

Вячеслав ПОГРЕБЕНСКИЙ
Марк и Софья АТЛАСОВЫ
Художник В. Шинкаревский

рецепты психологической бизнес-кухни

РЕЦЕПТ 2

КАК ПРОДАТЬ ПО ТЕЛЕФОНУ

*Специально для бизнесменов, дистрибьюторов,
супервайзеров, рекламных, страховых и торговых агентов
— для всех, чья работа связана с общением*

Международная академия
деловой психологии

ББК 88.4

А 28

Атласов М., Атласом С., Погребенский В.

А 28 Как продать по телефону.

ББК 88.4

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельца авторских прав. При перепечатке ссылка обязательна.

Серия “Рецепты психологической бизнес-кухни”

В. Погребенский, М. и С. Атласовы Как продать по телефону

Редактор И. Симонов

Оригинал-макет Т. Ларина

Обложка И. Левшинов

ПРЕДИСЛОВИЕ

Это вторая книга из нашей серии
“Рецепты психологической бизнес-кухни”

Нужно ли покупать эту книжку?

Не знаем. Можно и не покупать. Можно получить в подарок или переписать от руки. **Но иметь нужно!**

Потому что эта книжка - профессиональная тренировка для человека, который в своей работе сам является основным инструментом своего труда и основным товаром. Любой человек, деловая успешность которого зависит от того, насколько он ловок в общении, обязан эту свою “ловкость” тренировать. 85% успеха в любом бизнесе зависит от умения общаться, от того, насколько предлагающий что-либо сам умеет быть интересным. Не интересен он - не интересно все, что он может предложить. Чем бы его ни оснастили. Это как с балериной: и музыка прекрасная, и декорации и костюмы чудесны, и зал великолепен, а балета нет, если балерина не интересна, не хороша, не убедительна, не яркая, не для меня танцевала. В ее искусстве - она основной инструмент этого искусства. И без постоянных тренировок, без постоянной шлифовки своих возможностей - нет у нее успеха.

Нужно ли ей покупать специальный тренажер?

Не знаем. Можно и не покупать. Можно получить в подарок или сделать своими руками. Но иметь нужно.

Эта книжка - твой тренажер, если ты профессиональный коммуникатор.

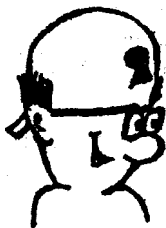
(Прости нам это “ты”. Но все психологи-тренингисты мира общаются с членами своих групп на “ты”, потому что занимаются уникальным процессом - поштучным производством профессионалов. Работа предельно индивидуальная, а поэтому одним из условий такой работы является общение на “ты”, чтобы иногда, невзначай, подсознательно участнику обучения не показалось, что сейчас обращение идет не к нему одному. Если к нему - то к “тебе”, а если возможно общение, то к “вам”. Эта книжка - обращение к тебе. До тех пор, пока ты будешь работать над этой книжкой - ты участник нашей психологической группы.)

Еще одна особенность этой книжки: она сделана не столько для того, чтобы рассказать тебе что-то умное, что знаем мы; не столько для того, чтобы сообщить тебе некие знания из области практической психологии, не столько для того, чтобы рассказать тебе, что ты делать должен и обязан - сколько для того, чтобы с помощью этой книжки тебе удалось развить свои способности и возможности. Чтобы твои знания не остались только знаниями, а превратились в твои умения быть успешным, чтобы ты не просто знал, **что ты должен делать**, а

МОГ это делать.

Поэтому постарайся не спешить с выводами по поводу ценности книжки для тебя. Сначала поработай с ней, выполни 2-3 раза каждое упражнение - потом скажешь себе, стоило ли ее покупать (или получать в подарок, или переписывать от руки). Так она построена: **1/8 - в тексте и 7/8 - в твоей работе по этому тексту**. Когда через 2-3 месяца ты вдруг увидишь, что количество совершенных сделок резко возросло и твои доходы стали тебя обнадеживать, - наш тебе совет: достань опять эту книжку и поработай над ее упражнениями еще раз. Это принесет тебе еще немного успеха и денег. Вот тогда и скажешь - стоило ли тебе ее приобретать.

И еще. Не спеши говорить себе и знакомым: “Да чего там нового? Это Карнеги? Карнелиус! Фейр! Вирджиния Сатир!” (мы не знаем, каких еще авторов книги для бизнесменов ты читал). Не спеши. Открой еще раз книги этих авторов. Попробуй сравнить тексты. Если ты займешься такой работой - это чудесное для тебя профессиональное упражнение. Ты убедишься, что мы во многом схожи, потому что учимся друг у друга. Но у каждого из нас есть своя дорога к тебе, к твоему успеху. Да и ты не первый день на свете живешь, многое из этого знаешь. Только очень важно помнить: **в этом деле звать - мало**. Необходимо **уметь** “исполнить” свои знания в общении с каждым партнером, в каждой ситуации. А потому - тренировка и тренировка. Ничему в себе нельзя позволить заржаветь. Разве среди твоих знакомых нет “умников”, которые чего только не знают, так красиво и умно тебе про все расскажут? Только вот сами сделать ничего не могут.



Знаний палата - ключи дома забыты

Наполеон добился очень многого, считая и объявляя себя гением. Но самыми важными составляющими успеха он все-таки считал не гениальность, не упорство, не умение увлекать за собой, а очень

простую вещь, которую он определил тремя словами:

**“Практика,
практика,
практика”.**

Мы очень хотим твоего успеха!



ВСТУПЛЕНИЕ

Хочешь испортить дело - делай его по телефону!

Думаешь, шутка?

Шутка, конечно. И в этой шутке, как в любой другой, есть большая доля **шутки**, а все остальное - **правда!**

Почему?

Потому что убеждение по телефону - один из сложнейших видов коммуникации.

Твой партнер по общению не видит твоих глаз, твоего лица, позы, жестов, не ощущает твоего запаха, не реагирует на твою одежду, обувь.

Он тебя только слушает. Да и слушает ли? А может быть в это время он больше занят чтением газеты, телевизором, ремонтом авторучки, созданием бутерброда, наконец. А тебя слушает так себе, в пол-уха. Может быть, он прижал плечом трубку к уху, а сам рассматривает себя в зеркале и закатывает глаза, в нетерпении закончить разговор с тобой. Это, кстати, еще интеллигент. А то ведь можно просто услышать: “Мне надоело. Привет”. И после этого:

“Ту-ту-ту-ту...”

Как привлечь его внимание?

Что сказать в начале разговора?

Как дать себя почувствовать?

Как почувствовать его?

Какие слова и как стоит произносить?

Как не рассердить партнера по общению?

Какую цель можно ставить, “продавая” по телефону.

Как тренировать умение работать в жанре “Я вам звоню по поводу...”

Эти и другие вопросы мы ежедневно получаем от людей, бизнес которых осуществляется через общение: страховых агентов, рекламных агентов, агентов по продаже, дистрибьюторов, супервайзеров, руководителей фирм, брокерских контор - всех тех, кого в психологии называют профессиональными коммуникаторами.

Никогда так не делай

- Алло, вы меня слышите? Мы договорились, что я позвоню вам по поводу косметики, о которой вы спрашивали вчера. Так вот все, что вас интересует у меня есть и можем сразу с вами договориться обо всех деталях: цене, сроках, когда и куда вам подвезти. У меня есть транспорт и для меня это не проблема в любое время, которое вам удобно...

Разберемся. Вроде бы внешне вежливая форма, человек выполняет обещанное, сообщает, что все есть, можно доставить.

Но. Кто это звонит? С кем он разговаривает?

И еще. Попробуй, засеки время и прочитай этот монолог еще

раз. У тебя уйдет 25-35 секунд времени. Тот, кто поднял трубку с той стороны, располагал этим временем? Или он выскочил из-под душа, прошлепав к телефону с мокрыми ногами, потому что уже три часа ожидает архиважного для него звонка. **Но другого.** И поэтому все три часа запрещает кому-либо занимать телефон дольше чем на полминуты. Даже если это тот человек, с кем была вчера речь о косметике, кому ты пообещал позвонить, в такой ситуации он может послать тебя... по известному во всем мире адресу.

Не забывай:

В любой профессиональной коммуникации, есть три обязательных элемента:

РАПОРТ - ПРИСОЕДИНЕНИЕ - ВЕДЕНИЕ.



Глава 1. РАПОРТ

РАПОРТ - это то, что я сообщаю партнеру по общению для привлечения к себе внимания. Это вся та необходимая и достаточная первичная информация, которая позволяет начать общение и создать намерение у партнера это общение продолжить. Это послыл, первая подача в игре.

Рапорт в общении по телефону имеет 5 обязательных правил:

Правило 1.

Не забудь поздороваться!

Казалось бы, ну об этом не надо предупреждать. Однако ваши исследования речевого общения бизнесменов показали, что **57% (!) телефонных звонков не содержат слов приветствия.** На наши вопросы: “Почему вы не поприветствовали собеседника?” - обычно отвечают: “Ну сколько раз за день это нужно делать?” или “Да это само собой разумеется!”

Нет ничего в речевой коммуникации, что разумеется само собой. Все должно быть произнесено. Партнер по общению (особенно по телефону) реагирует и будет реагировать на твои мысли и твою душу не потому, что догадается, что у тебя там внутри происходит, а потому, что слышит тебя. На то, что слышит, на то и реагирует. Не услышал слов приветствия - обиделся или удивился, или напрягся, или еще что-нибудь. Хорошо, если осознанно. А ведь, как правило, подсознательно. И только спустя много времени, вдруг, он отказывает

тебе, срывает переговоры. Абсолютно без видимой причины. Только потому, что обиделся, когда с ним не поздоровались. У некоторых людей можно встретить реакцию на приветствие, возведенную в принцип.

Нам известна одна дама, референт очень серьезного руководителя в российской товарно-сырьевой бирже, которая в тренинговой группе призналась, что если ей звонил человек и не здоровался, то материалы и предложения по его делу она любыми путями старалась не передать своему начальнику. Скажешь, это у нее женское? Может быть. Только ведь кто гарантирован, что на том конце провода человек без такого рода принципа?

А теперь вспомни и сделай упражнение?

Какими словами ты здороваешься?



- Здравствуйте!
- Добрый день (утро, вечер)!
- Привет!
- Наше вам!
- Здорово!
- Приветствую!
- Как дела?
- Что нового?
- А еще?

Допиши свои варианты.

Потрудись. Их должно быть не менее четырнадцати.

Потренируйся. Прямо на этой странице.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Возьми магнитофон и поработай. Выбери из своего списка приветствий три, **самых часто тобой употребляемых**.

Включи магнитофон и произнеси первое приветствие 7 раз, каждый раз применяя интонацию: официально, по-приятельски, кокетничая-заигрывая, игриво-шутя, с чувством: “ну наконец-то”, интригуя, трагически (чтобы последовал вопрос: “Что случилось?”)

Послушай запись. Сделай то же самое еще с двумя своими приветствиями. Проверь, эта тренировка пригодится.

Но приветствие это еще не весь РАПОРТ.

Правило 2.

Обязательно назовись.

Даже если абсолютно уверен, что твой голос узнали, даже если ты звонишь в течение часа третий раз - **НАЗОВИСЬ**. Большая ошибка - после приветствия, не назвавшись, задать вопрос: “С кем я говорю?” или “Это кто?”, или “Кто у телефона?” У абсолютного большинства людей реакцией на такой вопрос в этом случае является желание ответить вопросом: “А вы кто?” Уже создана возможность раздражения. Такой рапорт психологически дискомфортен. Нароботай не менее десяти вариантов короткого представления себя.



