

# Стратегия № 7

## Просите о том, чего хотите

### Страждущий да обрящет

Дар под названием «просить» существует уже давно, очень давно. Главные, кто понимает в нем толк, — это дети. Их метод — просить и просить, пока не получают нужного. Вырастая, мы теряем это умение. У нас появляется тысяча отговорок и поводов избегать малейшей возможности отказа. Детям неведомы наши страхи. Они в самом деле верят, что могут получить все, о чем попросят, идет ли речь о личном бассейне или мороженом.

Поверьте: мир отвечает тем, кто просит. Если вы не приближаетесь к тому, чего хотите, то, вероятно, недостаточно просите. На следующих страницах вы узнаете о разных способах просить, которые пригодятся как в бизнесе, так и в личной жизни.

Вот формула, которая будет напоминать вам о необходимости просить (ask):

A — Always — Всегда

S — Seeking — Искать

K — Knowledge — Знание

Говорят, что знание — сила. Это не так! Сила в том, чтобы это знание использовать. Запомните это навсегда. Попросив или спросив, вы можете получить информацию, идею, руководство к действию, имена влиятельных людей и даже — да-да! — деньги. Существует много способов просить, не роняя своего достоинства, и с высокими шансами на успех. Почему же люди теряются, когда у них появляется такая возможность? Есть три основных причины.

- 1. Им кажется, что просить — неприлично.**
- 2. Им не хватает уверенности в себе.**
- 3. Они боятся быть отвергнутыми.**

В Библии сказано: «Просите, и дано будет вам; ищите, и обрящете; стучите, и отворят вам». Это «инструкции» довольно высокой инстанции — гораздо более могущественной, чем устаревшая система ценностей, которую вы впитали в себя ребенком много лет назад. Проанализируйте сковывающую вас систему взглядов. Поймите, что есть и другие способы смотреть на жизнь. Измените свой взгляд на человеческие ценности. Найдите в себе силы избавиться от старых постулатов, которые заслоняют для вас будущее и лишают способности просить.

Обратимся ко второй отговорке. Да-да, все к тому же роковому недостатку уверенности, о котором мы говорили в предыдущей главе. Он определенно мешает просить. Верьте себе! Сделайте шаг вперед! Просите, невзирая на внутренние страхи. Худшее, что вы можете услышать в ответ, — это «нет», напоминающее вам о третьем пункте (боязни быть отвергнутым). Становитесь ли вы хуже, получив отказ? Вряд ли, если только не принимаете «нет» на свой личный счет, а в этом и кроется главная причина боязни быть отвергнутым. Некоторые не могут совладать со своими эмоциями, даже если говорящий «нет» никогда и в мыслях не держал их унижить.

## Семь способов укрепить свой бизнес

Вот семь эффективных способов сделать свой бизнес прибыльнее. Испробуйте их — и ваши доходы существенно вырастут. Чтобы было проще, выполните руководство к действию.

### 1. Просите информацию

Чтобы найти потенциальных новых клиентов, сначала нужно определить их текущие задачи, понять, чего они хотят добиться и как планируют это делать. Только тогда вы сможете продемонстрировать им преимущества своего товара или услуги. Удивительно, но многие забывают об этом простом моменте. Менеджеры по продажам печально известны своей склонностью игнорировать эту важнейшую часть представления товара. Часто в глазах у них отражаются лишь доллары — свидетельство того, что сосредоточены они только на содержимом чужого кошелька.

Мы называем их динозаврами. Не берите с них пример! Во время пригасите свой личный интерес. Сосредоточьтесь на своем желании искренне помочь человеку. Задавайте ему вопросы, начинающиеся словами «кто», «почему», «что», «где», «когда» и «как», чтобы получить всю нужную информацию. Мы называем этот прием «чисткой луковицы»: задавая очередной вопрос, вы словно снимаете еще один слой шелухи. Научитесь задавать простые вопросы по существу. Внимательно слушайте ответы. Помните: самое важное обычно скрыто от поверхностного взгляда. Те же приемы использует психотерапевт, чтобы понять, почему разладились отношения или возникла депрессия. У судебных юристов подобный прием называется процессом расследования. На его основе они выстраивают крепкую линию защиты или обвинения в суде.

