

ВВЕДЕНИЕ: О ЧЕМ И ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА

Продажи — тяжелая, изнурительная и неблагодарная работа, высасывающая из продавца большое количество энергии и опустошающая эмоционально. Так? Нет. Так думают неудачники, которые не любят свою работу, не умеют ее делать да и вообще по жизни нытики и слабаки.

Двоечников и троечников полно в любой специальности. Они не любят то, что делают, работают не по призванию, все время всем недовольны. Выплескивают негатив на окружающих. Позорят профессию. И чем больше навыков и умений требует работа, тем сложнее таким людям ее выполнять. В продажах очень много случайных людей. Очень много людей, которым тут не место.

Сильный, успешный продавец любит эту работу. Любит продажи, любит все этапы продаж. Получает удовольствие не только от итога этой деятельности в виде комиссионных с заключенной сделки, но и от работы с возражениями клиента, преодоления отказов, установления контакта и всех нюансов и деталей. Любит общаться, любит продавать и, разумеется, любит добиваться успеха.

И, естественно, добивается, показывает отличные результаты, зарабатывает много денег, почет и уважение коллег и начальников, приобретает определенный вес в кругу своих друзей и знакомых.

Что это за люди такие? Почему у одних получается, а у других — нет? Как стать таким продавцом? Об этом мы и поговорим в книге, которую вы держите в руках. Я называю таких успешных продавцов альфа-продавцами. Понятие «альфа-продавец» — мое изобретение. Все возможные совпадения с аналогичными терминами случайны. Он родился на стыке двух понятий.

Первое. Есть известная многим группа спецназа «Альфа», много лет проводящая спецоперации особой и повышенной сложности.

Эти люди борются с террористами, спасают заложников и т. д. Выполняют особо важные и сложные задания.

Что такое спецназ? Элита вооруженных сил. Боец спецназа в представлении многих — супермен, который знает и умеет в разы больше, чем обычный среднестатистический солдат, он один может победить целую армию, виртуозно владеет оружием и приемами самообороны и нападения. Умный, сильный, опытный и успешный боец. Победитель.

Второе понятие, от которого я образовал свой термин, вытекает из этологической иерархии особей в стае и ее аналогов в социальной иерархии. Многим наверняка знакомо понятие «альфа-самец». В дикой природе это самый сильный самец в стае, который доминирует, получает лучшую пищу и лучших самок. В человеческом обществе альфа-самцами также называют наиболее активных, доминирующих и успешных людей, которые добиваются максимальных результатов и имеют, соответственно, все блага.

И вот, соединив эти два понятия, я и сформулировал термин «альфа-продавец».

В моем понимании это самый сильный и успешный продавец, который показывает очень высокие результаты, заключает много сделок, подписывает крупные контракты, работает с самыми «жирными» клиентами, работает с удовольствием, делает это прекрасно и, понятно, хорошо и много зарабатывает. Вот о них-то мы и будем вести речь.

И, говоря про альфа-продавцов, я хотел бы подчеркнуть, что разговор пойдет не обязательно о представителях исключительно мужского пола. Женщины могут быть прекрасными продавцами и порой продают больше и лучше мужчин. Так что альфа-продавец — не гендерная характеристика, а показатель крутизны и успешности продавца любого пола. То есть, когда мы будем говорить «альфа-продавец», мы будем вести речь и о мужчинах, и о женщинах.

Итак, о чем эта книга:

- кто такие альфа-продавцы, какие они, что они знают и умеют и почему они лучшие;

- как стать таким альфа-продавцом или как вырастить альфа-продавцов в вашем отделе продаж;
- как управлять командой альфа-продавцов и как с их помощью достигать максимальных результатов в продажах.

Для кого эта книга:

- если вы делаете первые шаги в продажах, очень важно сразу иметь правильные ориентиры, понимать, к чему нужно прийти через некоторое время в профессии, видеть цель и дорогу, потому что, увы, не каждый руководитель может показать начинающему продавцу правильный путь и коллеги по отделу продаж тоже не всегда готовы помогать друг другу, ведь продавец продавцу волк. А я готов показать и рассказать, что делать, чтобы стать первым и чтобы оставить позади остальных;
- если вы опытный продавец, но не лучший, значит, также в свое время не нашли дорогу и не поняли каких-то вещей и некому было указать вам на них. В книге вы найдете подсказки, что и как поменять в себе и своей работе, чтобы улучшить свои результаты, конвертировать ваш опыт в хорошие продажи и стать первым, настоящим альфа-продавцом;
- если вы уже альфа-продавец или считаете себя таковым, книга поможет вам удержать лидерство, подскажет какие-то моменты в продажах, которые, возможно, не привлекали раньше вашего внимания, и позволит укрепиться на ваших позициях;
- если же вы начальник отдела продаж, то найдете в книге руководство по воспитанию альфа-продавцов, инструменты для их выращивания и в том числе возьмете что-то и для себя, потому что для того, чтобы руководить лучшими, надо быть лучшим самому — быть самым сильным альфа-продавцом и альфа-начальником;
- если вы топ-менеджер или владелец бизнеса, вам нужно обязательно прочитать эту книгу, чтобы понять, как оптимизировать систему продаж в вашей компании и как сделать существенный рывок в них и увеличить свою прибыль.