Вариант 1.

Имя (полное, короткое, вариант звучания: Володя, Владимир, Вова и т.п.)

Вариант 2.

Имя и фамилия.

Вариант 3.

Социальный статус. Например: “Я - агент страховой компании “Феникс”.

Вариант 4.

Социальный статус и имя. Например. “Я отец одноклассника вашей дочери. Меня зовут Олег”.

Придумай еще 6-7 вариантов. Это могут быть варианты постоянные и ситуативные. Например, ты вчера заговорил с незнакомым человеком, взял у него телефон, но познакомиться вы не успели. Он явно мог запомнить твою внешность. Тогда может быть такой вариант - назвать себя:

Вариант 5.

“Я тот самый мужчина с бородой, с которым вы вчера встретились около музея.



Меня зовут Игорь”.

Запиши прямо здесь свои варианты. Это твоя книжка, не забрасывай ее далеко. Работай с этими заданиями, возвращаясь к ним, дополняй или вычеркивай.

Вариант 6.....

Вариант 7

Вариант 8.....

Вариант 9.....

Вариант 10.....

Вариант 11

Есть люди, которые, не называя себя в начале разговора, либо в шутку, либо серьезно на вопрос: “Кто это?” - отвечают: “Это я” или “Догадайся”, или “Неужели не узнаешь?” Опять-таки в шутку или серьезно такой человек отвечает, что рассчитывает на то, что уж его-то должны узнавать.

Такая манера непродуктивна, при такой коммуникации партнер по общению неизбежно раздражается. Опять-таки, это происходит далеко не всегда на сознательном уровне. Раздражение может быть несознательным и проявится где-нибудь потом, когда уже совсем непонятно будет, почему он не пошел на контакт, не захотел сделать то, чего ты хотел от него. Психологию такого “отказа” можно объяснить, например, так. Тот кто считает, что “уж его-то должны узнавать!” тем самым предъявляет свою значительность партнеру по общению, как бы демонстрируя ее. **“Как это - меня не узнать?”** “У тебя со слухом или с памятью плохо, что мне необходимо называть себя? Я что, недостаточно важен для тебя, чтобы ты “напрягся” и среагировал на мой голос?”

Конечно, все это может быть в подсознании. Но так же на уровне подсознания формируется и реакция партнера:

“А почему я должен “напрягаться”? У меня со слухом все в порядке, память нормальная, но кто тебе позволил претендовать на мой слух и память? Я вообще-то тоже кое-что значу в этой жизни и нужен многим людям, и **почему ты считаешь себя таким особенным, что я сразу должен тебя узнать?”**

Очень часто вопрос: “Кто это?” - звучит тогда, когда тот, кто звонит, узнан. И вопрос этот произносится именно потому, что возникло раздражение, подсознательное “противостояние”. Этот вопрос в таком случае задается как правило для того, чтобы “поставить человека на место”, подчеркнуть свою значимость, занятость, самостоятельность.

Помни! Такой ошибкой ты сам можешь создать “сопротивляющегося клиента”.

И, кстати, есть еще одна опасность: телефон может действительно плохо работать и искажать голос.

Тебя действительно не узнают, спросят: “Кто это?” и ты успеешь обидеться.

**Не создавай трудности только для того, чтобы
потом их преодолевать.**

Правило 3.

Выясни, с кем ты говоришь.

Но только после того, как представишься сам. Существует одна распространенная ошибка в телефонной коммуникации. Эта ошибка также создает психологический дискомфорт. Заключается она в попытке того, кто звонит, **угадать того, кто поднял трубку**. Например: “Алло, здравствуйте, это Ира? А кто, Надя? Нет? Это Фира Михайловна?” И так человек может перебирать долго, раздражая партнера по общению. А в конце концов он получит вопрос: “Куда вы звоните? Кто вам нужен?” - и выяснится, что отвечал ему мужчина с высоким тембром голоса, которого он дополнительно обидел и рассердил тем, что перебирая женские имена, попал ему на больное место. Вот после этого и соверши сделку с этим мужчиной.

Бесчисленное число казусов в деловых переговорах по телефону связано с тем, что, начав разговор, человек не выяснил, с кем он говорит, с тем ли человеком, с которым хотел разговаривать.

Один очень серьезный бизнесмен в Голландии, Питер Роял, хозяин нескольких косметических фабрик в Западной Европе, рассказал нам о таком казусе, происшедшем с ним. Он дал задание секретарю соединить его по телефону с одним из своих поставщиков парфюмерных масел. Секретарь не мог дозвониться, поставил телефон на автоматическую программу и закодировал на цифру 2. Питер же, на своем аппарате под цифрой 2 уже давно закодировал связь с руководителем одной из своих фабрик. Время переговоров поджимало. Он вышел из своего кабинета в референтскую и, не обнаружив секретаря, подошел к телефону, нажал “двойку”, поздоровался, сказал, что это Питер и задал целый ряд вопросов о том, как ему разговаривать с поставщиком, чтобы снизить цены и проконтролировать поставки.

Вечером этого дня состоялись переговоры. Все прошло безукоризненно. Но каково же было смущение Питера, когда во время “коктейля” Поставщик рассказал ему, как сегодня утром он догадался, что Питер перепутал номер телефона и вместо своей фабрики позвонил на склад масел. Вот так из “первых рук” Питер получил все инструкции по теперь уже состоявшимся переговорам.

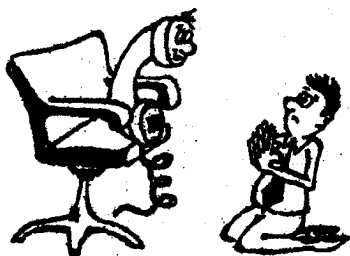
Представляешь себе состояние Питера. Не каждый раз такие инструкции можно получить без особых потерь.

Поэтому не забудь, что в рапорте обязательно выясни, с кем ты говоришь.

Сделай упражнение:

Вслед за этими примерами напиши еще 7-10 вариантов словесных конструкций, с помощью которых ты можешь выяснить, с кем ты говоришь:

- Я могу поговорить с...
- Можно попросить господина... к телефону?
- Это господин (госпожа)...?
- Я бы хотел поговорить с господином...
- Это квартира (контора, магазин и т.д.) господина...?
- (после того, как назвал себя) Простите, с кем я говорю?



-
-
-
-
-
-
-
-

-
-
-
-

А теперь еще раз посмотри на эти фразы и отметь те, которые ты употребляешь чаще всего. Поставь (!) перед фразой, которую ты считаешь самой универсальной для тебя (т.е. такой, которую ты можешь произнести в самых разных обстоятельствах. Напиши ее здесь еще раз.

-

Пусть это будет твоей заготовкой. Если в нужный момент не вспомнится ничего другого - это у тебя уже есть. Используй.

Для дополнительного чтения

В первой книжке нашей серии “Рецепты психологической бизнес-кухни” мы представили работу Д. Джонгвард и М. Джеймс “Рожденные выигрывать”.

В этой книжке мы представляем еще одну работу наших коллег - практических психологов из Австралии Хелены Корнелиус и Шошаны Фейр “Выиграть может каждый”.

Это концепция преуспевания, абсолютно созвучная нашей концепции, которая не означает поражения одной из сторон. Она



показывает, что каждый участник может получить оптимальную выгоду от проведенного дела. Представление о победе и поражении заменяется партнерством в решении проблемы. Идеи, изложенные в книге "Выиграть может каждый" довольно просты. Тем не менее, они

все еще не слишком распространены.

Цель книги - научить извлекать выгоду из конфликта, а не сводить его на нет. Книга построена таким образом, чтобы помочь тебе достичь желаемого и увидеть конфликт как благоприятную творческую возможность. Успешное разрешение конфликта способствует приливу энергии, радости, чувству удовлетворения.

Что такое конфликт?

Случалось ли Вам, выходя из комнаты, хлопнуть в гнев дверь? Приходилось ли Вам испытывать боль оттого, что кто-то что-то сказал в Ваш адрес? Получали ли Вы взбучку от Вашей матери? Если хоть на один из этих вопросов Вы ответили "Да", значит вы знаете, что такое конфликт.

И каждый раз, анализируя случившееся. Вам хотелось бы поступить по-другому? Так или иначе Вы входите в конфликт на протяжении всей своей жизни, в результате получаете определенные навыки поведения...

Как индивидуумы с различными потребностями, вкусами, взглядами и ценностями, мы вынуждены постоянно сталкиваться в конфликте друг с другом.

Единственный выход - это каким-то образом справиться с конфликтом.

Конфликт может вспыхнуть из-за забора или государственных границ, по поводу порядка на кухне или загрязнения окружающей среды. Он может касаться самых интимных отношений или же "шапочного" знакомства. Когда люди не могут выносить чьих-либо моральных, культурных, религиозных или политических взглядов, конфликт неизбежен и часто чреват серьезными последствиями.

Конфликт может открыть путь к переменам и обеспечить вызов. Навыки разрешения конфликта не гарантируют положительного результата в каждом случае, но они могут так повернуть конфликт, что появится возможность лучше понять себя и окружающих.

Во-первых, посмотрите, что происходит, когда возникает конфликт. С чем Вы сталкиваетесь, если конфликт не управляется или просто игнорируется. Поразмышляйте над этим списком:

*беспокойство
отдаление
беспомощность
замешательство
ухудшение
отказ
разъединение
усиление напряженности
поляризация*

*одиночество
всеподавляющий гнев
вялость
чувство обиды
высокое кровяное давление
стресс
усталость
болезнь
битье посуды*

И наоборот, что мы наблюдаем, когда конфликт правильно регулируется:

*спокойствие
комфорт
радость
жизнеспособность
счастье
открытость
продуктивность
прилив сил
легкость
товарищеские отношения*

*достижение желаемого
чувство свободы
совместная работа
изменения
рост
свободные взаимоотношения
умиротворенность
расслабление
крепкое здоровье
здоровый сон*

Конфликт может быть положительным или отрицательным, конструктивным или деструктивным в зависимости от того, каким мы сами его сделаем. Разумеется, конфликт не статичен - ситуация все время меняется. Зачастую мы меняем его направление, просто посмотрев на конфликт с другой точки зрения. Мы в состоянии даже из противоборства сделать удовольствие.

Такое трансформирование конфликта - это искусство, хотя и требующее определенных навыков.

Первое, что следует запомнить: наше противоборство и личные различия являются частью жизни и нужно пытаться избегать конфликта. Мы сможем обеспечить себе жизнь, если научимся предупреждать возможность конфликта или по крайней мере конструктивно разрешать конфликт.

Разрешение конфликта во многом зависит от осознанности происходящего, и существуют ключи, которые располагают от очевидного до наиболее тонкого. Это ключ к разрешению конфликта.

Ключи к разрешению конфликта

***Кризис** - это, конечно, очевидный ключ. Когда кто-либо игнорирует отношения или работу, ясно, что имеет место неразрешенный конфликт.*

Грубость - обязательный так кризиса, когда лучшим аргументом является грубая брань, и оппонентов захлестывают эмоции. Во время кризиса нормальное поведение выходит из-под контроля.

Возможны самые смелые жесты, и нередко они имеют место.

Напряжение - это еще один очевидный ключ. Напряжение, которое Вы испытываете, искажает ваше восприятие другого человека и еще в большей степени то, что он делает. Положение осложняется негативным отношением и предубеждением. Вам кажется, что противная сторона становится все хуже и хуже. В целом взаимоотношения становятся источником постоянного беспокойства. Напряженная ситуация похожа на то, как если бы Вы на зубную щетку выдавливали пасту из тюбика, а ей мешала бы засохшая корочка.