Похожее происходит и в бизнесе. Только полностью понимая и цена потребности тех, с кем общаетесь, вы можете предложить им свое решение проблемы, товар, услугу.

В процессе сбора информации не забудьте задать два важных вопроса. Первый: какая главная задача стоит сейчас перед вами? По нашим наблюдениям, этот вопрос способствует взаимопониманию. Но при одном условии: задавать его надо опять же с искренним интересом — если он прозвучит вяло, как клише из старого учебника по продажам, собеседнику не захочется отвечать...

Второй важный вопрос звучит так: каковы ваши главные цели на ближайшие годы? Если вы создали прочное взаимопонимание в первые десять минут разговора, утомили свое желание поскорее продать товар и продемонстрировали искренний интерес к бизнесу собеседника, он наверняка расскажет вам куда больше, чем кажется.

Еще несколько советов по поиску информации. Во-первых, не перебивайте собеседника постоянными дополнительными вопросами. Во-вторых, чем больше вы будете ссылаться на слова собеседника, тем комфортнее и спокойнее будет протекать ваше общение. Так возникает волшебный компонент под названием «доверие». Когда оно появится, перед вами распахнутся двери к новым возможностям, ведущим к крупным успехам.

## **2. Не бойтесь «бизнес-просьб»!**

Впечатляющие данные статистики: в подробностях расписав собеседнику свой товар или услугу, более 60% менеджеров по продажам не просят потенциального клиента сделать заказ. Это дурная привычка, которая может в конце концов привести вас на мусорную свалку бизнеса.

Опять же берите пример с детей! Они — прирожденные торговцы. Вот зарисовка из жизни.

...Жаркий июльский полдень. На поле идет игра в гольф. Зона первого удара рядом с шестой лункой находится вблизи ограждения. По другую сторону ограды за маленьким деревянным столиком сидит шестилетняя девочка. Зовут ее Мелани. На столе перед ней два больших пластиковых кувшина — один с холодным чаем, другой с лимонадом. Пока наша четверка ждет, когда другая команда сыграет эту лунку, она с улыбкой спрашивает: «Хотите попить? Холодный чай или лимонад?» Она наливает нам напитки и, протянув руку сквозь прутья, говорит: «Двадцать пять центов за стакан, пожалуйста». Мы просовываем через забор четыре долларовых купюры. Аккуратно сложив деньги в небольшой кошелек, она передает нам напитки и говорит: «Удачного дня!» Сдачи мы не получаем. Но кто станет жаловаться? С таким обслуживанием она вполне заслужила свои 45% на чай.

### **Всегда просите о содействии.**

#### **Всегда!**

По-вашему, как часто она предлагает свои услуги? Правильно: каждый раз, когда очередной игрок оказывается у забора. Эта маленькая бизнес-леди не проходила десяти-недельных курсов по обучению технике продаж — у нее все получается само по себе. Мы все можем у нее поучиться. Во-первых, она выбрала отличное место. Во-вторых, ее услуги в жаркий день очень востребованы. И она настолько уверена в себе, что даже не считает необходимым давать сдачу!

Подобно Мелани, всегда задавайте завершающий вопрос, чтобы окончательно оформить сделку. Не надо колебаний, не ходите вокруг да около и уж точно не ждите, пока вас попросят. «Хотите попробовать?» Это не агрессивный, не навязчивый вопрос. Если вы хорошо представили свой товар и его преимущества, большинство людей подумают: «А что

мне терять? Возьму и попробую!» Продавая свои программы и семинары, мы спрашиваем напрямик: «Хотите пройти следующую программу?» Если разговор застопорился, спросите просто: «Хотите купить?» Обратите внимание на то, что ваш заключительный вопрос, в отличие от предыдущих, с помощью которых вы выуживали информацию, должен быть рассчитан на ответ «да» или «нет».

### **3. Просите о письменных отзывах**

Хорошо написанные и результативные свидетельства уважаемых людей обладают мощной силой. Они документально подтверждают качество вашей работы и рекомендуют вас как человека цельного, надежного и адекватного.

Но что удивительно — большинство бизнесменов пренебрегают этим отличным шансом обойти конкурентов. А ведь что нужно сделать — это всего лишь попросить! Сделать это следует сразу после того, как вы оказали отличную услугу, завершили крупный проект, уложившись в бюджет, прошли лишние пару километров, чтобы помочь человеку... В этих обстоятельствах люди будут рады отблагодарить вас за приложенные усилия.