Приятного прочтения и успешных продаж!

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ КТО ТАКИЕ АЛЬФА-ПРОДАВЦЫ



Давайте начнем наш разговор с того, что попробуем детально разобраться, кто же такие альфа-продавцы, какие они, что их отличает от других продавцов. Кроме того, нам надо поговорить и о том, какие еще бывают виды продавцов.

Как мы уже говорили, альфа-продавцы — это супергерои, элита, спецназ отдела продаж — самые успешные менеджеры по продажам, которые больше всех зарабатывают и лучше всех справляются со своей работой.

А кто же тогда остальные? Если продолжать отталкиваться от социальной иерархии и при этом так же использовать буквы греческого алфавита, тогда если альфа — это первая буква, означающая начало азбуки и верхушку нашей иерархической системы, то внизу ее, практически на самом дне, находится последняя буква — омега.

В этологической теории омегами принято называть неудачников, занимающих нижние ступеньки социальной таблицы о рангах, слабых, забитых особей, неспособных отстоять свое место под солнцем и не получающих социальных благ, которые достаются более успешным членам стаи или общества.

Мы в нашей книге также введем этот термин.

Омега-продавец — хлюпик и слюнтяй, не умеющий продавать. Он получает постоянные отказы от клиентов, которые не хотят с ним разговаривать, бросают трубки, заваливают его отговорками и, конечно, ничего у него не покупают. Потому что он слабак. У него нет внутреннего стержня, нет уверенности в себе и нет необходимых знаний и умения продавать. Он полная противоположность альфа-продавцу.

И в промежутке между началом и концом нашего социального алфавита находится некое множество различных видов продавцов: бета-продавцы, гамма-продавцы, дельта-продавцы и т. д. Они стоят на несколько ступенек выше, чем омега, они кое-что умеют, они кое-что продают, но они не альфы. Они делают кучу ошибок. Они не виртуозно владеют техникой продаж. Они где-то

что-то недоучили про товар, который продают. Где-то поленились подготовиться к встрече с клиентом. Где-то побоялись проявить твердость в переговорах и в итоге имеют некий средний результат. Они середняки. Серая масса.

Такие есть в каждом отделе продаж. Таких много везде. С ними тоже приходится работать, и они тоже приносят в копилку компании свою копеечку. При желании и приложении некоторых усилий они могут стать альфами. Если будут стараться или если им будет активно помогать руководитель.

О том, как с ними работать и чему их учить, мы тоже поговорим в этой книге.

А теперь давайте разбираться детально: какой он — альфа-продавец?

ГЛАВА 1. КАК ВЫГЛЯДИТ ИДЕАЛЬНЫЙ ПРОДАЖНИК

Сказать, что он самый-самый, — это практически не сказать ничего конкретного. А нам надо понимать, с кем мы имеем дело, нам нужен эталон, с которым мы будем сравнивать себя или своих продавцов — и тех, что уже есть, и тех, которых будем искать и отбирать на рынке труда.

Первый и важный постулат — хорошими продавцами не рождаются. Хорошими продавцами становятся. Это очень важный тезис, на который нужно обратить внимание. Никто не выходит из утробы матери с навыками продавца и техникой продаж. Все это приобретается. Но приобретается при помощи труда, обучения, тренировок и усилий над собой.

Каждый ли может стать продавцом? Мой ответ: нет, не каждый. Если вы нюня, мямля, размазня и тряпка, если вы боитесь людей и не хотите с ними общаться, если вы лентяй и не готовы трудиться, если вы трус и боитесь отказов — вам не стать продавцом.

Каждому свое: кому-то продавать и зарабатывать, кому-то подметать улицу и мыть посуду. Да, конечно, есть разные психотипы людей, и даже трудолюбивые люди с твердым характером не всегда могут стать продавцами. Кому-то больше подходит наука, кому-то искусство, кому-то что-то еще.

Но если у вас раньше не получалось продавать и вы боитесь, попробуйте преодолеть свой страх. Продажи — это технология. Выучив и поняв ее, многие начинают делать колоссальные успехи на данном поприще, хотя раньше и подумать не могли, что у них получится.

Какие качества нужны идеальному продавцу?

Альфа-продавец — отличный коммуникатор. Умеет входить в контакт с людьми, находить общий язык, умеет говорить, умеет слушать. Умеет убеждать.

Альфа-продавец — человек сильный и уверенный в себе, потому что только у такого человека могут что-то покупать. И покупать не случайно, а всегда. Должен быть внутренний стержень, крепкая основа, на которой держится все остальное и на которую продавец опирается, ведя свою непростую работу.

Следующее важное качество — умение доводить начатое до конца, добивать, дожимать клиента, доводить сделку до завершения, выбивать дебиторскую задолженность и т. д.

Омеги теряют продажи, потому что сдаются всегда раньше времени. Боятся препятствий и не умеют их преодолевать. Настоящий альфа-продавец воспринимает препятствие как вызов и новые возможности проявить себя.