Когда пара сидит за столом, и он говорит: “Передай соль”, а она внезапно набрасывается с выговором: “Тебе больше не нравится, как я готовлю?”, нетрудно догадаться, что такому обмену любезностями предшествовало что-то неладное. Возможно, он несколько раз вернулся не слишком рано, и она сделала выводы, не попытавшись что-либо выяснить.

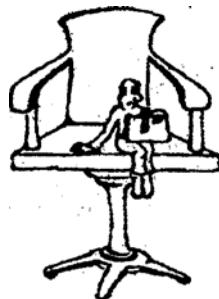
Вполне возможно, что все это произошло из-за недоразумения...

Непонимание - люди часто не понимают друг друга из-за ложных представлений относительно той или иной ситуации. Обычно это происходит из-за недостатка в общении или непонимания в общении. Иногда непонимание нарастает, так как ситуация кому-либо может показаться обидной. Вы все время обдумываете одну и ту же проблему. Восприятие проблемы искажено.

Инциденты - ключ, называемый инцидентом, испытан Вами не раз и обычно не очень значителен. Происходит какая-то незначительная вещь, которая на какое-то время выводит Вас из состояния равновесия или немного раздражает и через несколько дней забывается. В приведенном выше случае с солью напряжению и непониманию предшествовали несколько мелких инцидентов, например то, что он пару раз забыл позвонить.

“Лучше не придавать этому значения”, - подумал он тогда. Но эти незначительные оплошности застряли в ее памяти. Сам по себе инцидент не слишком серьезная проблема, но если его не осознать, он может разрастись, усилиться.

Дискомфорт - это интуитивное чувство, что что-то не в порядке, даже если вы не можете точно сказать, что именно. Обратите внимание на это ощущение. Ваша интуиция не



подводит Вас. Спросите себя: “Могу ли я что-либо сделать, пока не поздно?” Вскоре Вы увидите, что поступаете так, как не поступали до сих пор. Нов некоторых случаях остается только быть бдительным. Если вы научитесь распознавать ключи дискомфорта и инцидентов и незамедлительно действовать, то часто сможете и уберечь ситуацию от напряжения, непонимания и кризиса.

Вывод

Первый шаг в искусстве разрешения конфликтов - это научиться рассматривать конфликт как благоприятную возможность и искать ключи к его разрешению.

Правило 4.

Выясни: могут ли с тобой говорить. И если могут, то как долго?

Это очень важное правило рапорта. Известно множество случаев в практике бизнесменов, когда телефонный звонок, прозвучавший не вовремя, разрушал миллионные сделки. Возможно, что именно в этот момент партнер по общению не может произнести то, что нужно тебе и что он готов в принципе сказать. Может быть рядом с ним находится кто-то. При ком он этого произносить не хочет или не может.

Или, может быть, твой звонок прозвенел в тот момент, когда он протянул руку к телефону, чтобы вовремя позвонить другому человеку, с которым назначил именно это время разговора. И разговора важного для него. В этот момент он может отказаться от твоего предложения, даже если предварительно решил согласиться, выяснив последние мелочи. Но вот сейчас у него нет времени их выяснить, а твой звонок он почему-то воспринял как требование дать окончательный ответ - и вот звучит отказ там, где могла состояться продажа. Почему? Да только потому, что ты не выяснил, **вовремя ли ты позвонил.**

Известны, например, случаи срыва сделок из-за того, что телефонный звонок раздавался в тот момент, когда человек, страдавший от невозможности посетить туалет в последние 1,5-2 часа, наконец-то собрался это сделать. Подняв трубку в состоянии крайнего раздражения, он готов послать к дьяволу любого, и, в принципе, не желая этого, отвечает на звонок так, что его ответ воспринимается как отказ. Прозвучи этот звонок через 5-7 минут - и сделка была бы завершена. Выяснил бы звонивший: есть ли возможность сейчас с ним поговорить - сумел бы понять, а скорее почувствовать, что надо перезвонить, чего бы это ни стоило - был бы успех. Конечно, иногда наш звонок обходится дорого. Ты дозваниваешься больше часа (или третий день!). Ты рискуешь сорвать другие переговоры. Ты не можешь (или почти не можешь - не хочешь!) оттягивать решение. От тебя тоже ждут ответа, который зависит от результата этого звонка. Ты опасешься через 5-10 минут снова не

застать на месте своего партнера.

Но! Как сильно ты рискуешь сорвать даже проработанную сделку, если не выясняешь (не спрашиваешь, не прислушиваешься, не “причувствоваешься”) **могут ли с тобой говорить, и если могут, то как долго?**

Сделай упражнение.

Подготовь свои 5-7 вариантов, как это сделать. Приготовь то, что в технике профессионального коммуникатора называется “дежурная конструкция”. Типа:

- У Вас сейчас есть 3 минуты со мной поговорить?

- Вам удобно сейчас со мной поговорить?

- Вы сейчас можете поговорить со мной или мне перезвонить?

- Я не отрываю Вас? Вы можете сейчас поговорить со мной?

- Сколько у меня есть времени?

Обратите внимание: продуктивен вопрос “сколько у меня есть времени?” а не “сколько у Вас есть времени?” Тем самым я перехожу с режима:

“Ты (вы) - сообщения” на режим: “Я - сообщение”. Об этом разговор еще впереди, но пока отметь себе, спрашивая: “Сколько у меня есть времени (на разговор с вами)?” - ты подчеркиваешь тем самым уважение к времени твоего партнера, подчеркиваешь признание его значительности. Больше всего на свете деловой человек хочет именно этого - признания его значительности. А следовательно, такой речевой ход: “Сколько у меня есть времени на разговор с Вами?” - ход психологически комфортный, продуктивный.

Потрудись, сделай упражнение. Допиши еще 5-7 вариантов своих “дежурных конструкций”. Спроси у разных людей, какими фразами они пользуются. Впиши в эту книжку те из них, которые покажутся удобными для тебя. Фраза не должна быть длинной и извиняющейся. Твой звонок - звонок “по делу”, ты выясняешь условия коммуникации. Не нужно при этом заискивать и выпрашивать чего-то. Тебе необходимо выяснить, могут ли с тобой говорить, и если могут, то как долго, и сделать это ты можешь, произнеся:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.



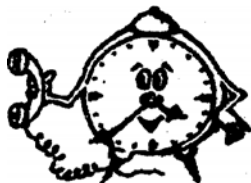


Выполняя это правило, ты уже почти на грани перехода от РАПОРТА к **присоединению**. Тыходишь во время своего партнера. Начинаешь с ним существовать вместе. В этот момент очень важно уловить его интонацию, темп, его самочувствие. “Пристройся” к этому. Не дави в этот момент на него своей бодростью или темпом. Сейчас очень важно понять и почувствовать, как “присоединиться” к нему и “присоединить” его к себе.

О присоединении разговор чуть позже.

А пока - еще одна важная деталь.

Как звучит твое “АЛЛО”, когда звонят тебе? Это ведь тоже рапорт. Только **РАПОРТ** ответа.



ПОМНИ. Каждый звонок, раздавшийся у тебя, может быть звонком человека, который произнесет: “Привет. Это дядя Беня. Ты можешь меня сейчас выслушать? О”кей. Так вот. У меня есть лишний миллион. Я совершенно не знаю, что с ним делать, и решил отдать его тебе. Может, пригодится?”

Да, именно это могут произнести. И неизвестно когда! Во всяком случае, если ты не хочешь спугнуть дядю Беню, то помни:

Каждое “АЛЛО”, которое ты произносишь (даже если оно сто тринадцатое за день), ты обязан произнести с таким желанием услышать того, кто тебе звонит, с таким восторгом, что тебе наконец-то позвонили (в триста семьдесят пятый раз за последние полчаса), с такой бодростью и свежестью (хотя тебе час назад вырвали два зуба и заморозка начала отходить как раз пять минут назад) - чтобы у потенциального партнера по общению возникло ощущение, что своим звонком он действительно одарил тебя по-царски.

Наверняка среди твоих знакомых есть человек, который, когда ему ни позвони, так скажет свое “АЛЛО”, что сразу хочется бросить трубку или начать извиняться за то, что, видимо, ты его разбудил. Хотя время - полдень и он на службе, и вы договорились, что именно в это время ты будешь звонить. Как не хочется подчас звонить такому человеку, который недовольным тоном наверняка проскрипит тебе что-нибудь, типа “У телефона” или “Говорите”, или “Подождите, сейчас отвечу”.

Потренируй свое “АЛЛО”. В тренинге профессионального поведения секретарям и референтам мы обычно даем упражнение, когда необходимо 13-15 раз произнести “Алло” с разной степенью эмоциональности,



разнообразными интонациями и тем не менее - предельно доброжелательно, бодро, звонко, привлекательно, радуя своим “Алло” потенциального партнера. Ведь сколько известно случаев, когда продажа происходила как раз из-за блестяще произнесенного “Алло” человеку, который просто ошибся номером. Но с ним говорили так, что он заинтересовался, куда же он попал, а затем разговор приводил к совершению прекрасной сделки.

Правило 5

Тренируй свое “Алло”.

Сделай упражнение.

Возьми магнитофон и запиши себя, произнеся “Алло” пятнадцатью разными способами.

А теперь послушай пленку. Определи, где ты уж слитком “сладок”, где чересчур эмоционален. Какое “Алло”, по-твоему, для тебя самое естественное, желательное, бодрое, призывное, располагающее к тебе и, по-твоему мнению, радующее того, кто тебе звонит.

А теперь напиши свой список синонимов “АЛЛО”.

Например:

“Слушаю”

“Да”

“Агентство “феникс”. Добрый день”.

“.....

.....”

Напиши сюда все, что ты слышал от других. Пспрашивай знакомых, какими еще словами они произносят “Алло”.

Набирай свой багаж, расширяй репертуар возможных способов телефонного общения.

В этом успех твоих продаж по телефону.

И последнее упражнение этой главы:

Открой книжку на стр. 5, где написан монолог по телефону под названием “Никогда так не делай”. Теперь, когда ты знаешь, как грамотно построить рапорт, проанализируй этот монолог и дострой его (допиши необходимое отсутствующее в нем). Сделай это прямо здесь, на чистом месте страницы. А для подсказки еще раз -



5 правил рапорта:

Правило 1. Не забудь поздороваться.

Правило 2. Обязательно назовись.

Правило 3. Выясни, с кем ты говоришь.

Правило 4. Выясни, могут ли с тобой говорить, и если могут, то как долго?

Правило 5. Тренируй свое “Алло”.

Это место - для диалога, составленного из монолога под названием:

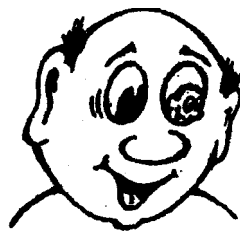
Алло!

This image shows a full page of primary-ruled paper. It features ten sets of horizontal dashed lines, each set consisting of three parallel lines. These lines are evenly spaced vertically across the entire page, providing a guide for letter height and placement in handwriting practice. The background is white, and there are no margins or additional markings.

ПЕРВЫЙ ТЕСТ МЕЖДУ ГЛАВАМИ

Кто я? Что я? Ну, деловой...

Такая сейчас жизнь, что и женщины, и мужчины тратят на дела (увы, отнюдь не личные!) все свободные часы. Конечно, каждый в меру своих способностей и усидчивости. Конечно, существует такой тип людей, который приспособлен лишь для развлечений. **Хочешь**



узнать, есть ли у тебя деловая хватка? Возьми карандаш и отметь в каждом пункте то, что скорее всего соответствует твоему способу жить, думать, поступать.