Как добиться благодарности? Просто спросите, не согласится ли клиент оценить качество вашего товара или услуги, а также добавить к оценке какие-либо ценные замечания. Запишите его слова. Спросите и о конкретных результатах, которых он добился с вашей помощью...

Например, тренер по продажам, только что окончивший трехмесячную программу по организации системы продаж быстро растущей компании, может спросить: «Какие результаты вы увидели за последние два месяца?» Менеджер по продажам, вероятно, ответит: «С тех пор как вы стали делиться с нами своими идеями, наш общий объем продаж вырос на 35% по сравнению с предыдущими месяцами».

Вот он — конкретный, измеримый результат! Откажитесь от цитирования общих фраз типа «Программа была отличная и всем понравилась». Такие утверждения мало воздействуют на читателя. Но если у вас есть команда специалистов по продажам, которым нужна помощь, то, прочитав о том, как у кого-то прибыль выросла на 35%, они наверняка подумают: «Это то, что нам нужно! Если сработало у них, может получиться и у нас — как бы связаться с этим тренером?»

Закончив мини-интервью по телефону, предложите собеседнику написать отзыв самостоятельно. Во-первых, это экономит время и силы вашего клиента (особенно если он к тому же не слишком хорошо умеет писать увлекательные отзывы). Во-вторых, у вас появляется возможность составить отзыв так, чтобы он был особенно внушительным. Подготовив, отправьте его клиенту на одобрение — пусть он отпечатает его на своем бланке и подпишет.

Заведите привычку собирать положительные отзывы. Храните их в специальной папке на столике в приемной либо вставьте в рамки и повесьте на стену для всеобщего обозрения. Самые важные комментарии выделите маркером. Все ваши рекламные материалы должны содержать хотя бы по три положительных отзыва, оформленных соответствующим образом.

Также хороший вариант — выбрать десять самых впечатляющих фраз из десяти разных отзывов и разместить их на странице с именами своих клиентов. Еще лучше — приложить к ним небольшие фотографии клиентов. Если ваш товар легко сфотографировать, например это автомобили или мебель, сделайте фотографию вашего нового клиента, сидящего в машине или за шикарным новым обеденным столом. Визуальная информация воспринимается быстрее.

**Обратитесь к надежным людям**

Неизгладимое впечатление на ваших потенциальных клиентов способны произвести и комментарии местных знаменитостей, а также признанных корифеев вашей отрасли. Кроме того, отзывы можно разделить на категории. Если у вашего товара или услуги несколько преимуществ — например, отличное качество услуг, цена, своевременная доставка, — представьте каждое из них отдельно. Если клиента интересует одно конкретное преимущество, вы можете показать несколько отзывов, демонстрирующих именно его.

Существуют простые способы заметно расширить ваш бизнес. Так воспользуйтесь же ими и пообещайте себе отныне просить клиентов о благодарственных отзывах!

#### **4. Получите рекомендации у лучших**

О важности рекомендаций в мире бизнеса известно почти всем. Это самый простой и дешевый способ обеспечить себе рост и успех на рынке. Однако, по нашему опыту, лишь одна из десяти компаний разрабатывает свою систему для получения рекомендаций. Почему?

Причина та же — страх быть отвергнутыми. Мы уже говорили о важности работы с ключевыми клиентами — теми, кто с радостью даст вам рекомендации, ведь вы так хорошо с ними обходитесь! Почему же вы не просите их? Может быть, не до конца осознали грядущие вслед за этим выгоды?

Все успешные бизнесмены знают, что просить рекомендации — важная часть общей маркетинговой стратегии. Эта привычка способна резко повысить ваш доход.

Получение рекомендаций не ограничивается кругом ключевых клиентов, хотя именно они в силах открыть те двери, которые иначе оставались бы для вас закрытыми. Новые возможности возникают каждый день. Встретив потенциального клиента, которому ваш товар или услуга оказались в данный момент не нужны, вы все же можете спросить, не порекомендует ли он того, кому они могут понадобиться.



Что вам терять? Самое страшное, что может случиться, — он ответит «нет». Хотя чаще всего люди и вправду задумываются над тем, кому это может быть интересно.

