

Джил Конрат

Гибкие продажи

Как продавать
в эпоху перемен



Jill Konrath
Agile Selling

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

й перевод!

Оглавление

Введение	12
Часть I. Важность оперативности	17
Глава 1. Перемены, перемены и снова перемены	18
Глава 2. Как понять современного покупателя	20
Глава 3. Будьте ключевым фактором	24
Глава 4. Необходимость быть гибким	26
Часть II. Гибкое мышление	29
Глава 5. Примите важнейшее решение	30
Глава 6. Переформулируйте ваши проблемы	33
Глава 7. Взгляните на неудачи по-новому	36
Глава 8. Ставьте правильные цели	39
Часть III. Учитесь быстро	43
Глава 9. Быстрый путь к мастерству	44
Глава 10. Используйте быстрое обучение	46
Глава 11. Составьте карту	49
Глава 12. Глубокое погружение	54
Глава 13. Сосредоточьтесь на самой важной информации	57
Глава 14. Выучите жаргон	62
Глава 15. Ориентируйтесь на интересы покупателей	65
Глава 16. Узнайте текущую ситуацию	69

Глава 17. Отталкивайтесь от обоснования необходимости изменений	73
Глава 18. Погрузитесь в истории	77
Глава 19. Опрашивайте клиентов	80
Глава 20. Управляйте процессом принятия решения клиентом	85
Глава 21. Делайте шпаргалки	89
Глава 22. Обращайте внимание на триггерные события	92
Глава 23. Найдите форумы	96
Глава 24. Закрепите свои знания	99
Глава 25. Пройдите тест на понятность	102
Глава 26. Когда остановиться?	105
Часть IV. Приобретайте новые навыки быстро	109
Глава 27. К слову о продажах	110
Глава 28. Найдите отправную точку	113
Глава 29. Сосредоточьтесь на личных максимумах.	117
Глава 30. Готовьтесь с энтузиазмом	121
Глава 31. Налаживайте контакт с помощью вопросов	124
Глава 32. Практикуйте безопасные тренировки.	128
Глава 33. Уберите шоры	132
Глава 34. Поучитесь у «выскочек».	135
Глава 35. Наблюдайте за работой опытных профессионалов.	138
Глава 36. Спуститесь на землю	142
Глава 37. Повысьте свою восприимчивость.	145
Глава 38. Придумайте методику возврата разговора в нужное русло	148
Глава 39. Не бойтесь проводить разбор полетов	152
Глава 40. Предотвращайте полное фиаско	155

Глава 41. Минимизируйте нагрузку на память.	158
Глава 42. Разберитесь с первопричиной проблем.	162
Глава 43. Осваивайте новые программы.	165
Глава 44. Стремитесь к максимальному результату.	168
Часть V. Привычки гибких продавцов, помогающие им добиваться успеха.	171
Глава 45. Подготовьтесь к успеху.	172
Глава 46. Воспользуйтесь планом.	174
Глава 47. Оптимальная организация рабочего дня.	177
Глава 48. Разберитесь с «висячими» клиентами.	180
Глава 49. Раскопайте больше информации.	182
Глава 50. Избавьтесь от отвлекающих факторов.	186
Глава 51. Обновите ваш мозг.	189
Глава 52. Измените свой настрой.	192
Глава 53. Преподайте кому-нибудь урок.	195
Глава 54. Переиграйте систему.	198
Глава 55. Измените вредные привычки.	201
Глава 56. Станьте тверже.	204
Глава 57. Мозг напрокат.	207
Глава 58. Играй роль, пока она не станет тобой.	210
Глава 59. Пополняйте запасы энергии.	213
Глава 60. Выберите правильный образец для подражания.	216
Глава 61. Настройтесь за чашкой кофе.	219
Глава 62. Не теряйте энергию.	222
Заключение. Величайший вызов.	225
Благодарности.	229
Приложение.	231
Об авторе.	238

Введение

Почему мне понадобилось столько времени, чтобы понять, что действительно важно для успеха в продажах? Я занимаюсь ими уже десятки лет и вопрос этот задаю всерьез. Только в последние годы я набралась опыта и мудрости, чтобы увидеть то, что отличает успешных продавцов от всех остальных.

Для начала немного истории. Я долго придерживалась популярного подхода «эффективности продаж». Работая консультантом, я помогала менеджерам по продажам со стратегиями и тактиками, позволяющими создавать новые возможности, ускорять циклы продаж, быстро выводить на рынок новые продукты и расширять бизнес с текущими клиентами. Я даже написала две популярные книги по этой теме: «Моментальные продажи»*, пошаговое руководство по успешному заключению сделок с текущими измотанными клиентами, и «Продажи большим компаниям»** , где описано, как добиться встречи с ключевыми менеджерами крупных корпораций. Методы, показанные в этих книгах, уже помогли десяткам тысяч продавцов, которым нужно было подобное руководство.