1. Ты собираешься закончить давно начатую и отложенную работу. И вдруг тебе звонит милый человек противоположного пола, который тебе симпатичен и просит о встрече.

а) Ты говоришь: “Попозже, солнышко” и сжав зубы, быстренько приканчиваешь свою работу.

б) Произнося: “Иду, любовь моя!” и послав к черту все свои дела, мчишься на свидание.

в) Раз и навсегда решив стать аскетом, ты снова посылаешь к черту, но уже свою симпатию и с легким сердцем занимаешься делом.

2. Перед тобой выбор: пойти в веселую компанию или, наконец, привести в порядок все свои бумаги, так как тебя замучила жена (муж), теща (свекровь).

а) Ты, повторяя “Делу - время, потехе - час!”, начинаешь убирать.

б) Радостно подхватив ту же поговорку, ты, решив, что долгожданный час пробил, пойдешь на вечеринку, клятвенно пообещав все убрать до истечения срока.

в) Бодро смотришь на тех, кто упрекает тебя в неаккуратности, и вяло отругиваясь, и не вдаваясь в подробности дальнейшей судьбы бумаг, гордо удаляешься.

3. Тебя попросили о важной услуге, невыполнимой для других людей.

а) Ты, похлопав приятеля по плечу, говоришь: “Нет проблем!” и, использовав одного из многочисленных друзей, исполнишь желаемое.

б) Сославшись на занятость, уйдешь, разводя руками.

в) Долго жмешь ему руку, лихорадочно думая в это время, и, наконец, частично исполнишь просьбу.

4. Деловые люди, как правило, не видят в одежде цель жизни. А для тебя она?..

а) Для меня одежда - очень многое. Без фирменных вещей я мало что из себя представляю.

б) Я люблю красиво одеваться, так как это приятно и мне и

окружающим.

в) Хорошая одежда нужна мне для работы. Если я буду плохо одет, люди соответственно не будут иметь со мной дела.

5. Что значат для тебя друзья?

а) Друзья - это великолепно! С их помощью я делаю свои дела, и они мне помогают. С их помощью я достаю, продаю, покупаю, подписываю - о, мне очень нужны друзья!

б) Друзья - это хорошо! Я не могу без друзей, они помогают мне в трудную минуту.

в) Друзья - это для меня все. Я с ними советуюсь, помогаю им.

6. В достаточной ли мере ты уделяешь внимание своему любимому человеку? Всегда ли ты заботаешься о том, чтобы, когда задерживаешься на работе, позвонить и сказать?

а) Что за ерунда. Я занимаюсь делом. У меня просто нет времени на такие пустяки.

б) Позвонить-то, конечно, можно, и я звоню, когда могу. Но думаю, ничего страшного не случится, если и опоздаю немного.

в) Конечно, позвоню! Как можно причинить беспокойство. Дав конце концов я вообще никогда не опаздываю.

7. Личная жизнь есть у всех, даже у самых деловых. Но вот какое значение ты придаешь личной жизни?

а) Семья, дом - это моя жизнь. Я люблю своего избранника (избранницу), хочу иметь (люблю) детей, а работа - только для поддержания материального положения.

б) Что ж, семья - это неплохо. Хорошо провести вечер в кругу семьи, поговорить с детьми, с любимым человеком, но и о деле забывать нельзя.

в) Ну уж нет! Всю жизнь провести на кухне - никогда! За детьми пусть следит жена (бабушка, няня), а мое призвание - работа. Вот там я достигну больших высот. Там мое место.

8. Умеешь ли ты отдыхать, отключаться от своих дел и многочисленных проблем?

а) Могу, но не всегда. Если у меня что-то важное, я просто не могу не думать об этом. Тогда и отдых не в радость.

б) Когда я отдыхаю, я с радостью сваливаю с себя бремя забот и наслаждаюсь жизнью.

в) Я уже не помню, когда отдыхал последний раз. Все дела, дела...



А теперь подсчитав количество очков.

вопр. отв.\	1	2	3	4	5	6	7	8
а	5	10	10	3	10	10	3	5
б	3	5	3	5	5	5	5	3
в	10	3	5	10	3	3	10	10



Более 60 очков.

У тебя есть просто талант! Человека с такими деловыми качествами надо искать. В работе для тебя - смысл жизни, и по сути твоя жизнь - это работа. Все подчинено ей, вся твоя жизнь подчинена работе.

Не пора ли остановиться?

Может наступить тяжелая минута, когда ты вдруг почувствуешь себя совсем одиноким! Это неудивительно, потому что о своих близких ты практически не думаешь, а друзей ценишь только как деловых партнеров.

Остерегись, еще немного и фраза “Боливар не выдержит двоих” может стать для тебя привычной. В принципе для тебя есть угроза превратиться в компьютер, холодный, одинокий, бездушный.

От 35 до 60.

Тебе удастся быть самим собой и при этом не оставаться за бортом жизни. Твоим близким с тобой хорошо. Как правило, ты заботлив и внимателен. В то же время ты и дела не пускаешь на самотек. Ты предпочитаешь в делах следить за всем самостоятельно. Очень хорошо, что работа не поглотила тебя целиком и не стала самоцелью. Продолжай ею заниматься, но не забывай и о тех, кто тебя любит. В этом случае у тебя все будет в порядке.

До 35 очков.

Ты слишком легкомыслен. Нельзя так доверяться случаю и так бесконтрольно и безудержно предаваться развлечениям. Нет слов, ты приятный человек. Однако, нельзя полностью забывать, что есть работа, есть целая. Тебе совершенно необходимо стать серьезнее, солиднее.

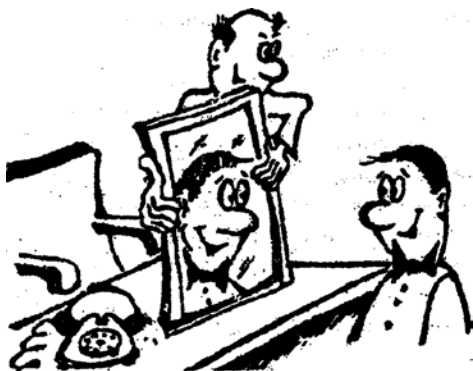


Глава 2. ПРИСОЕДИНЕНИЕ

В хрестоматии по практической психологии написано: **“Присоединение - внутреннее и внешнее движение в такт с партнером, отражение его поведения”**.

Вообще, присоединение - это всеобщий и жизненно важный процесс.

Люди склонны симпатизировать тебе и больше доверять, если ты выглядишь так же как они, так же двигаешься, так же говоришь и думаешь. Примеры такого Поведения можно найти даже у животных. Жизнь заставляет опасаться чужаков и держаться ближе к своим. Ты можешь больше расположить человека и легче снискать у него доверие, если будешь походить на него в деталях.



Конечно, когда ты продаешь не по телефону, а тет-а-тет, можно присоединяться позой и жестом, стать как бы зеркальным отражением партнера, можно отразить положение головы, рук, ног, осанку. Осторожными движениями можно попробовать отразить характер жестов. Однако **ПОМНИ!** Все твои действия такого рода должны оставаться вне

сознания твоего партнера.

Но можно ли, разговаривая по телефону, попытаться найти пути внешнего присоединения? Можно. Можно почувствовать даже его дыхание и присоединиться к нему. Конечно, это легко, когда ты видишь партнера. Потому что, если он живой - он дышит. А если он дышит - то это можно увидеть по движению грудной клетки или живота. Но можно это сделать и почувствовать его дыхание через голос, через манеру говорить. Великий Даниэл Уэбстер говорил:

“Заберите у меня все, чем я обладаю.

Но оставьте мне мою речь.

И скоро я обрету все, что имел”.

Конечно, **в продаже по телефону самое естественное - это присоединение к голосу и манере говорить твоего партнера.** Через это можно представить себе его позу, мимику, пластику. Если ты слушаешь, как говорит партнер подобно тому, как слушают друг друга музыканты - темп, ритм, громкость - у вас получится хороший джаз.

Ты продашь то, что хотел продать, а он купит то, что он захотел купить у тебя. Это не значит, что ты должен точно его копировать, но если ты хоть немножко приблизишься к его манере говорить, ему будет легче тебя слушать и понимать.

Особенно важен темп речи. Именно через темп и ритм речи ты можешь присоединиться даже к дыханию партнера по общению и, прижав трубку к уху, кивать головой в такт его словам, подстраиваясь под ритм его дыхания.

Почувствуй его. Есть такое понятие в психологии - **эмпатия**. В глубоком толковании, это некая способность вчувствоваться в другого человека, не только чувствовать, что с ним происходит, но и чувствовать отражение его чувства к себе.

Так, например, известна **материнская эмпатия**. Внимательная мать младенца всегда знает, что болит или чего хочет новорожденный, когда он плачет. Хотя он и не говорит ей об этом словами. Подчас у нее начинает болеть в том же самом месте. И даже, когда ребенок уже взрослый и служит в армии за много сотен километров от дома, эмпатия сжимает сердце матери в тот самый момент, когда у него неприятности. Одни люди от природы эмпатируют лучше, другие хуже. Но качество это тренируемое, оно дается не только от природы, и в профессиональной коммуникации натренированная эмпатия (в чувствование в партнера с целью присоединения) позволяет добиваться очень много. Эмпатия - это невидимый поток разнообразных чувств, посредством которого люди лучше понимают чувства и мотивы поведения других людей.

Основная задача присоединения - создав” атмосферы психологического комфорта в общения.

Твой рапорт уже состоялся. Теперь твой следующий ход, делай его, но помни, что в присоединении есть.

Правило 1.

Предложи партнеру говорить первому.

Люди обычно испытывают положительные эмоции, психологический комфорт, если чувствуют, что их слушают и понимают. Для продажи тебе необходимо создать ситуацию, когда по итогу общения испытываешь чувство Победы. Но истинным продавцом и успешным бизнесменом ты будешь только в том случае, когда твой покупатель по итогу того же ощущения испытывает то же чувство Победы. Вот чего на самом деле позволяет добиться эмпатия.

Ты ему позвонил. Он еще не расположен выслушивать твои аргументы и твою точку зрения. Ты хочешь, чтобы он расположился к тебе, раскрылся, но в 99 случаях из 100 он не будет даже слушать, пока не будет уверен, что ты всерьез интересуешься им.

Если ты хочешь, чтобы партнер тебя услышал, тебе первому надо проявить максимум внимания. Эмпатия растет, когда общение открыто настолько, что каждый из нас может слышать - а как тем, кто на другой

стороне?

Как запрограммировать партнера на произнесение “Да”? В самый первый момент общения очень важно получить от него первое “Да”. Очень полезно получить это “Да” трижды!

В технике NLP (Нейро-лингвистическое программирование) есть речевой прием, который называется **“трюизм”** - это очевидное утверждение, произносимое именно с целью запрограммировать человека на “Да”.

Например:

- Я полагаю, что вы хоть что-нибудь слышали о страховании?

- Среди ваших знакомых у кого-нибудь когда-либо была страховка?

- Вы знаете, что можно застраховать машину? имущество? жизнь? Это “трюизм”. Три вопроса, на которые твой партнер по общению почти наверняка ответит “Да”. Притом, что в третьем вопросе скрыт еще один трюизм:

- Вы знаете, что можно застраховать машину? (“Да”) имущество? (“Да”) жизнь? (“Да!”).

