

Введение

Когда я стал профессиональным продавцом, то довольно быстро осознал, как прекрасна наша профессия. Она дает радость от общения с людьми, позволяет лучше понимать и разбираться в человеческих отношениях, а результат коммерческой деятельности обеспечивает необходимые финансовые ресурсы Вам и сотрудникам вашей компании, чтобы получать удовлетворение от своего труда. При этом определить, что же самое главное для успешного продавца - совсем не просто. Часто в книгах используют термины: «искусство продаж», «секреты продаж» (см. примечание) и тому подобные. При этом возникает образ, а скорее призрак, сверхчеловека - агента 007, способного выполнить любое задание, включая коммерческое. Понятно, что для обычного человека миссия по продажам становится невыполнимой, - мы же обыкновенные люди. В действительности успешным продавцом может стать любой человек, если он: активен, хочет развиваться, ему интересны люди, и он хочет или получает радость от общения. Если Вы не такой или не такая, то не стоит тратить силы на изучение дальнейшего текста, просто задумайтесь, что Вы ищете в жизни. Для активных же продавцов действительно важно развивать инструмент продаж, понимать, что вызывает доверие людей, как управлять коммуникациями, как выигрывать сделку, как планировать продажи, а значит и свой бонус, и так далее.

Почему семь ключей? Думаю, что для меня существует магия чисел, и хочется привести знания к системе, состоящей из **удачных** комбинаций специальных навыков, которые и должна помочь развить данная книга. Приведенные в ней семь коммерческих компонентов, как семь нот, позволят Вам создавать успешные бизнес модели по продажам. Каждая сделка в мире B2B (business to business) уникальна, но развивается по определенной схеме, которую надо хорошо знать и использовать адекватный инструмент на каждом этапе. Часто среди продавцов приходится слышать, что другие выигрывают оттого, что у них продукт лучше, или соотношение цена/качество товара, или, еще хуже, что другие дали взятку. Это защита, извинение или просто профессиональное бессилие. Побеждать можно и нужно не ценой и не супер товаром (если такой есть, то можно расслабиться и принимать входящие звонки; все, что нужно в таком счастливом случае, - это не нагрубить потенциальному клиенту и аккуратно заполнять коммерческие предложения), а умением выстраивать отношения с

клиентами, становясь их **доверенным советником** [14]. А что касается взяток, то ведь не советник платит, а ему платят за работу.

Какой ключ самый важный? Тот, который Вы освоили наилучшим образом и отработали на практике. Он даст Вам ощутимое преимущество среди конкурентов. Навыки должны нарабатываться и совершенствоваться, без практики продаж они будут деградировать.

Есть ли еще что-то, что может усилить продавца? Во всяком случае, чувство юмора всегда сделает Вас сильнее. Важно также понимать, что в данной работе представлена лишь одна из систем координат, в которой удобно работать. Но есть и другие, сведения о которых приведены в библиографии в конце книги. Особо выделил бы труды Радмило Лукича [1] и Anthony Parinello [2], поскольку они базируются на большом личном опыте активных продаж.

Эта книга в первую очередь адресована продавцам, которые занимаются активными продажами и ищут подходы к заключению крупных (по меркам своей компании) контрактов, нацеленных на работу в «поле». Для другой модели сделок с устоявшимся циклом и устойчивой этапностью их совершения, связанных главным образом с телефонными коммуникациями, можно порекомендовать работу [15], где Вы найдете много полезного в области условно детерминированных по стадиям удаленных продаж.

За границами данной работы остались важные маркетинговые вопросы поиска потенциального покупателя на целевом рынке. Здесь предполагается, что он уже существует и битва за него начинается. В целом, без завершения комплекса маркетинга продавать не эффективно, а иногда и вредно, так как можно отрицательно повлиять на репутацию компании на рынке. Идея проста, надо изучить театр будущих действий и хорошо понимать свои сильные и слабые стороны. Это относится не только к личностным характеристикам, но и к своей компании и продукту.

Продавайте профессионально, успехов!

Примечание:

[Тони Бьюзен](#), [Ричард Израэль](#), Гений продаж. Пер с англ. М: Издательство Попурри, 2007; [Рой Александер](#), [Чарлз Б. Рот](#). Секреты успешных продаж. Пер с англ. М: АСТ, 2008; [Эдвард Р. Дель Гайзо](#), [Селеста Е. Лансфорд](#), [Марк Д. Мароун](#). Секреты наиболее успешных продавцов. Мастерство продаж: фокус на клиенте. Пер с англ. М: Издательство Гиппо, 2005; [Фрэнк Беттджер](#). Секреты продаж Фрэнка Беттджера. Пер с англ. М: Издательство Попурри, 2003; Серафино Лен. Гений продаж. Пер с англ. М: Издательство Эксмо, 2004.

1. Эффективные коммуникации

Как хорошо известно, в начале было Слово!

Главное понимать, что коммерсант - это мастер коммуникаций, который сначала определяет способ коммуникаций, а потом выстраивает их так, чтобы прийти к своей желанной цели.

Краеугольным положением является то, что все делится на анализ и синтез. И без анализа нет синтеза. Поэтому следует начать с изучения того, с кем Вы вступаете в отношения, то есть с Вашим клиентом *.

*Примечание. Здесь и далее под клиентом понимается как потенциальный клиент, если Вы начинаете новую сделку, так и существующий клиент вашей компании, если Вы развиваете продажи у «старого» заказчика, при этом представитель компании заказчика для Вас новый или малознакомый человек.

Предлагаемый алгоритм анализа состоит из трех частей:

1. Определение модуляции собеседника, то есть основного канала восприятия информации (визуальный, аудиальный или сенсорный).
2. Диагностика основных мотиваторов.
3. Определение психотипа.

Выполнив анализ по данному алгоритму, легко перейти к синтезу, то есть к формированию и передаче сообщения, а также обеспечению воздействия этого сообщения оптимальным образом на Вашего собеседника для достижения целей коммуникации.

Цель успешного продавца - стать **доверенным советником** клиента по вопросам бизнеса в Вашей области компетенций, понимая его, проявляя честность и уважение к нему и совершая при этом поступки, заслуживающие доверия.