Альфа-продавцы любят свою работу и делают ее с удовольствием. Нельзя стать хорошим профессионалом, если ты ненавидишь то, что ты делаешь, если не хочешь вставать по утрам и с отвращением приходишь каждый день в офис. Альфа-продавцы не такие. Они получают кайф от всего этого — от звонков, от сделок, от контрактов, от работы с клиентами и даже от возражений.

Альфа-продавцы верят в свой продукт. Невозможно хорошо продавать то, что сам считаешь низкокачественной ерундой. Каким бы искусным манипулятором ты ни был, продавать каждый день фуфло ты не сможешь. Альфа-продавцы серьезно относятся и к компании, и к ее продукту и не сомневаются в том, что реально решают проблемы клиентов и продают им самое лучшее.

Альфа-продавцы считают, что все в жизни решают и определяют они сами. Они не жертвы обстоятельств. Они всегда причина всего — и успехов, и неудач. Только такая позиция и может приносить в жизни реальные результаты и успех.

Омеги же всегда во всем винят обстоятельства, непреодолимую внешнюю силу, продукт компании, ситуацию на рынке, плохую погоду, больной зуб — все что угодно, но только не свою лень, несообразительность, инертность и непрофессионализм.

Поэтому первые имеют все самое лучшее, а вторые сидят у разбитого корыта, проклиная всех и вся.

Альфа-продавцы знают себе цену и знают, на что способны. Альфа-продавцы знают, чего хотят достичь в этой жизни, и сами формируют себе финансовый план. Они сами ставят себе планку достижений гораздо выше, чем это делает их начальство. Начальник не всегда понимает потенциал подчиненного и может ставить цели ниже, чем тот может достигать. Плохой продажник будет работать, ориентируясь на планку, которую ему поставил начальник. Альфа-продавец сам хозяин своей жизни и уровень задач себе определяет только сам.

Альфа-продавцы не тратят времени на неудачников. В их круге общения всегда только люди, умеющие добиваться результатов. Многие в связи с этим обвиняют их в излишнем эгоизме, считая надменными и зацикленными на себе. Но это не совсем так. Просто альфа-продавцы не видят смысла тратить свое время на людей, которые не умеют ставить себе цели, не хотят идти к победе, ищут оправдания неудачам и т. д. Им скучно с такими людьми — они с разных планет.

Принцип «и так сойдет» отсутствует в жизни альфа-продавцов. Это поговорка для лузеров. Настоящие альфа-продавцы доводят дела до конца и до хорошего результата. Они максималисты и перфекционисты.

Альфа-продавцы постоянно совершенствуются.

Они всегда учатся и из любого опыта извлекают уроки. Любой навык, так же как и мышцы, нужно постоянно тренировать, чтобы поддерживать в форме.

Альфа-продавцы активно ходят на тренинги, читают книги по продажам, общаются с коллегами и перенимают опыт. Находят и придумывают новые фишки и внедряют их при общении с клиентом.

Альфа-продавец не боится брать самых крупных клиентов и продавать им на большие суммы. Часто приходится сталкиваться

с ситуацией, когда неуверенный в себе продавец старается не брать в разработку крупную компанию, заранее поднимая лапы кверху и сдаваясь. Как и неуверенный в себе юноша боится подходить к красивой девушке, думая, что у такой-то красавицы обязательно есть парень, так же и омега-продавец априори считает, что к крупному клиенту не пробиться, что у него уже есть поставщики, которыми он доволен, и даже нет смысла пробовать.

Альфа-продавцов не волнует, есть поставщики или нет, довольны ими или нет, много конкурентов звонит каждый день с такими же предложениями или он будет первый. Альфа-продавец не боится и не рассуждает. Он просто звонит и продает.

Альфа-продавцы знают не только свой продукт, но и бизнес клиента. Они становятся экспертами, не боятся погружаться в детали чужого бизнеса и изучать его особенности. Потому что понимают, что эксперт продаст гораздо больше, чем просто поверхностный продавец, не вникающий в проблемы покупателя.

Альфа-продавцы отлично чувствуют время, умеют его планировать и эффективно использовать. У всех у нас 24 часа в сутках, но одни успевают выполнять финансовый план, ходить на тренировки в спортзал, проводить время с семьей, учиться мастерству продаж и еще много всего, а другие — только дойти от дивана до холодильника и обратно. Все успешные люди умеют управляться с временем. И продавцы тоже.

Альфа-продавцы всегда ориентированы на результат. Они работают ради получения денег, подписания контракта, заключения сделки, выполнения финансового плана. Омеге же в основном процессники. Они не уверены в результате. Погружение в процесс дает им ощущение, что все идет нормально, работа кипит, но они стараются не думать о том, скоро ли будет достигнут результат и что надо делать, чтобы он получился как можно скорее.

Вы говорите омеге: надо сделать то-то и то-то — и слышите в ответ: «Я постараюсь». Типичный ответ неудачника. Стараться — это процесс. Нас в отделе продаж интересует только результат. Нам