Автор: admin
05.05.2011 13:20 - Обновлено 29.10.2014 06:52

Боитесь потерять клиента?

Есть одна вещь, которую приходится корректировать на тренингах по продажам у подавляющего большинства участников, независимо от их статуса. И продавцы, и руководители допускают одну и ту же ошибку.

То, что я сейчас расскажу, – большая тайна и настоящее ноу-хау. Однако я не сторонник скрывать полезную информацию (в запасе ее ещё много). Вот и решил написать эту статью.

Признайтесь, случалось ли так в последнее время, что вы боялись потерять какого-либо важного клиента? Или просто клиента, потому как «каждый клиент важен»?

Есть один закон жизни, который я узнал достаточно давно. Это, казалось бы, нехитрое наблюдение позволяет заметно повысить эффективность продаж. Наблюдение такое – способность иметь что-либо выше, чем способность терять это же.

Вроде бы просто. Очевидно, что потерять легче, чем иметь. Достаточно взглянуть на некоторых «мажоров» – папенькиных сынков, которые не зарабатывают деньги и не создают бизнес, а просто получают деньги у родителей и прожигают жизнь. Деньги у подавляющего большинства этих товарищей просачиваются сквозь пальцы, они не способны их иметь, сохранять и приумножать. Но могут с успехом терять.

Под словом «иметь» я подразумеваю способность распоряжаться чем-то или добиваться чего-то. Продолжать тянуться к чему-то, несмотря на препятствия. Получать что-то благодаря своему намерению.

Что следует из этого наблюдения? Если человек не способен даже терять, иметь он точно не сможет.

Ещё раз. Терять легче, чем иметь. Поэтому прежде, чем вы будете способны иметь что-либо по своему желанию, вы должны быть способны спокойно потерять это. Логично?

Вы можете спокойно потерять клиента, и у вас это не вызовет никаких переживаний? Если да, то вы будете способны иметь сколько угодно клиентов.

Возьмём такой пример. Жена приходит домой и заявляет мужу: «Я полюбила другого, я ухожу». Какова обычна реакция мужа? Истерика и скандал, не так ли? Или слёзы и апатия, что ещё хуже. Во всех этих случаях у него нет даже шанса изменить ситуацию, не так ли? Но если она увидит, что муж абсолютно спокоен, и говорит, улыбаясь: «Хорошо дорогая, до свидания. Оставь ключ на тумбочке»? Кажется, он бессердечный, но это единственный шанс для него вступить в диалог и уладить ситуацию.

Даже если он не решит эту ситуацию, он с таким отношением без проблем найдёт себе другую жену. Он способен «иметь» жену (простите за каламбур), так как способен её потерять.

Женщинам иногда не нравится этот пример, у них от него неприятное чувство. Если эту статью читает женщина, то представьте, что муж пытается уйти, а жена остаётся спокойной. Да, именно это я и имел в виду.

Вот как это применимо в продажах. Если вы продавец, у которого уже некоторое время недостаточный уровень продаж, выберите из ваших контактов одного, с которым сделка тянется уже слишком долго, и конца-края не видать. Позвоните ему и скажите, что ваши переговоры слишком затянулись, что вы не можете себе этого позволить, поэтому приняли решение прекратить с ним отношения. Это не уловка в продажах – действительно потеряйте его. Страшно? Тогда тем более сделайте это. Вот почему.

Вам лично нравится покупать у продавца, который уверен в себе, в своей фирме и в товаре? Скорее всего, да. Он вселяет в вас уверенность в том, что ваш выбор правильный, вы чувствуете, что ситуация под контролем у профессионала.

Может ли абсолютная уверенность и страх присутствовать у человека в один и тот же момент? Очевидно, что нет. А страх потерять клиента – это страх, даже если он тщательно скрывается под маской «профессиональной подготовки».

Одна участница тренинга как-то спросила, чем её магазин может выделиться среди конкурентов, если цены, товар и условия обслуживания совершенно одинаковы. Я сказал «общением продавца», но участница никак не могла этого понять. Как нужно общаться, чтобы покупатель тебя выделил и запомнил?

Во время упражнений стали очевидными две вещи. Она вела себя как «типичный продавец», говорила исключительно штампами, которые используют «продавцы». И она боялась потерять клиента, вцеплялась в него изо всех сил, что выглядело навязчиво и отталкивающе для человека.

Руководители часто спрашивают меня, как поднять уверенность своих продавцов. Один из способов (их много, но этот действует очень хорошо) – научить их терять клиентов, заставив потерять несколько. А потом показать им, где взять остальных. Это просто перечисление линий коммуникации, по которым приобретаются новые клиенты. Интернет, реклама, выставки, справочники, базы данных, рекомендации других клиентов. И все остальные способы, которые обычно успешны.

Пусть продавец звонит клиенту и отказывает одному за другим до тех пор, пока не перестанет быть серьёзным и испуганным по этому поводу. И тут вы увидите, как ребёнок превращается в солдата.

Вы увидите и ещё одну фантастическую вещь. Уровень его продаж после этого повысится на этой же неделе.

Для меня это далеко не теория, я и сам так делал, и заставлял так делать своих продавцов. Когда я занимался климатическим бизнесом, продавцы кондиционеров и обогревателей на розничных точках, у которых были низкие успехи, получали приказ делать «непродажу», то есть отказывать клиенту, даже если он хотел купить. Это как в американской армии – пилот ценнее самолёта. Один продавец, ставший более уверенным в себе, стоит нескольких потерянных клиентов, так как он приведёт в

десятки раз больше.

Если вы сможете сделать это – вы смелый человек!

А если вы не верите – добро пожаловать на тренинг, я покажу, как это делается. Если мой менеджер по продажам откажет вам в тренинге – не расстраивайтесь.

Возможно, он просто тренируется делать «непродажу».

Автор - Вадим Мальчиков
Источник