*Лес: У меня была встреча с владельцем компании-застройщика. Он выслушал мою презентацию и сказал, что наши услуги его не интересуют. Но когда я спросил его, не посоветует ли он обратиться к кому-нибудь еще, он сел, внимательно просмотрел свою картотеку адресов и назвал мне имена двадцати семи высокооплачиваемых клиентов.*

Кстати, не забудьте подробно обрисовать портрет потенциального клиента, ведь вам явно ни к чему длинный список имен людей, которые вам не подойдут. Если кто-то дает вам рекомендацию, проверьте ее дважды. Разузнайте все об этом человеке, пока не будете уверены, что это именно тот, кто вам нужен.

Наш друг Барни Зик делает еще одну умную вещь: он просит рекомендации честно и откровенно. Попробуйте сделать этот момент частью любой сделки по продажам, и вы будете выгодно отличаться от коллег по профессии. Например, можно сказать: «Мы предлагаем вам такую прекрасную цену еще и потому, что надеемся на вашу рекомендацию трем вашим знакомым. А мы, в свою очередь, обещаем и впредь оказывать вам услуги на самом высшем уровне — вы не пожалеете, что работаете с нами».

Свои доводы можно подкрепить отзывами других довольных клиентов. Иногда Барни формулирует иначе: «Не могли бы вы познакомить меня с другими людьми вашего уровня?». Таким образом вы делаете искренний комплимент клиенту.

Часто нас спрашивают: нужно ли платить за рекомендации? Это решать вам, хотя большинство людей, особенно

ваши ключевые клиенты, рады будут помочь вам бескорыстно. С другой стороны, если комиссия за рекомендацию, скажем 10%, поспособствует ежемесячному пополнению рядов ваших клиентов — пойдите на это.

Можете придумать особые способы поблагодарить тех, кто рекомендует вас. Удивите неожиданным подарком — может быть, парой билетов в кино, необычной кофейной чашкой (с логотипом вашей компании), особенным ужином в любимом ресторане. Если же их содействие принесло вам существенный доход, награду следует соответственно увеличить.

Еще один способ сделать так, чтобы вам помогали рекомендациями, — самому давать их своим клиентам. Предложите бесплатную консультацию или пробу товара в обмен на хорошую информацию. Это удачно работает, когда вы начинаете новое дело или малоизвестны на рынке.

Как видите, существует много возможностей создать новый бизнес, устанавливая отношения с ключевыми клиентами и другими людьми, имеющими связи с теми, с кем вы хотели бы сотрудничать. Попробуйте сделать что-то новое по сравнению с обычными способами нетворкинга. «Замахнитесь» на более крупного клиента или чаще просите о рекомендациях, чтобы укрепить бизнес. Помните: систематический сбор рекомендаций может сделать вас богаче. И еще кое-что: вместо слова «рекомендовать» говорите «знакомить». Оно звучит не так тяжеловесно. У некоторых может быть неприятный опыт того, как слишком настырный продавец в свое время выбивал из них рекомендации.

## **5. Стремитесь к новым сделкам!**

Многие предприниматели теряют тысячи долларов каждый год, потому что после первой продажи им уже нечего предложить. Ищите, какие еще услуги и товары вы можете добавить к своему портфолио. Научитесь определять, когда вашим клиентам потребуются новые товары или услуги

от вас. Человеческое желание покупать циклично, и важно знать, когда такой цикл вступит в соответствующую фазу. Проще всего понять это, спросив у клиента, когда вам с ним лучше связаться для получения нового заказа. Иногда проще продать старым клиентам что-то новое, чем искать новых покупателей.

*Лес: Кит и его партнер Билл — владельцы компании, занимающейся установкой и ремонтом электрооборудования. В течение пятнадцати лет они строили свой бизнес благодаря своему мастерству и отличным отношениям с другими представителями своей отрасли. У них есть крупный клиент, несколько лет обычно деливший подряды по электрике между ними и гораздо более крупным их конкурентом. Кит с удовольствием прибрал бы к рукам и его половину, но конкурент, казалось, ожидал подобного поворота событий и всегда был начеку. Тем не менее каждый год Кит подавал на тендер полное и подробное предложение. Он знал, что шансов на успех мало, но не сдавался.*

