью этой книги вы узнаете:

- как посиделки с генеральным директором компании могут на самом деле ухудшить ваши продажи;
- почему оптимисты могут продать больше, чем пессимисты; и
- почему ролевые игры предназначены не только для любителей Гарри Поттера.

Чтобы преуспеть в роле менеджера, вам нужно быть открытым к переменам

Независимо от того, насколько инновационным может быть новый продукт, его еще нужно продать. И именно для этого и существуют продавцы.

Но, к сожалению, процесс продажи не так прост, так как мир продаж постоянно меняется.

Отдел продаж должен постоянно искать более эффективные способы продажи своей продукции. А это может потребовать установки новой стратегии или внедрения новых технологий (например, программного обеспечения).

Более того, чтобы добиться успеха, продавцы должны быть быстрыми и адаптируемыми. Ведь только подумайте: методы, эффективные в продаже кофемашин домохозяйкам, вероятно, не будут работать в сфере продаж смартфонов.

Еще одним важным элементом продаж, который постоянно меняется, являются люди, которым вы продаете. Вы должны знать, что с течением времени покупатели, как правило, становятся искушеннее и умнее.

На самом деле, на протяжении последних нескольких лет покупатели изменились больше, чем когда-либо. Сегодня уже никому не нужны продавцы, которые способны огласить список характеристик продукта, сейчас покупатель может просто найти эту информацию в интернете.

Но это не значит, что продавцы уже не играют никакой роли. Исследование, проведенное в 2011 году, показало, что 53% потребителей больше волнует сам опыт продаж, чем цена, – или даже сам продукт!

Так как же дать покупателю тот опыт, которого он хочет? Вы должны быть способны поставить себя на место клиента, и объяснить ему, почему ваш продукт является идеальным для него выбором.

Этот персонализированный опыт продаж особенно трудно доставить, когда все вокруг вас постоянно меняется. Вот почему для того, чтобы добиться успеха, вы должны быть *гибкими* и готовыми к обучению.

В таком случае вы сможете легко *приспособиться* к новым обстоятельствам, быстро вбирать в себя знания и навыки, которые имеют отношение к каждой отдельной ситуации.

Например, когда у вашего самого крупного клиента меняется генеральный директор, то, возможно, ваших цели продаж тоже изменятся. Воспользуйтесь этой возможностью, чтобы узнать что-то новое, набраться опыта и стать лучшим продавцом!

Чтобы лучше управлять требованиями продаж, отпустите весь негатив и возьмите на вооружение новую перспективу

Так как же гибкий ученик и продавец должен обучаться?

Ну, этот процесс заключается не только в поглощении информации. Это скорее изменение мышления, которое заключается в отпуске негативных эмоций.

Когда дело доходит до обучения, многие из нас сталкиваются с некоторыми внутренними препятствиями, такими как неуверенность и сомнения. Эти виды негативных эмоций могут напрямую препятствовать вашей мотивации. В некоторых случаях, такое негативное отношение может заставить вас бросить трудную задачу только из-за страха неудачи.

Автор сама пережила кризис карьеры. Она была убеждена, что ее тактика продаж эффективна, но в итоге у нее никак не получалось заключить сделку с крупными компаниями. Но она не допустила ошибки и не сдалась, она просто заново оценила свои методы продаж. Довольно скоро у нее все получилось, и, в конце концов, она даже написала об этом целую книгу!

Автор – это живой пример тому, как использовать свои неудачи для оценки своих целей и методов. А неудача может быть неизбежной, поэтому она не должна вас сдерживать.

Неудача может даже сделать вас более продуктивным. Автор поняла это, когда она пыталась установить контакт с потенциальным клиентом через его генерального директора. Такой подход его огорчил, поэтому он отменил всю сделку. И хоть автор и была разочарована, она использовала этот опыт как возможность обучения. Сегодня, она знает, какой из способов больше подходил для налаживания контактов.

И даже если вы не видите особых препятствий, вы все же должны поставить перед собой малые цели, которые еще больше вас мотивируют.

Большинство людей ставят перед собой цель – повышение производительности. Например, вы можете сказать: «Я хочу заключить в этом месяце 25 сделок». Но вместо конкретной цели с конкретным результатом, поставьте перед собой цель «Стать лучше». Скажите себе: «В прошлом месяце я заключил 15 сделок. В этом месяце, я хочу заключить 25, потому что это будет означать, что я совершенствуюсь».

Теперь вы наверняка, поняли, как важно постоянно обучаться, чтобы добиться успеха в продажах. Читайте дальше, чтобы узнать больше.

Обучение эффективности важнее, чем изучение всего и сразу. Создайте ментальные папки

Каждый раз, когда вы начинаете новую работу, вам приходится выучивать много новых вещей.

Молодой продавец должен знать все об услугах его компании, о ценовой структуре, рыночной конкуренции и так далее. Но он же не может освоить всю эту информацию за одну ночь!

Не имеет значения, являются ли изменения незначительными (например, расширение продуктовой линейки) или крупными (как при вводе новой отрасли), вам не всегда может хватить времени, чтобы акклиматизировать себя к новой ситуации и узнать все, что вам нужно.