* Conrath J. SNAP Selling: Speed Up Sales and Win More Business with Today's Frazzled Customers. Portfolio Trade, 2012.

** Издана на русском языке: *Конрат Дж. Продажи большим компаниям*. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. *Прим. ред.*

Но обрисованная там картина была неполной, поскольку я сама не замечала того, что помогло мне добиться успеха.

Все изменилось в 2011 году, когда Эндрю Лимурис, CEO* компании Medix**, попросил меня поговорить с молодыми специалистами о моих первых годах в продажах. Он хотел, чтобы я рассказала, что помогло мне преуспеть там, где остальные потерпели неудачу.

«Хм, — подумала я. — Действительно, что?» И тут на меня снизошло озарение. Кроме моих навыков было множество других факторов, которые помогли мне: умение справляться со страхом, установка на то, что неудач не бывает, и стремление понять точку зрения клиента. Эти приемы я применяла не задумываясь, поэтому не понимала их важности. Но, поразмыслив об этом, осознала, что они как раз и стали главными причинами успеха.

После того знаменательного дня три года назад я продолжила исследовать важнейший вопрос: что делает менеджеров по продажам успешными. Я изучала стратегии лучших специалистов. Я рассматривала достижения в области нейробиологии, чтобы понять, как работает наш мозг. Среди прочего я узнала, что наш стандартный образ мышления порой даже мешает достигать целей. Я также анализировала свою карьеру, чтобы найти хорошие идеи в собственном опыте.

Прежде всего я поняла, что важнее всего мое умение *ускоряться и быстро приспосабливаться к меняющимся обстоятельствам*. Мой успех зависел от оперативности — образа

* CEO (англ. Chief Executive Officer) — высшая исполнительная должность в компании. В принятой в России иерархии аналог генерального директора. *Прим. перев.*

** Medix — международная компания, ведущий производитель медицинского оборудования и ПО и провайдер услуг для ухода за новорожденными, неврологического лечения, решения проблем со сном, слухом и равновесием. Основана в 1989 году. *Прим. ред.*

мышления и навыков, которые позволяли мне быстро приобретать новые знания и умения, гибкости и силы, помогающих преодолевать трудности и не упускать хорошие возможности.

Возможно, вы никогда раньше не слышали о гибкости в продажах. В программах обучения менеджеров по продажам об этом даже не упоминают. Но все успешные специалисты, которых я знаю, умеют учиться и знают, как быстро разобраться в незнакомой ситуации.

Не нужно пытаться изобретать велосипед. Вы можете научиться стратегиям оперативных действий, в них нет никакого волшебства. Когда вы начнете использовать их в своей работе, результаты вас поразят.

Для кого предназначена эта книга? Я написала ее для всех, кто готов учиться мастерству продаж и улучшать свои результаты. Вот кому адресована эта книга:

- опытным менеджерам по продажам, которые хотят быстро добиться успеха в новой должности;
- новичкам, которые еще не разобрались, как преуспеть в этой области;
- продавцам, которые думают, что зашли в тупик, и хотят выйти на новый уровень;
- целеустремленным предпринимателям, которым сложно привлечь новых клиентов.

Если вы один из них, обещаю, что эта книга поможет вам добиться успеха как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Я понимаю, что сейчас вы очень заняты продажами. Поэтому я постаралась сделать книгу короткой и живой. Если вы воспользуетесь моими методами, то станете гораздо более продуктивными, эффективными, а главное — гибкими.

Что же вас ждет?

Часть I. Вы узнаете, насколько изменились современные покупатели. Вы поймете, как добиться исключительных результатов на высококонкурентном рынке, выделиться на фоне конкурентов и превзойти их, а также поймете, почему скорость вашего обучения — важнейший фактор вашего успеха в продажах.

Часть II. Вы узнаете об образе мышления, который может вам быстро улучшать свои навыки и в то же время защитит от ошибок. Я расскажу, как настроиться на достижение успеха. Если вы недавно получили новую должность в сфере продаж или только начали осваивать эту область, мои советы удержат вас на плаву, пока вы получаете необходимые знания.