*Однажды обе компании вышли на тендер, объявленный новым клиентом. Конкурент, как обычно не сомневавшийся в выигрыше, составил предложение на одной странице. Кит же, как всегда, подал подробный документ, описывающий преимущества и экономическую выгоду использования услуг именно его компании. Рассмотрев оба предложения, клиент выбрал Кита, потому что тот сумел грамотно предложить свои услуги. Как впоследствии говорил Кит, «Это не мы выиграли. Это наш конкурент проиграл». Если вы будете настойчивы и последовательны, судьба обязательно проявит к вам благосклонность. Кита ждала и еще одна награда: когда весть о победе на тендере разнеслась по рынку, для них с Биллом словно открылся шлюз — посыпались заказы от других крупных компаний.*

Помните: бизнес стопорится, когда вы перестаете просить и предлагать. Чем больше вы это делаете, тем успешнее двигаетесь вперед.

Много лет назад компания McDonald's нашла особый способ брать от жизни все. Ее продавцов научили задавать еще один вопрос клиенту, заказавшему гамбургер и напиток. Этот вопрос принес им более двадцати миллионов долларов. Звучал он так: «Картошку не хотите?» Разумеется, многие отвечали: «Да, пожалуй».

Такой ход называется upsell («попытка заинтересовать покупателя более дорогим товаром»). В автомобильном салоне, когда вы покупаете новую машину, вам часто предлагают приобрести специальное антикоррозийное покрытие, дополнительно защищающее выбранную вами машину от ржавчины, или продлить срок гарантийного обслуживания.

Что еще вы могли бы предложить партнерам по бизнесу? Один дополнительный вопрос по завершении сделки может принести немалый доход. Помните: не предложите вы — предложит кто-то другой!

## **6. Предлагайте повторные переговоры**

Переговоры и возможность повторных переговоров — часть повседневной коммерческой деятельности. Речь идет еще об одном способе просить и предлагать, который может сэкономить вам много времени и денег.

Например, если пора обновить закладную на дом, а процентная ставка составляет 7%, можно сказать: «Это неплохая ставка, оставляю ее еще на три года». Но можно встретиться с представителем банка и сказать: «Я решил пересмотреть свои дела. Моим бизнесом интересуются и другие банки. Буду рад продолжать сотрудничать с вами, если вы сможете предоставить мне ставку 6%». Вы удивитесь, но банки довольно часто соглашаются, поскольку знают, что в этом сегменте существует жесткая конкуренция. Вычет одного

процента сэкономит вам довольно много денег, и все это благодаря одному-единственному вопросу.

Попытайтесь договориться об отсрочке платежей. Если у вас проблемы с деньгами, дополнительный месяц срока без процентов (об этом тоже следует попросить!) поможет стабилизировать ситуацию.

Различные договоры поддаются корректировке, просто попробуйте попросить об этом. Действуя в стиле win-win, можно получить немало приятных поблажек. Ничто не высечено на камне! Если ситуацию нужно изменить — попросите об этом.

*Лес: Однажды утром у меня был рейс в другой город, где я собирался провести семинар по достижению целей для группы предпринимателей. Сильная метель задержала наш вылет более чем на час — в итоге на посадку самолет зашел лишь в полдевятого утра. Семинар же начинался в девять. И тут командир экипажа сообщил, что мы не можем приземлиться из-за тумана, поэтому летим на запасной аэродром в центре города. Я подумал: «Отлично, так мне даже ближе добираться!» Однако после приземления пилот объявил: «Здесь нет оборудования для разгрузки багажа, поэтому придется дожидаться, пока рассеется туман, и лететь в основной аэропорт. А пока туман не рассеется, вы, похоже, застряли в самолете». Ничего себе выражения!*

*И тут мне пришло в голову попросить кое о чем. Я вызвал стюардессу и сказал, что везу с собой только ручную кладь, а через пятнадцать минут у меня назначена встреча. Она согласилась спросить у пилота, можно ли сделать для меня исключение и выпустить из самолета. Через несколько минут она, улыбаясь, вернулась, открыла дверь и спустила для меня лестницу. До этого момента никто в самолете даже не пошевелился. Оглянувшись,*

*я увидел, как еще несколько бизнесменов просят о том же. Им не приходило в голову, что можно изменить «разработанный сценарий», просто попросив об этом.*

## **7. Ищите обратную связь**

Вот еще один важный компонент умения просить и предлагать, который часто упускают из виду. Как узнать, подходит ли клиенту ваш товар или услуга? Спросите: «Как идут дела? Как мы можем улучшить услуги для вас? Что вам нравится в наших товарах, а что нет?» Регулярно общайтесь с клиентами, чередуя легкие вопросы с более сложными. Организуйте ежемесячную фокус-группу для встреч с представителями клиентов. Угостите их обедом и задавайте, задавайте вопросы. Так можно внести в свой бизнес много мелких, но важных изменений.