Это программирование на подсознательном уровне сыграет свою роль. Теперь легче услышать от твоего партнера “Да”, а ему легче это главное “Да” произнести.

Сделай упражнение.

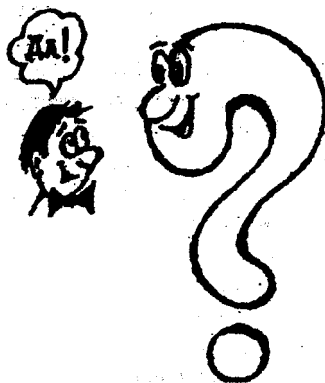
Придумай или вспомни еще 5-6 таких вопросов - утверждений, которые с большой вероятностью, по твоему мнению, запрограммируют твоего партнера на “Да”. Не забывай, что трюизм - это три таких вопроса, заданных подряд.

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

Трюизмами ты не только программируешь партнера на “Да”, что само по себе очень важно, но и даешь ему возможность говорить первому. Теперь твое дело - слушать его. Действительно слушать, а не ждать своей очереди заговорить. Когда ты внимательно слушаешь, ты делаешь разумную уступку, создавая необходимую атмосферу психологического комфорта.

Одно из самых важных качеств бизнесмена - **УМЕНИЕ СЛУШАТЬ**.

Однако слушая, помни, что в присоединении есть



Правило 2.

Слушая, не замолкай.

В психологической практике это называется “Техника активного слушания”. Теоретически это просто, но удивительно, что очень немногие владеют этим навыком на практике.

Приемы активного слушания.

1. Произнесение звуков-междометий

- подтверждения - “м”, “угу”, “еда”, и т.д.

- удивления - “да?”, “ну?”, “что вы?”, “мм?”, “что вы говорите?”

и т.д.

- стимулирования - “ну и...?”, “и что?...?”

Произнесение звуков-междометий позволяет твоему партнеру быть уверенным в том, что ты его внимательно слушаешь, что ты занят им, что тебе интересно и важно то, что он говорит. Это располагает его к тебе, создает психологический комфорт. Любому человеку жаждет, чтобы его выслушали. Особенно, если это связано с его самочувствием. Покажи ему техникой активного слушания, что ты действительно интересуешься его здоровьем больше, чем задачей продать ему коробку “Herbalife”. И его финансовые проблемы тебя интересуют в первую очередь, а предложение стать дистрибьютором или супервайзером - это то, что может его выручить, ему помочь. Не замолкай, когда он говорит. Большую ошибку ты совершил, если услышал от него вопрос: “Вы меня слушаете? Алло?” Это значит, что твое слушание недостаточно активно, и что твой партнер усомнился во внимании к нему.

Не замолкай. Но и не перебивай своего партнера.

2. Присоединение к чувствам, которые испытывает говорящий.

На уровне эмпатии сопереживай его чувствам по поводу сказанного и недосказанного. Следи за тоном и темпом разговора. Сопровождай свое сопереживание восклицаниями - фразами типа:

“Ну надо же!?”

“Как приятно!”

“Вот видите!”

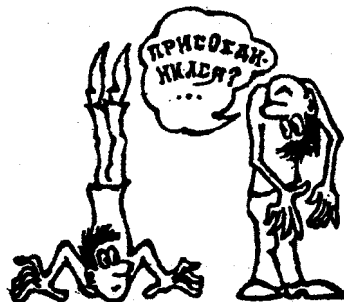
“Да у меня даже мороз по коже...”

“Ну вы подумайте!...”

“Ох, как хорошо!...”

Упражнение:

Дополни список фраз такого рода. Вспомни все, какими ты пользуешься. Потом вспомни своих знакомых и фразы этой серии, которыми пользуются они. Наверняка, среди твоих знакомых есть люди, у которых в активном применении специфические, характерные для них фразы, которые они часто употребляют в совершенно



различных обстоятельствах, типа:

“Ну ты посмотри!” или “Вот тебе раз!”. Сделай на этой странице большой список, 25-30 примеров, не меньше. А потом подчеркни фразы, которые будут тебя отличать. Такую фразу, которая станет твоим “бон мо” - “словечком”. И если твои знакомые будут разговаривать между собой, то один из них скажет: “Как говорит в таких случаях наш общий знакомый...” Придумай такую свою фразу. В речи надо быть ярким, оригинальным.

Вот место для этого упражнения, которое поможет тебе не только расширить твой репертуар, но также и продиагностировать себя: что тебе самому приятно, а что не очень. После того, как тебе покажется, что ты уже все с этим упражнением сделал - пронумеруй фразы, как бы поставив их в очередь в связи с твоими симпатиями. Самые маленькие цифры будут возле тех фраз, что тебе нравятся больше, самые большие числа получают те, что тебе несимпатичны.

- “Вот именно!...”
- “Верно, верно!..”
- “Ах, ты, боже мой!..”



В присоединении к чувствам есть еще прием “признания в тех же ощущениях”. Например, на фразу: “Меня так беспокоит моя полнота”, - реакцией может быть фраза: “И я тоже так нервничал, когда у меня был лишний вес”.

Фраза: “Я, знаете, очень стеснительный человек”, - может иметь такое присоединение: “Вот и я был таким же, я стеснялся заговорить с кем-нибудь. Но начал работать, пересилил свой страх и теперь чувствую себя намного уверенней”.

Или такой пример:

“Я не думаю, что я буду это покупать”, - и фраза присоединения: “Я совершенно с вами согласен. Я тоже так думал, когда предложили это в первый раз. Но когда я все-таки решился и купил, я ни на секунду не пожалел о том, что сделал”.

Еще:

“Но я слышал, что в другом месте это стоит дешевле.” - “Совершенно верно, вы правы. И я даже готов дать вам адрес, где это продают дешевле. Вы убедитесь, что там такое качество, что они могли бы продавать и еще дешевле.”

3. Техника задавания вопросов.

* Слушай собеседника, не старайся думать о том, что скажешь ему в ответ. Слушай ЕГО.

* Не стремись показать, что ты больше понял, чем он захотел сказать. Старайся услышать его потребности, волнения и трудности.

* Задавай вопросы, которые помогут ему раскрыться. Например: “А что ты думаешь по этому поводу?”, “Что ты сделал (делаешь, будешь делать)?”, “У тебя есть решение?”

* Подтверди как-нибудь, что понимаешь своего партнера. Задавай вопросы, перефразируя основную мысль, которую он обдумывает. Например:

“Не хочешь ли ты сказать, что...?” или “Ты действительно так сердит?..”, или “Я правильно тебя понимаю, что...?”

* Используй вопросы, программирующие партнера на принятие желаемого решения. Это вопросы из серии “Выбор без выбора”.

Типа: “Вы думали сделать одинаковую страховую программу на детей и родителей или вы будете делать разные программы?”

“Вы хотите, чтобы обязательно Я вас познакомил с продуктом “Herbalife” или это может сделать мой коллега?”

- Задавай вопросы на подтверждение.

“Ты очень расстроился?..”



“Тебе было приятно?..”

“Для тебя это было непросто?..”

“Ну? Это же твой “конек”?!”

“То есть, все свалили на тебя?..”

“Ах, как это, наверное, хорошо?!!”

Каждому человеку когда-нибудь хотелось, чтобы его внимательно, участливо выслушали. Советы в таких случаях, как правило, не интересуют, просто - подтверждение и признание того, о чем человек говорит. Другими словами, в таких обстоятельствах нужен РЕЗОНАТОР. Точно так же и твоему партнеру, как нормальному человеку, нужен РЕЗОНАТОР. И твоя профессиональная задача - быть хорошим резонатором.

Сумеешь натренироваться в этом умении, сумеешь быть хорошим резонатором - сумеешь легко и быстро убеждать людей в том, в чем хочешь их убедить.

Это великое умение в искусстве продажи- умение активно слушать.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ЧТЕНИЕ

Х. Корнелиус, Ш. Фейр “Выиграть может каждый”

“Дайте человеку услышать то, что он хочет”.

...Цель говорящего в том, чтобы была возможность просто рассказать о своей проблеме.

Цель слушающего - понять и признать чувства говорящего и таким образом помочь услышать самого себя.

- В этом основная польза говорящего. Когда вы пользуетесь навыками активного слушания с целью подтверждения, сконцентрируйтесь на следующем:

-Если позволяет время, исследуйте проблему, чтобы раскрыть ее во всей глубине. Очень часто мы не можем определить свои собственные ощущения, разобраться в мыслях до тех пор, пока не выразим все это вслух, не расскажем кому-нибудь. Когда мы чувствуем, что нас понимают, - мы смело можем продолжать.

- Проверяйте чувства и мысли вашего собеседника так же, как и факты. Например, он говорит: “Она даже не предупредила, что не придет.” Вы можете спросить: “Что ты чувствуешь?”, “Как это повлияло на тебя?”

- Парафразируйте чувства другого человека и, возможно, суть проблемы одним утверждением. С помощью парафраз Вы получите достоверную информацию о том, что положение вещей таково, каким Вы его воспринимаете. К тому же это позволяет говорящему откорректировать свое восприятие проблемы, когда он слышит о своем же отношении из уст другого человека.

- Вторая попытка. Если Вы не поняли или поняли неправильно,

задайте прямой вопрос типа: “Как ты сам рассматриваешь эту ситуацию?” или “Кажется, я не совсем понял. Расскажи снова!”

- *Перенаправьте разговор, если другой человек “обходит” суть проблемы. Он может уклониться от темы, если почувствует, что Вы не понимаете его и если он сам не до конца разобрался в ситуации.*

- *Будьте осторожны с фразой “Я вас не понимаю!” Мы не всегда понимаем проблемы другого человека. Осмотрительнее сказать: “Я вижу, что...”;*

- *“Я могу относиться к этому...”; “Судя по рассказу, я могу представить, как тебе тяжело.”; “Я даже представить не могу, что ты пережил, но можно понять, что ты действительно расстроен.”*

- *Сохраняйте тайну. Активное слушание часто провоцирует говорящего рассказать гораздо больше, чем он предполагает вначале. После чего он смущается и старается прекратить с вами отношения. Поэтому Вам следует удостовериться, действительно ли он хочет поведать Вам свои секреты. Также убедите его в том, что сохраните конфиденциальность. Кстати, так и сделайте.*

- *Старайтесь не отвлекаться от существа вопроса. Активное слушание сопряжено еще с одной опасностью. Чем больше Вы будете вторить говорящему, тем чаще он будет пересказывать с предмета на предмет. На случай вы должны иметь под рукой несколько отрезвляющих фраз типа “Так ты к чему клонишь?”; “Я потерял нить - в чем суть дела?”; “Я думаю, то, что ты говоришь очень важно. Прости, у меня мало времени, так ты пришел к какому-то выводу?”.*

- *Во время разговора должны быть естественные паузы.*

- *Следите за вздохами, так как они часто выражают понимание и одобрение. Позвольте человеку привести в порядок свои мысли. Затем можно спросить: “А сейчас ты как на это смотришь?”*

Помните, что активное слушание помогает другому человеку объективнее оценивать нерешенные проблемы, о которых ранее приходилось говорить. Он как бы переоценивает то, что рассказал Вам.