И именно поэтому вы должны знать, как лучше организовать свою работу. Вы можете упростить процесс обучения, используя несколько ключевых стратегий.

Одна из таких стратегий – это организация всего того, что вам нужно выучить, в *ментальные папки*. Они представляют собой блоки информации (в каждой папке по одному предмету), доступ к которым вы можете получить быстро и беспрепятственно.

Например, не стоит думать о целевых рынках, когда вы пытаетесь улучшить ваши навыки продаж. Вот почему вы должны убрать «целевые рынки» в раздел «продукция» вашего мозга, подальше от папки «продажи», в которой собраны ваши умения продавать.

Ментальные папки также гарантируют, что вы будете учиться в правильном порядке. В конце концов, не имеет никакого смысла работать над вашими навыками продаж, если вы понятия не имеете, какие продукты вы на самом деле будете продавать.

Но есть и другая стратегия, способна упростить процесс обучения. Она заключается в том, чтобы сделать информацию более запоминающейся, а для этого ее нужно соединить с теми вещами, которые вы уже знаете.

И наконец, последняя стратегия: *представьте себя в роли покупателя*. Подумайте о том, как мыслит ваш клиент. Рассмотрите следующие вопросы: «Почему клиенты должны покупать именно у вас?» или «Что может поспособствовать приобретению именно вашей продукции?»

Этот вид творческой визуализации поможет вам узнать, как стать эффективным продавцом.

Так как вы не можете научиться всему и сразу, найдите способ расставить приоритеты в своем обучении

Так какой же самый лучший способ адаптироваться к новой ситуации?

Это легко: делайте все шаг за шагом.

Такой подход поможет достичь небольшого успеха вскоре после того, как вы приступили к выполнению нового задания. В противном случае, вы можете просто разочароваться и захотите все бросить.

И хотя неудачи способствуют нашему совершенствованию, поражение в самом начале нового начинания может привести к возникновению чувства неуверенности в себе. Вы могли бы даже начать думать о себе как о неудачнике и ненавидеть свою работу.

Но проблема не в вас. Ли Зальц, эксперт в области управления продажами, говорит, что даже опытным продавцам нужно как минимум восемь месяцев, чтобы адаптироваться к запуску нового задания.

Поэтому, чтобы обрести уверенность и начать с правой ноги, сосредоточьтесь на деталях, которые помогут вам достичь *ситуационной уверенности*.

Ситуационная уверенность - это возможность разговаривать с другими людьми, работающими в вашей отрасли, и при этом создавать впечатление, что вы обо всем осведомлены.

Ведь как мы уже упоминали ранее, вы не сможете запомнить все и сразу. Так что расставьте приоритеты! Сконцентрируйтесь на этих трех абсолютных тезисах, которые можно применить в любой сфере.

1. *Язык инсайдера*: делайте заметки каждый раз, когда кто-то из ваших коллег использует слово, которое вам не знакомо. Изучение жаргона поможет вам стать полноправным членом группы.

2. *Ваши закупщики*: выясните, кто ответственен за покупки. Это обычно директор или его секретарь? Что наиболее важно для этих людей?

3. *Статус-кво*: выясните, как закупщики бы действовали без вас. Какие продукты и услуги они использовали вместо ваших? Какую ценность для них вы представляете?

Как видите, обучение играет огромную роль в успехе продавца. И это еще не все. Чтобы действительно преуспеть в своем деле, вам нужен прочный фундамент навыков продаж.

Успешный продавец тщательно подготовиться ко всему, что может пойти не так в ходе встречи

После того, как вы догнали своих коллег и узнали тонны новой информации, как вы будете использовать ее для заключения сделки?

Успешность в сфере продаж требует тщательной подготовки. Не каждый об этом догадывается: некоторые люди думают, что они могут просто пустить в ход свое очарование и все, сделка у них в кармане. Но независимо от того, насколько очаровательным вы являетесь, потенциальные клиенты все равно не будут покупать у вас, пока вы не начнете тщательно готовиться к встрече с ними.

Например, несмотря на то, что автор имеет многолетний опыт продаж, она чуть не потерпела неудачу на встрече с большой фирмой. После ролевого разыгрывания диалога с коллегой, она поняла, что не готова к этому разговору. Она даже не могла составить структурированное представление о продукте и не сумела ответить даже на элементарные вопросы.

Как только она поняла, что у нее не было хорошего плана для этой встречи, автор решила более серьезно подойти к подготовке. Она осознала, что никакие навыки или опыт не могут устранить необходимость подготовки.

Для подготовки к встрече можно использовать несколько различных методов.

Например, попробуйте разыграть предстоящий разговор с коллегой. Возможно, вы даже захотите записать разговор на видео, так вы сможете лучше оценить вашу работу.

Также очень полезным будет поучиться у других. Просто наблюдайте за опытным экспертом-продавцом – это может дать вам полезные знания, которые можно будет применить в вашей собственной работе.