Если вы контролируете работу команды или руководите большой организацией, ищите идеи у ваших сотрудников. Часто именно они знают больше всего о практической повседневной деятельности, обеспечивающей «смазку» всего механизма. Общайтесь и с поставщиками. Возможно, найдутся способы повысить качество дистрибуции, снизить затраты благодаря своевременной инвентаризации. Чем бы конкретным вы ни занимались, вас окружают люди, которые могут посоветовать вам много ценного. Просто спросите! Как уже упоминалось, в конце этой главы вы найдете руководство к действию, которое поможет вам составить план действий, направленных на применение этих семи способов просить.

## **Как правильно попросить**

Если вы выражаетесь туманно и неконкретно, вас не поймут. Вот пять способов сделать так, чтобы получать то, о чем просите.

## **1. Выражайтесь четко**

Будьте точны. Хорошо продумайте свой запрос или предложение. Подготовьтесь заранее. Запишите в блокнот особенно эффективные слова. Слова — очень мощная вещь, поэтому тщательно их подбирайте. Если нужно, найдите людей, которые хорошо умеют предлагать и просить, и прибегните к их помощи.

## **2. Будьте уверены**

Те, кто просит с уверенностью, больше получают от жизни, чем те, кто колеблется и сомневается. Если вы уже представили, о чем просить, делайте это без колебаний, смело и уверенно. Это не значит, что надо быть настырным, высокомерным или чванливым. Уверенность может быть тихой, но те, к кому вы обратитесь, ее заметят. Единственное, что может случиться плохого, — вам откажут. Станет ли вам от этого хуже, чем раньше? Разумеется, нет. Это просто будет означать, что именно этот путь не работает. Ищите другой.

## **3. Будьте настойчивы**

Некоторые перестают просить после одной робкой попытки. Они слишком легко сдаются. Если вы хотите прикоснуться к настоящим богатствам жизни, вам придется много просить. Относитесь к этому, как к игре, спрашивайте до тех пор, пока не найдете ответа. Будьте настойчивы. В продажах вас, как правило, ждут четыре-пять «нет», прежде чем вы услышите «да». Самые успешные бизнесмены это понимают. Когда же вы найдете эффективный способ просить, продолжайте использовать именно его. Например, некоторые компании год за годом проводят одну и ту же рекламную кампанию. Почему? Потому что она работает.

#### 4. Будьте находчивы

В наш век всеобщей конкуренции ваш запрос может затеряться среди других. С такой проблемой нетрудно справиться. Ричард Карлсон, автор многих бестселлеров, в своей книге *Don't worry, make money\** называет этот прием «фиолетовые снежинки». Он поможет вам выделиться из толпы. Например, если хотите привлечь чье-то внимание, не стоит отправлять этому человеку обычное письмо. Мыслите творчески и придумайте более впечатляющее представление. Вот пример из книги Артура Ленхана *The Best of Bits and Pieces\*\**.

Главный специалист по закупкам в одной очень крупной компании был практически недоступен для продавцов. Ему нельзя было позвонить — он звонил только сам. Если продавцам все-таки удавалось проникнуть к нему в офис, их выставляли вон.

Тем не менее одной даме удалось-таки пробиться сквозь его линию обороны. Она прислала ему почтового голубя с привязанной к лапке визиткой, на которой было написано: «Если хотите узнать еще о наших товарах, выбросьте нашего сотрудника в окно!»

Это отличный пример «фиолетовой снежинки». А каким способом могли бы произвести на потенциального клиента впечатление вы? Поищите новые идеи с членами вашей совещательной группы. Раз в месяц отводите время на «фиолетовые снежинки» и принимайте как должное, если ранее наглухо закрытые двери распахнутся и вас пригласят в них войти.