История Роджера

Как-то я помог своему коллеге Брайану подготовить отчет, который он должен был предоставить нашему шефу. Прошла неделя или больше, а вестей о том, как прошел отчет, от него не было. Я подумал, что вряд ли окажу Брайану помощь еще раз. Я позвонил ему на работу. Он был резок и краток со мной, почти груб. Казалось, он возмущен тем, что я расспрашиваю его. Наконец, он бросил:

“Ну ты и наглец, я же сказал, что мне некогда, дел по горло!” Я был очень задет - ведь я только интересовался исходом дела. Тем более наглецом я себя не считал! Я стал защищать

себя: “Никакой я не наглец, просто хочу знать, как прошел отчет...” Брайан прервал меня. Теперь он был просто взбешен. “Да нет, ты самый настоящий наглец, и я не уверен, что еще когда-нибудь свяжусь с тобой!” После разговора я был зол, как никогда. Момент, когда я начал защищать себя, только приблизил кульминацию перепалки. Правда, он упомянул в начале разговора, что был перегружен делами. Да-да, я не обратил на это серьезного внимания, зато на слово “наглец” - даже очень!

После того, как прошел восстановительный период, я попытался опять поговорить с Брайаном: “Как летаешь, Брайан?” Он ответил: “Страшно перегружен работой.” На этот раз я подключил активное слушание, сказав: “Очень жаль.” Это подбодрило его, и он продолжил: “Сообщение по нашему отчету отложено. Сейчас много срочных дел”. То, что было только что сказано, можно было спокойно, без возбуждения выслушать и в первый раз. Я уберег бы себя от обиды и переживаний, да и отношения не оказались бы под вопросом! Главное не в том, что я был слишком напористым, а в том, что Брайан был слишком занят.

Когда кто-то нападает на Вас, жалуется или критикует, дайте ему почувствовать, что слышите и понимаете, о чем он говорит. Активное слушание - самая полезная практика в таких случаях.

* Признайте его точку зрения. Это не значит, что Вы должны согласиться с ним - надо только слушать: “Теперь я вижу, почему эта проблема так обескуражила тебя.”

* Вызовите его на откровенность. Деликатно узнайте, что стоит за эмоциями. Как можно аккуратнее вновь подтвердите его точку зрения, пока он не успокоится. Если Вам удастся это сделать, он сам спокойно, в деталях все объяснит.

* Разъясните свое отношение к проблеме без отрицания его точки зрения, но подождите до тех пор, пока отрицание не спадет.

* Спросите, что можно сейчас сделать для исправления ситуации. Если он снова начнет возбуждаться - вернитесь к активному слушанию...”

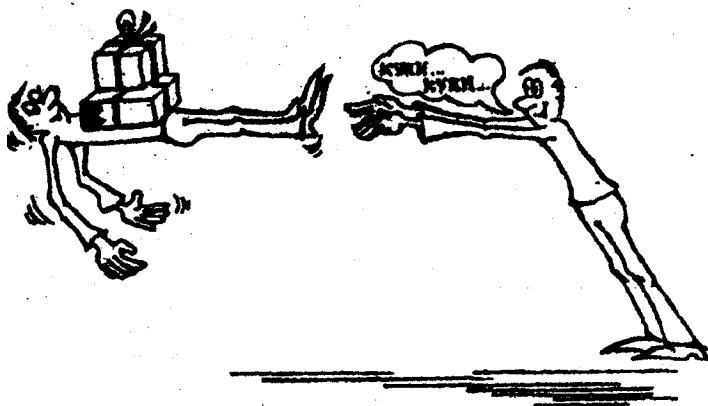
А теперь последнее упражнение ЭТОЙ главы. Вернись, пожалуйста, опять в самое начало книжки на стр. 5, где приведен текст телефонного монолога под рубрикой “Никогда так не делай!”

После первой главы ты уже нашел возможность поработать над этим текстом, добавил в него свои варианты рапорта. А теперь



проанализируй его еще раз, посмотри, как можно усовершенствовать этот разговор, используя “технику присоединения”. Пофантазируй, пожалуйста, и напиши здесь этот текст еще раз, теперь уже используя и технику рапорта, и технику присоединения. Очень было бы полезно, предложить это сделать еще кому-нибудь из твоих знакомых. Иметь не один, а 4-5 вариантов - это расширит твой репертуар телемаркетинга. Шире репертуар - больше возможностей убедить разных людей приобрести то, что ты продаешь.

Вот место для твоего текста:



ВТОРОЙ ТЕСТ МЕЖДУ ГЛАВАМИ

Перед тем, как приступить к третьей части грамотного телемаркетинга - “ведению”, мы предлагаем тебе тест на определение степени лидерства.

К сожалению, почти все люди относятся к тестам как к игре, придуманной для развлечения взрослых.

Однако, грамотные тесты, составленные с учетом психологических свойств личности, объективно способствует достижению успеха в жизни.

В нашей серии “Рецепты психологической бизнес-кухни” мы предлагаем тесты по самодиагностике, тесты, которые не требуют особого времени и условий. Возможно даже, что наши коллеги-психологи могут посчитать их психодиагностическую ценность проблематичной. Возможно, хотя с этим можно и поспорить. В любом случае, наша основная задача - пробудить в тебе, читатель, интерес к тренировке Профессиональных способностей и интерес к серьезным, глубоким психодиагностическим обследованиям.



Итак, перед тем, как приступить к следующей главе, в которой мы будем говорить о том, как повести за собой партнера по общению в сложных условиях коммуникации по телефону, проверь, кто ты - лидер или не лидер, капитан или рядовой. Результаты покажут тебе, что есть вещи, которые ты можешь делать не особо напрягаясь, легко и естественно, а есть обстоятельства, в которых тебе придется потрудиться дополнительно, т.к. лидерство, может быть, - не твое природное качество. Это не трагедия, не так много людей, которым дано от рождения быть лидером. Многое можно натренировать. Надо только знать, что является твоим сильным местом, что - слабым и как его усилить.

Командовать или подчиняться?

На каждый вопрос выбери один из трех ответов.

1. Дружба для тебя:

А - сотрудничество, Б - поддержка, В - альтруизм.

2. Настоящий художник, (артист.) должен прежде всего обладать:

А-талантом, Б - решимостью, В - подготовкой.

3. На вечеринке ты чаще всего чувствуешь себя:
 А - "петушком", Б - "курицей". В - "цыпленком".
4. Если бы ты был геометрической фигурой, то был бы:
 А - цилиндром, Б - сферой, В - кубом.
5. Когда тебе нравится женщина (мужчина), ты:
 А - делаешь первый шаг. Б - ждешь, пока она (он) сделает первый шаг, В - делаешь мелкие шажки,
6. Ты сталкиваешься с неожиданностью (не только сидя за рулем) и:
 А - тормозишь, Б - прибавляешь скорость, В - теряешься.
7. Если тебе приходится говорить на публике, ты чувствуешь, что:
 А - тебя слушают. Б - критикуют, В - ты смущаешься.
8. В экспедицию лучше брать товарищей:
 А - крепких, Б - умных, В - опытных.
9. Скажи правду. Золушка была:
 А - несчастная девочка, Б - хитрюга-карьеристка, В - брюзга.
10. Как бы ты определил свою жизнь:
 А - партия в шахматы, Б - матч бокса, В - игра в покер.
- Теперь подсчитай очки согласно таблице.

вопр. отв.\	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	3	3	3	1	3	3	3	3	1	2
б	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1
в	1	1	1	2	1	1	1	1	2	3



Если в сумме ты набрал не **более 16 очков**, то в обществе ты - **простой рядовой**. Ты слишком уважаешь других и отождествляешь себя со слабостями ближних, а поэтому не способен командовать и успешно конкурировать, ведь для этого необходимо уметь поглощать и переваривать чужие трудности. Может быть за отказом от власти у тебя скрывается страх или обманутые надежды. Тогда, прежде чем делать какие либо выводы, проанализируй, сколько раз попытки руководить терпели неудачу. Если же откровенность требует признать, что ты и без лидерства чувствуешь себя прекрасно, останься несколько в стороне от событий. В сущности это не так уж и плохо - так спокойнее.

Если ты набрал **от 17 до 23 очков**, то ты - **младший офицер**. Это довольно неловкое положение: между молотом и наковальней. Ты и на работе с трудом принимаешь решения, так ведь? Ты - немножко руководитель, а немножко - войско... Тебе трудно добиться признания, твои аргументы - слишком рациональны и

основаны лишь на собственном опыте.

Если ты набрал **больше 24 очков, ты - генерал**. С детских лет ты всегда в числе первых предлагал свои услуги, когда речь шла об общественных делах, не так ли? С возрастом твое влияние на других людей крепло и особенно проявилось в трудные минуты. Если ты честолюбив и не боишься работы, этот дар может поднять тебя очень высоко. Если нет - довольствуйся тем, что тебя считают прекрасным другом (или подругой), советчиком, и ты всегда оказываешься в центре внимания на вечеринках.

Глава 3. “ВЕДЕНИЕ”

Говоря о технике “присоединения”, мы уже немного касались и “ведения”.

Вспомни технику задавания вопросов типа **“выбор без выбора”**.

Задавая вопрос: “Вы хотите купить крем для рук или лица тоже?” - ты как бы уже повел за собой клиента. Он уже не выбирает купить ему или не купить. Теперь он выбирает сколько ему купить.

Мы еще вернемся к вопросам “выбор без выбора”. А сейчас нам необходимо предостеречь тебя от одной опасности. Она кроется в том, что есть немало людей, занимающихся бизнесом, связанным с профессиональной коммуникацией, которые считают, что можно прочесть в умной книжке все рецепты, какие надо, использовать их и добиться успеха. Такого не бывает. И книжек таких быть не может по одной простой причине: этого не может быть **НИКОГДА**.

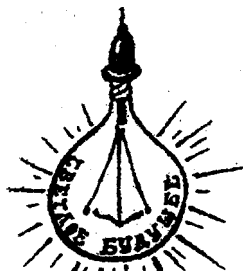
Рассчитывать на то, что кто-то другой может заранее за тебя решить твою проблему коммуникации - это все равно, что женщине рассчитывать на то, что другая женщина может ей родить ребенка.

Рассчитывать на то, что может быть написана книга, в которой даются все необходимые рецепты и дальше их можно просто использовать, не прикладывая своего труда, ума, сил, переживаний - это напрасные иллюзии. Освободись от них.

А потому в технике ведения есть

ПРАВИЛО 1.

Фантазируй, изобретай и экспериментируй с собственным поведением.



Отнесись к каждой продаже по телефону как к открытию. Его, это открытие, делаешь ты. Никто раньше этого не делал. И ты не делал. Это новое, что ты придумашь в первый раз.

Будь генератором идей: **“Как это лучше подать, как лучше об этом сказать?”**

Страховой агент, дистрибьютор,

супервайзер -это тот человек, который позволяет людям заглянуть в их будущее и связывает их с этим будущим при помощи товара.

Изобретай эту связь, придумывай. Если придумаешь - покупатель пойдет за тобой.

Фантазируй, изобретай и экспериментируй, помня, что в технике ведения есть

ПРАВИЛО 2.

Ведя партнера по общению к покупке, предлагав ему не товар (страховой полис, крем для сухой кожи, продукт клеточного питания, автомобиль), а счастливое будущее, связанное с твоим товаром или услугой.

Позволь ему заглянуть в завтрашний день, ступить туда хотя бы одной ногой, хотя бы услышать, о чем там говорят.

Искусство продажи по телефону не в том, чтобы рассказать о товаре, это может сделать кто угодно, а в том, чтобы показать твоему партнеру по общению все выгоды для НЕГО, от приобретения того, что ты ЕМУ предлагаешь в ЕГО будущем.

Слушай голос партнера в телефонной трубке и думай: “Как может измениться будущее человека к лучшему, если он купит у меня ЭТО”.

“А почему бы ему и в правду не купить это?..”

