

Секрет № 3

---

Вы должны продавать  
тогда, когда надо,  
а не все время

Как распознать продавца-любителя? Легко: он все время продает! Он не умеет знакомиться, спрашивать, слушать... Он просто продает. Точнее, изо всех сил пытается, но в этом лабиринте продуктов, услуг, клиентов, конкурентов ему немного не везет. Он все делает правильно (если не верите, сами спросите у него), но его товар очень «специфический», и покупатель очень «своеобразный», и...

Сегодняшние продавцы ничем не напоминают коммивояжеров. Другие правила игры, средняя стоимость сделки, цикл заключения сделки — все другое. Если раньше подготовка занимала 10% времени и работа с клиентом — 90%, то теперь в среднем на 90% времени, уходящего на

подготовку, приходится 10% работы с клиентом.

Не верьте тем, кто пробовал работать в продажах и сдался под предлогом «я не агрессивный». Если отработать все этапы сделки, то агрессивность не потребуется и само заключение сделки не будет являться проблемой.

35

Не существует продавцов, которые хорошо «закljučают контракты», существуют продавцы, которые умело работают на всех этапах: первичного поиска, квалификации, определения потребностей, презентации, предъявления доказательств и заключения сделки.

Заключение контракта — это процесс, когда продавец помогает покупателю принять оптимальное решение. Если пропустить этап определения потребностей, продавец не будет знать, что является оптимальным.

Продавец должен заключать только те сделки, которые устраивают и клиента, и компанию, и его лично. Очевидно, такое решение надо искать, иными словами, нельзя продавать сразу и, более того, необходимо допускать возможность, что это *не ваш* клиент.

36

Обратите внимание: 90% вашей головной боли происходит от 10% ваших клиентов. Вот с этими 10% вы что-то упустили: либо не определили потребности, либо позволили клиентам надеяться на невозможное, либо ушли от них сразу после подписания контракта. Одним словом, только (и все время) продавать нехорошо.

## Пример

*Вспомните типичную реакцию продавца-любителя на ваш отказ. Он хочет вам еще что-то сказать, он все время продает. Участвуя в ролевой игре «продай покупателю пачку сигарет», большинство выступающих в роли продавца даже не спрашивают: «А вы курите?» Им некогда, так как они активно и все время продают. Какова ваша реакция на такое поведение?*

# Вопросы и ответы

**1. Насколько универсально правило: 90% времени для подготовки и 10% — для продажи? Это обобщенный опыт. На самом деле большое значение имеет (опять-таки) то, занимаетесь вы пассивными или активными продажами, работаете непосредственно с покупателями или с дилерами, с ключевыми клиентами или с десятками одинаковых клиентов.**

**2. Почему не упоминался этап «борьба с возражениями»? Потому что название «этап предъявления доказательств» более общее. Дело в том, что в большинстве случа-**

ев сорванных сделок возражений как таковых и не было. Клиент говорил: «Спасибо, я подумаю» — и уходил навсегда. Надо понять, чего клиент боится, и предъявить соответствующие доказательства, несмотря на то, что возражений не поступило.

**3. Должен ли менеджер по продажам лично и непосредственно участвовать во всех этапах заключения контракта?** На первых двух этапах союзником может (должен) быть отдел маркетинга, на третьем — консультанты и технические специалисты.