---

\* Ричард Карлсон. Не переживайте по пустякам. Делайте деньги. — М.: Рипол Классик, 1999.

\*\* Arthur Lenehan. *The Bits and Pieces* (1994).



## 5. Будьте искренни

Если вам действительно нужна помощь, люди откликнутся. Скажите все как есть, без утайки. Не волнуйтесь о том, что ваша презентация, возможно, неидеальна; главное — пусть ваши слова будут искренними. Будьте просты, и люди откроются вам!

Кроме того, вам повезет больше, если вы убедите собеседника, что уже вложили в дело немало сил. Например, если молодежной благотворительной организации до нужной ей тысячи долларов не хватает только пятидесяти, а молодые люди рассказали обо всем, что сделали, чтобы набрать девятьсот пятьдесят, — мыли машины, торговали хлебом, убирали мусор и бутылки, вы, вполне вероятно, пожертвуете им недостающее.

Если вы пробуете все способы добиться желаемого, люди, скорее всего, протянут вам руку помощи. Но помните: те, кто просит о бесплатной помощи постоянно, вряд ли чего-то добьются.

**Существует много способов просить —  
изучите их все!**

## Заключение

Привычка просить и предлагать изменила мир. Многие выдающиеся люди прославились потому, что умели просить, и делали это искренне и с верой в себя. Иисус просил своих учеников следовать за ним. Они откликнулись на его зов — так зародилось христианство. Мать Тереза просила других помочь бедным и умирающим — и создала миссионерскую организацию, имеющую сегодня тысячи последователей по всему миру. Важно, что каждый из этих людей ясно видел цель и был готов на все ради нее. Просьба для них стала естественным способом движения вперед.

Каждый день дает нам бесчисленные возможности просить о желаемом. Подмечайте эти моменты. Смело шагайте вперед и заявляйте о своих желаниях. В них — семена вашего будущего благополучия. Посейте их сегодня, чтобы вскоре радоваться урожаю!

Итак, остаются три последних главы. Вы приблизились к завершению работы. Поздравляю, вы много сделали. Но оставшиеся три стратегии потребуют от вас немало кропотливого труда. Не отвлекайтесь от намеченной цели, а мы научим вас последовательной настойчивости, решительным действиям и жизни ради цели.

**Спросите себя: готов ли я теперь что-то изменить?**

## Руководство к действию

### Просите о том, чего хотите

Чтобы повысить эффективность работы и размер доходов, выполните наше упражнение по искусству просить. Успешное применение наших советов увеличит ваш доход по крайней мере в полтора раза. Начните прямо сейчас!

#### 1. Просите информацию

Что вы можете исправить в своей манере просить клиентов о дополнительной информации (только одно)?

---

---

#### 2. Не бойтесь «бизнес-просьб»

Помогает ли вам заключительный вопрос добиться желаемого успеха в сделке? Если нет, придумайте хотя бы два новых способа задавать его. Пусть они будут просты и конкретны.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

---

### 3. Просите письменные отзывы

Запишите имена пяти людей, которые могут рекомендовать вас другим с положительной стороны. Позвоните им и добейтесь желаемого.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### 4. Просите о рекомендациях

Составьте конкретную систему постоянного вовлечения в свой бизнес новых людей. Помните: ключевое слово — «постоянного», то есть делать это надо каждую неделю.

---

---

---

---

---

### 5. Стремитесь к новым сделкам

Назовите пятерых клиентов, которым вы предложите работать с вами. Найдите вескую причину, по которой они стали бы покупать больше, — специальные скидки, новый товар или акции.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### 6. Предлагайте повторить переговоры

Опишите одну ситуацию, по которой в ближайший месяц хотите добиться новых договоренностей. Речь может идти о процентных ставках, сроках погашения кредита, отпуске, зарплате, должностных обязанностях и т. д.

---

---

---

---

---

### 7. Просите об обратной связи

Укажите два способа улучшить общение с клиентами. Обратите внимание на телемаркетинг, клиентские фокус-группы, анкетирование и т. д.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

Помимо исполнения этих семи стратегий, постоянно проверяйте, не забыли ли вы попросить о чем-нибудь еще.

Составьте список из трех позиций, о которых вы не просите, хотя хотели бы сделать это.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_