Для того, чтобы справиться с этой задачей - измени свою позицию так, чтобы оказаться внутри твоего партнера по общению и оценить твое положение изнутри него.

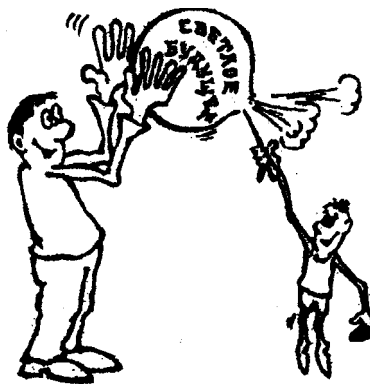
Создай яркий, привлекательный образ будущего, связанного с тем, что ты ему предлагаешь, опиши это будущее в зависимости от того, как тебе показалось более ярко воспринимает твой партнер мир: через зрение, через слух или через движения, ощущения тела.

В технике нейролингвистического программирования (NLP) люди по этому принципу доминанты восприятия подразделяются на **визуалов** (зрение), **аудиалов** (слух), и **кинестетиков** (движения, ощущения тела).

Потренируйся:

Вот пример предложения приобрести машину визуалу:

“А почему бы вам и вправду не купить эту машину. Представьте себе, ясным летним утром вы выходите из дома и солнце играет лучами на лобовом стекле вашей красавицы. Вы замираете, чтобы полюбоваться ее изящными формами, цветом. Какие перспективы вам открываются через ее окна. Сколько можно усидеть в этой



жизни, имея автомобиль!”

Но если ты определил, что твой партнер по общению аудиал, то твоё предложение могло бы выглядеть так:

“А почему бы вам и вправду не купить эту машину? Не пройдет и года, и вы будете говорить себе: “Как я мог раньше жить без этого уютного мелодичного ворчания мотора, без этого перешептывания шин с асфальтом.” Ваш клаксон будет звучать для вас среди городского шума как волшебная флейта. Вокруг только и будет разговоров, что о вашей машине”.

Обрати внимание. В первом случае употреблено много “визуальных” слов, создающих привлекательную картину для глаз.

Во втором случае “визуальные” слова уступают место “аудиальным”, создавая психологический комфорт через аудиальную доминанту партнера по общению. Если ты будешь с начала разговора внимательно прислушиваться к речи твоего партнера, тебе совсем

нетрудно будет к этому моменту понять, через какое восприятие легче всего подвести его в то будущее, которое ты открываешь перед ним, Предлагая ему то, что есть у тебя.

Вот возможное “ведение” для кинестетика:

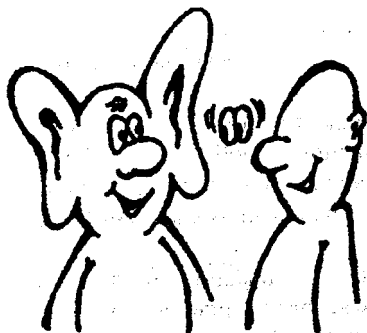
“А почему бы вам и вправду не купить эту машину? В этом мягком кресле вы будете ощущать себя как младенец на руках у матери, и почувствуете, что значит наслаждаться жизнью. Что за удовольствие крепко держать руль и даже на крутых ухабах чувствовать,

что вы движетесь уверенно и плавно, как по маслу.”

Сделай упражнение:

1) Придумай и напиши три небольших текста (5-6 предложений), в которых ты предлагаешь свой товар: 1. Визуалу, 2. Аудиалу и 3. Кинестетику.

2) Запиши все три текста на магнитофон. Послушай свои интонации. Если что-нибудь тебе не нравится - сделай запись еще раз.



Убедись, что партнер по общению видит, слышит, ощущает то, что ты описываешь. С помощью эмпатии проверь, согласен ли он с тобой, почувствуй это. Если да - двигайся дальше. Если он в замешательстве - добавь новые детали и жди.



“Веди” осторожно. Если он не согласен, остановись, измени направление. Например, можно пойти таким ходом:

“Я чувствую, у вас есть свои соображения. Что вы об этом думаете?”

Теперь внимательно и терпеливо выслушай все сомнения и соображения. Используй технику активного слушания и “слушая не замолкай”. Вновь включаясь в “ведение”, **не забудь “присоединиться”** к системе

ценностей и убеждений партнера.

Будь абсолютно уверен, что не оставил без внимания ни одного его возражения, ни одного его сомнения. Иначе все это обернется против тебя, даже если в этот раз тебе удастся что-нибудь ему продать.

Люди не прощают подобных побед. Особенно продавцам.

Помин

ПРАВИЛО 3.

Обманутый покупатель хуже врага.

ПРАВИЛО 4.

Представь своему партнеру свободу выбора. Умелые продавцы никогда не боятся этого и используют **свободу выбора** партнера в обоюдных интересах.

Выбор с точки зрения покупателя - вещь первостепенная.

Выбор играет в “ведении” самую главную роль. Не давая выбора, ты решаешь только задачу сиюминутной выгоды. В этом

случае, уловив высокую мотивацию партнера, его страстное желание, ты можешь вообще не давать ему выбора. По принципу “Нет, значит - нет”.



Но чем больше ты принимаешь во внимание будущие ваши отношения, тем больше ты должен расширять свободу выбора твоего партнера. В этом случае ты всегда повышаешь мотивацию партнера, создаешь обстоятельства, при которых приобретение товара происходит именно у тебя.

Здесь мы опять возвращаемся к технике “выбор без выбора” (иначе эту технику называют “ложный выбор”). При этом ты предоставляешь партнеру возможность совершить покупку самым приятным и удобным для него способом. Ты уже говоришь о способе, а не о покупке. Сама покупка уже, как бы дело решенное. Ты не спрашиваешь, собирается ли твой партнер покупать. Это, вроде бы и так ясно.

“Вы купите одну, две или три кассеты?”

“Вы сделаете предоплату или оплатите после получения товара?”

“Когда вам доставить товар?”

“Вы оплатите чеком или наличными?”

Такие вопросы предоставляют возможность свободного выбора. Но они предполагают, что твой товар будет куплен в любом случае.

“Ведя” своего партнера к покупке по телефону, помни, что он сознательно или подсознательно настраивается на длительное партнерство. И, как любой нормальный человек, он опасается, что получив деньги, ты больше не появишься, а у него могут возникнуть впоследствии сомнения и даже сожаления о покупке.

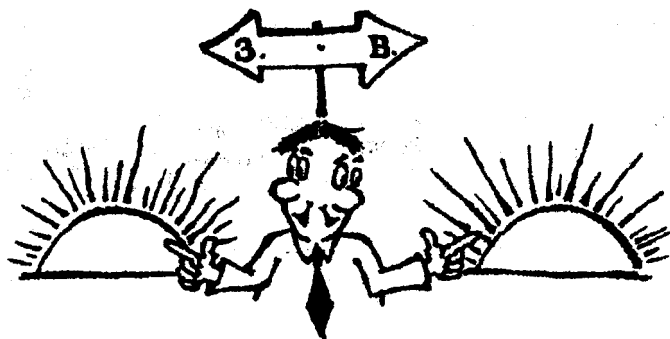
ПРАВИЛО 5.

Предотврати сожаления покупателя.

А для этого оговори заранее, как и когда твой партнер сможет встретиться с тобой, чтобы высказать свое мнение о покупке.

Помни: мир слишком тесен и на нем слишком много перекрестков, чтобы ты позволил себе роскошь наживать врагов.

И наконец - “О силе намерений” в технике “ведения”.



Сила намерения - это твоя личная ценность и искренность, это волшебная власть над ситуацией.

ПРАВИЛО 6.

Пронес” чувство уверенности от первого шага до финиша (от начала разговора до того момента, когда ты положишь трубку). Силу намерения нельзя увидеть, услышать, потрогать. Но ее можно ощутить.

Скажи про себя: “Я верю, что завтра солнце взойдет на востоке”.

Или

еще что-нибудь, во что ты веришь безоговорочно.

Напиши здесь 5 таких ТВОИХ фраз.

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

А теперь скажи себе:

“Ничто в целом свете не помешает мне убедить этого человека купить у меня ЭТО”.

Но только произнеси себе это тем же голосом, с той же интонацией из того же самого места, где ты произнес свою фразу про солнце.

Теперь ты знаешь, что это чистая правда!

Сила намерений заключается в том, что ты не создаешь новых проблем для себя и твоего партнера.

Обязательное

ПРАВИЛО 7.

Цель продажи по телефону - назначить встречу для завершения сделки.

Не добивайся окончательного решения. Более того, предложи партнеру даже отказаться от достигнутой договоренности, если чувствуешь, что эта продажа может вызвать у тебя или у партнера какие-либо неприятности.

И вот если он не отказался, захотел с тобой встретиться - продажа по телефону состоялась.

Только не пропусти этот момент. Сумей его почувствовать, увидеть, услышать.

Проверь: оказывать влияние на людей так же просто, как запомнить число 222.

И еще, обязательно считай себя везучим, удачливым. Такое чувство очень заразительно. С его помощью тебе легче будет “вести” твоего



партнера к заключению сделки.

Тебе везет. Везет всегда, даже тогда, когда не повезло. Потому, что ты умеешь извлекать уроки из своего опыта. А это значит, что тебе, опять-таки, везет. Не забывай этого.

И готовься, тренируйся для того, чтобы, вытащив счастливый билет, воспользоваться им и узнать, что это билет - счастливый.

Звони. Ты обязательно сумеешь продать.

Во сколько ты будешь встречаться, в два? Или в четыре? Перед тем, как позвонишь, вспомни еще раз основные правила “ведения”.

Правило 1. Фантазируй, изобретай и экспериментируй с собственным поведением.

Правило 2. Предлагай не товар, а счастливое будущее, связанное с этим товаром.

Правило 3. Обманутый покупатель хуже врага.

Правило 4. Предоставь своему партнеру свободу выбора.

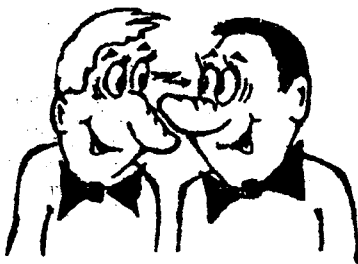
Правило 5. Прототврати сожаления покупателя.

Правило 6. Пронеси чувство уверенности от первого шага до финиша.

Правило 7. Твоя цель - назначить встречу для завершения сделки.

Итак, используй телефон для того, чтобы договориться о встрече

В наших тренингах по искусству продажи мы уделяем большое внимание тренировке **техники телекоммуникации**. Тысячам людей это позволило не только ускорить свой профессиональный успех в профессиональной карьере, не только больше заработать и сохранить свои деньги, но также расширить свои деловые возможности, приобрести новых друзей и быть более приятным и интересным собеседником. Как нередко в деловых отношениях мы сталкиваемся с человеком, который очень мил в общителен в непосредственном общении, отлично может провести интервью и деловую беседу “с глазу на глаз”. Но как только он начинает общаться по телефону, его не узнать: резкий до грубости, нетерпеливый, говорит сонным голосом или кричит с самой первой минуты разговора, не дослушивает партнера по общению или действует как на допросе, задавая колючие, подчас неudelikatные вопросы.