Часть III. Вы узнаете, как опытные продавцы всего за 30 дней могут приобрести нужные знания, чтобы уверенно ориентироваться в любой ситуации. Этот раздел может вам определить, что именно нужно изучить, в какой последовательности и как запомнить новую информацию надолго. (Если вас недавно приняли на работу или вы собираетесь выпускать новый продукт, сразу прочтите этот раздел — возможно, он спасет вам жизнь.)

Часть IV. Я расскажу, как улучшить навыки продаж за рекордно короткое время. Эта часть не только для новичков; ожидания покупателей меняются ежечасно, и каждый менеджер по продажам должен развивать свои умения, чтобы успешно привлекать новых клиентов и заключать сделки. Если же ваша компания запускает новый продукт, вы сможете вспомнить, как сделать это максимально эффективно.

Часть V. В этой части вы найдете много советов о том, как справиться с неизбежными трудностями. Это настоящая золотая жила, если вам нужно упрочить свои навыки, улучшить свою мотивацию, разобраться с недостатками или научиться лучше управлять своим временем.

Искушенные менеджеры по продажам всегда ищут новые способы оптимизировать свое время и освободить ресурсы для важных дел.

Чтобы добиться результатов, не обязательно читать книгу целиком. Я считаю, что глава 6 способна перевернуть вашу жизнь. Но это может быть и глава 15, и глава 50. В этой книге множество инструментов и техник, которые радикально изменят ваше мышление и в итоге ваши результаты. Чем лучше вы освоите их, тем выше ваши шансы добиться успеха сейчас и стать профессионалом в будущем.

Пора учиться!

Часть I

Важность оперативности

В мире постоянных перемен и мнимой одинаковости продуктов менеджеры по продажам играют ключевую роль. Важнейший фактор их успеха — способность быстро учиться.

Глава 1

Перемены, перемены и снова перемены

Быстрый. Гибкий. Подвижный. Чуткий к изменениям. Легкий на подъем. Сообразительный.

Мне сложно найти более подходящие названия для тех качеств, которые нужны современным менеджерам по продажам.

Мы живем в мире постоянных перемен, большинство из которых — вне нашего контроля. Однако профессионалы должны уметь приспосабливаться к ним, иногда буквально за одну ночь. И что еще больше усложняет жизнь, нам нужно при этом выполнять планы по продажам. Пугающая перспектива, особенно если подумать о море перемен, с которыми мы сталкиваемся.

Для начала изучите свою компанию. Скорее всего, в ней постоянно все меняется, даже если она маленькая. Каждый год на рынок выходят новые продукты, вводятся новые стратегические инициативы. Меняются приоритеты, пересматриваются системы оплаты труда, приходят новые руководители с новыми ожиданиями. Возможно, за прошлый год вы сталкивались с серьезной реорганизацией вашей компании или хотя бы команды.

Добавьте к этому новые технологии, которые вы используете в работе: системы CRM (управление взаимодействиями с клиентами), онлайн-конференции, социальные сети, службы оповещения, новейшее ПО для привлечения потенциальных клиентов, приложения для смартфонов. И это

далеко не полный список. А если вы добавите всю ту информацию, которая обрушивается на вас каждый день, то почувствуете себя загнанными в угол.

Это только часть картины. Рынок тоже постоянно меняется. Исчезают целые отрасли, на смену им приходят новые. Экономика переменчива: то резкий взлет, то спад. Процентные ставки скачут то вверх, то вниз. Политическая и экономическая нестабильность сказывается на ваших решениях. Вы не можете повлиять на все эти вещи, а они заметно воздействуют на вашу успешность. А мы ведь еще даже не дошли до главной проблемы: постоянно меняющегося поведения покупателей.

Уф! Невозможно постоянно быть в курсе всего. Слишком многому надо научиться, а времени так мало. И с каждым днем надо узнавать все больше. Как только вам кажется, что вы наконец-то во всем разобрались, — бах! Все изменилось, и нужно начинать сначала.

Приспосабливаться к изменениям иногда тяжело. Вместо уверенности и гибкости вы ощущаете некомпетентность и неуклюжесть. Мастерство кажется недостижимым. А если у вас новая должность, то проблемы растут, как снежный ком. Вам нужно быстро во всем разобраться, особенно если вы занимаетесь продажами впервые в жизни.

Постоянные перемены — новая норма. Как менеджеры по продажам вы должны научиться процветать в этой постоянно меняющейся среде.

Не нужно сдаваться на милость перемен. Сосредоточившись на новом образе мышления, стратегиях быстрого обучения и новых способах приобретения важных навыков, вы можете преуспеть и в изменчивой среде.

Сложно добиться мастерства в постоянно меняющемся мире.



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