Еще один способ подготовиться к встрече - создать план течения беседы, который позволит вам вернуться к сценарию, если что-нибудь пойдет не так.

Главное, будьте готовы ко всему, именно это поможет избежать неприятных сюрпризов. В принципе, вы должны быть готовы к тому, что все, что потенциально может пойти не так, обязательно пойдет не так.

Спросите себя: «Какой самый сложный или неудобный вопрос вы бы задали?», «Что вы будете делать, если ваш компьютер не включится?» В общем, подготовьтесь ко *всему!*

Продажи – это полностью персонализированный процесс, поэтому коммуникативные навыки в нем играют важнейшую роль

Если вы уже вооружились навыками и хорошо подготовились, пришло время усовершенствовать свои навыки общения.

Ведь ваша работа как продавца заключается в том, чтобы вести разговор, а не просто продвигать продукцию. Некоторые люди ошибочно представляют продавцов в качестве афиши, но это не так. Основная их задача в том, чтобы обеспечить персонализированный опыт продаж.

Вот почему так важно изучить потенциального клиента заранее. Вы должны иметь четкое представление о том, что он ищет, что ему нужно и что можно ожидать от вашего взаимодействия. И на основе всей этой информации, вам нужно подготовить вопросы, которые покажут, что *вам не все равно*.

Например, спросите, каково влияние вашего продукта на работу вашего клиента. Или попросите своего потенциального клиента описать, как он воспринимает риски перехода от текущего продукта, который он использует, на тот, который вы продаете.

В конечном счете, такой разговор постоянно сводится к потребностям вашего потенциального покупателя. И строится он не на цитировании характеристик разных продуктов, поэтому навыки общения и играют такую большую роль.

Исходя из этого, вы должны быть осторожны с языком тела, и обращать внимание на сигналы, который через него посылает вам ваш клиент. Следите за тем, как другие люди реагируют на вас, если вы хотите склонить их к покупке.

Например, менеджер по продажам, который имел большой успех в Нью-Йорке, переехал в Миннеаполис. Оказавшись там, он изо всех сил пытался не упустить крупную сделку, но своими назойливыми способами только отталкивал людей. Он садился слишком близко, и не давал им достаточно личного пространства; более того, он не понимал, что люди по-настоящему шарахались от него во время встречи.

Хотя простое понимание того, как люди на него реагируют, непременно помогло бы ему с продажами!

Практика совершенствует: ежедневно трудитесь, чтобы улучшить свои навыки продаж

В дополнение ко всем стратегиям, которые вы разработали в ходе развития вашей карьеры, вы также должны ежедневно работать, чтобы постоянно совершенствовать свои навыки.

Чтобы оставаться на вершине, вы должны быть постоянно вдохновленными и мотивированными. Настрой в продажах имеет большое значение: оптимистичные продавцы всегда превосходят своих пессимистичных сверстников.

Например, вы должны отыскать ту ценность, которой вы делитесь со всеми своими покупателями – это поможет вам пребывать в приподнятом настроении даже в тяжелые дни!

Не просто сосредотачивайтесь на увеличении числа продаж и зарабатывании большего количества денег, а сконцентрируйтесь на том, чтобы с помощью своих продуктов сделать жизнь людей лучше. Даже если это просто сводится к цене, возможно, ваш продукт поможет сэкономить кому-то деньги!

Такой подход также помогает легче преодолевать препятствия. Вы просто можете поставить перед собой цель «закончить этот проект за 90 минут!».

Хотя каждый из нас время от времени терпит неудачи, вы не должны недооценивать силу плохой привычки, которая как раз и тянет вас вниз. А гибкий продавец не может себе позволить погрязнуть в старых привычках, так что определите: какие привычки приводят вас к неудачам?

Чтобы изменить свои привычки, нужно выяснить, откуда они берутся. Вообще говоря, привычки формируются в результате *триггерного события* (которое провоцирует действие) с последующей рутинной и, наконец, наградой. Чтобы изменить привычку, оставьте триггерное событие и награду, но измените связывающую рутину.

Например, автор заметила, что она тратила по утрам слишком много времени на проверку почты и чтение новостей, наградой, за что ей было кофе.

Поэтому вместо этого, она начинала работать сразу же, как только проснулась, и сразу же по окончании работы пила хороший кофе. Эта новая привычка увеличила ее производительность, после этого прием кофе заставлял ее мозг переключаться в рабочий режим.

Итак, основная мысль книги:

Хороший менеджер должен быть достаточно гибким, чтобы постоянно меняться. Это означает, что вы должны быть открыты для новой информации, и постоянно работать над совершенствованием ваших навыков продаж.

Практический совет:

Если вы чувствуете себя неуверенно перед встречей, примите такую позу, которая повысит вашу уверенность!

Если вы хотите повысить уверенность в себе перед важной встречей, можете спеть песню, которая разрядит обстановку, или примите «властную позу» – положение тела, которое будет отображать вашу уверенность и контроль над ситуацией. После этого ваш организм начнет выделять гормоны, подавляющие стресс и стимулирующие уверенность в себе. Вы будете чувствовать себя настоящим супергероем в области продаж!