Многие участники наших тренинговых групп были поражены

своей манерой общаться по телефону, когда мы демонстрировали им видео- и аудиозаписи специальных упражнений, в которых они выполняли “главные роли”. Поиск индивидуального успеха каждого члена группы привел нас к созданию комплекса приемов телекоммуникации, которые мы описали в этой книге-тренинге. Мы продолжаем свою работу с бизнесменами, с руководителями министерств и ведомств, их секретарями. Мы организовываем

тренинга по технике делового общения для политических деятелей и ученых, врачей и педагогов. Особой областью нашего профессионального интереса является **индивидуальная тренировка человека в области “искусства продажи”**.

Как мы узнаем, что это помогает зарабатывать больше?

Очень просто. Проходит немного больше времени после тренинга и люди, прошедшие у нас обучение, обращаются вновь: “Хочу пройти еще один этап тренировки. Понял, что в это необходимо вкладывать деньги. Это приносит доход”.

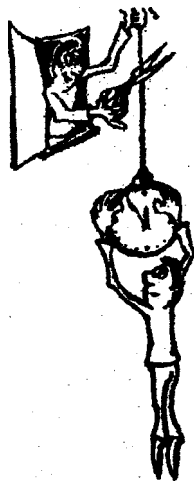
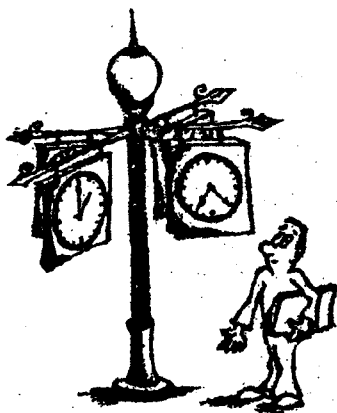
По нашей внутренней статистике

8 человек из 10, прошедших у нас обучение, обращаются к нам еще. Это хороший показатель, и поэтому мы решаемся обобщать наш опыт, создавая книги в помощь твоему успеху.

Итак, практика показывает, что **есть несколько правил относительно того, как использовать телефон, когда ты договариваешься о встрече. Говори об обязанностях веред фирмой.**

Когда ты договариваешься о встрече, **точно укажи ее место и время.** Убедись, что собеседник понял время. Ничего хорошего, как правило, не приносят реплики типа: “Я постараюсь быть” или “Я дам вам знать”.

Если твой новый собеседник говорит так неопределенно, имеет смысл подчеркнуть, что ты запланировал эту встречу и обязательно будешь на ней. Например, можно сказать: “Хорошо, я записываю в свой календарь”. Или: “Я обвожу рамочкой запись о времени нашей встречи. Если что-то случится, пожалуйста, известите меня заранее, чтобы мы могли



перенести нашу встречу”.

Ограничивай имеющееся время.

Во-первых, ограничивай время первой беседы по телефону. Это обычно побуждает человека пойти навстречу. Не стоит спрашивать собеседника, когда он может с тобой встретиться. Называй свои варианты, а собеседнику предложи выбирать из них. Легче убедить человека согласиться с твоим предложением, чем заставить его думать о времени предстоящей встречи.

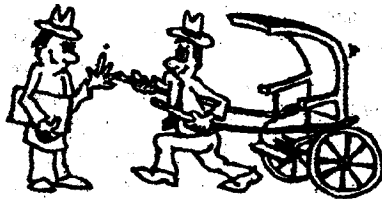
Если человек согласился на встречу, но в последний момент отложил ее, договорись с ним о другом времени. В этом случае целесообразно назначить новую встречу, но так, чтобы он немного подождал ее. Это может привести и его к убеждению, что встреча с тобой является важной.

Подчеркивай важность встречи.

Если собеседник соглашается встретиться с тобой, подчеркни, что встреча с ним будет иметь важное значение и дай понять, что его присутствие много значит для тебя.

Даже когда ты приглашаешь на встречу целую группу, необходимо, чтобы каждый человек чувствовал, что именно его присутствие имеет важное значение для тебя. Можно, например, сказать что-то вроде того: “Хорошо, я резервирую Вам место на встрече (время и место встречи)”.

Или: “Мы можем принять только ограниченное количество людей. Поэтому, если что-либо случится и Вы не сможете прийти, пожалуйста, дайте мне знать, чтобы я мог пригласить Вас на следующую встречу”.



Если у тебя есть возможность, предложи транспорт. Такое предложение имеет несколько преимуществ. Во-первых, ты набираешь очки за само предложение.

Во-вторых, ты создаешь дополнительные удобства своему партнеру-клиенту. Это создает у него чувство обязанности по отношению к тебе, чувство значительности его самого и предстоящей встречи. И, в-третьих, совместная дорога может дать тебе уникальные возможности для общения.

Если твой партнер-клиент согласился встретиться с тобой, можешь предложить зайти перед встречей к нему. Можно сказать, например, так:

“Отлично. Я заеду за Вами (время и день), и мы вместе поедem на встречу. Я записываю это себе в календарь. Если Ваши планы изменятся - дайте мне знать”.



Подтверждай намеченные встречи.

Накануне предстоящей встречи попытайся еще раз позвонить твоему клиенту и подтвердить, что встреча состоится. Это сократит вероятность того, что твой собеседник не придет на встречу. Когда ты звонишь для того, чтобы подтвердить встречу, **не спрашивай, планирует ли человек прийти на нее**. Это может дать повод передумать. Наоборот, подчеркни заинтересованность в назначенной встрече и скажи, что ты позвонил для подтверждения места встречи и времени.

Начни разговор фразами, которые вселяют уверенность, например: “Я звоню для того, чтобы только подтвердить нашу договоренность о встрече. У меня есть некоторые интересные новости, так что уверен, встреча будет плодотворной.”

Не вредно кратко напомнить условия встречи, которые были согласованы ранее: “Я встречаю Вас в Офисе на Макдональд, 5, первый этаж”, либо: “Моя машина будет ждать Вас возле Вашего дома в 8 утра”.

Если собеседник начнет расспрашивать тебя о программе предстоящей встречи, **постарайся остановить его** вежливо, но твердо, сославшись на занятость. Вопросы будут способствовать только тому, что человек может передумать. Поэтому скажите, что у него будет возможность задавать любые вопросы на встрече. Если собеседник скажет, что у него нет возможности пойти на встречу, попытайся осторожно выяснить причину. И если ты почувствуешь, что человек искренне заинтересован во встрече, перенеси ее. При этом имеет смысл упомянуть, что ты очень занят, но найдешь в своем графике время для первой встречи.

Не проявляй особого энтузиазма.

Если потенциальный клиент откладывает встречу, ссылаясь на то, что у него еще нет решения, покупать ли у тебя твой товар, целесообразно просто высказать ему свое сожаление и подчеркнуть, что он упускает важную возможность. Например: “Мне очень жаль, что Вас не будет. Ведь мы заканчиваем нашу программу 25% скидкой”. В некоторых случаях люди, которые стремились к встрече, могут принять твоё предложение. Когда ты переносишь встречу с кем-либо, кто не проявлял большого желания встретиться, имеет смысл сказать, что ты не можешь запланировать встречу на ближайшее время, т.к. у тебя много других обязательств. Это покажет, что ты не подгоняешь человека. Но опять-таки помни, что **психологически целесообразно предоставить ему ограниченное время на выбор** возможного для тебя времени. Время предлагаешь ты.

Посылая записки о подтверждении встречи.

Особое впечатление на собеседника можно оказать, поспав ему записку, в которой упоминается место и время встречи, договоренность о которой была достигнута во время телефонного разговора. В таком

письменном послании кроме подтверждения важности встречи, внимания к партнеру есть еще своеобразный элемент властности. Вероятность того, что человек ответит отрицательно, становится намного меньше. Такой ход может очень обязать твоего потенциального партнера-клиента не пропустить встречу и пойти на нее, даже если он до этого сомневался.

И все-таки, если твой собеседник не пришел на встречу, - позвонить ему или отказаться от встречи?

Никто не гарантирован от того, что даже тогда, когда о встрече было договорено с применением самых эффективных техник и приемов, некоторые потенциальные клиенты-покупатели все же не являются на нее. Профессионалы по-разному на это реагируют. Одни вычеркивают тех, кто не явился, из своих списков. Другие -звонят по телефону и выясняют причину, по которой покупатель не пришел на встречу.

Если ты уверен, что твой собеседник проявил искренний интерес к твоим предложениям - позвони ему и выясни, что случилось.

Будь при этом снисходительным.

Помни: в бизнесе нет искусства не обидеть, есть искусство не обидеться.

Сообщи своему собеседнику, что именно он упустил, но ни в коем случае не укоряй человека за то, что он не пришел. Это только вынудит человека защищаться и тем самым снизит интерес к тебе и к тому, что ты предлагаешь. Доброжелательная беседа создаст необходимый психологический комфорт, и ты сможешь сообщить новую информацию, которая может послужить началом согласования условий новой встречи.

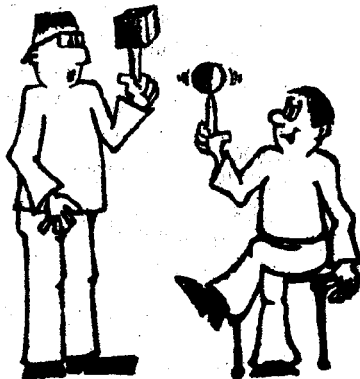
ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы обещаем тебе еще раз вернуться к теме телекоммуникации. Нам не хочется перегружать информацией эту книжку-тренинг. Она задумана так, чтобы весь текст можно было бы прочесть за час-два. Не более. Мы же понимаем: ты - деловой человек, и твое время -деньги.

Есть вопросы, которые мы оставили до другого раза.

Например, как грамотно повести себя, если, позвонив клиенту или партнеру по общению, ты в ответ слышишь: "Нет".

... Его сейчас нет дома.



... У меня нет времени говорить.
... У меня нет желания это покупать.
... У меня нет таких денег на страховку.
... У меня нет настроения обсуждать дела.
... У меня нет веры в ваш товар.

И так далее.

Тема “нет” в бизнесе - это отдельная тема. Этой теме мы посвятим отдельную книжку-тренинг “Как работать с сопротивляющимся клиентом”. Однако к проблеме “нет” по телефону обещаем вернуться обязательно.

А сейчас еще один

ТЕСТ

Это тест для начинающего миллионера. Попробуй, вдруг у тебя есть способность делать миллионы, а ты этого до сих пор не знаешь или все еще сомневался в своих способностях.

Итак, способен ли ты легально зарабатывать миллион?

1. Каким способом легче всего делать деньги?

- а) много работать, быть хорошо информированным, рисковать и, конечно же, вкладывать имеющиеся деньги в дело;
- б) надеяться на наследство, пытаться счастья в лотерее;
- в) постепенно делать карьеру, пройдя все ступени, вплоть до руководящей, или же заняться политикой.

2. Какой персонаж Уолта Диснея вызывает у тебя самую широкую улыбку?

- а) Дональд Дак;
- б) Густав Ганс;
- в) Догоберт Дан

3. Какой размер прибыли может, по твоему мнению, пробудить богатейших людей мира заключить сделку?

- а) от полумиллиона до миллиона,
- б) до 10 млн.;
- в) в десятки миллионов и выше

4. С каким из этих высказываний ты согласен?

а) чем больше денег, тем больше удовольствия;

- б) деньги означают власть;
- в) деньги вызывают много зависти.

5. Известна ли тебе так называемая игра “по письму”.

Ты кладешь в конверт небольшую сумму, ищешь жертву, которая также платит и в конечном счете твое капиталовложение возвращается к тебе в многократном размере. Какую роль ты готов при этом играть?

- а) не участвовать;



- б) участвовать и зарабатывать при этом;
 - в) быть инициатором игры.
6. Придаешь ли ты значение тому, что о тебе упоминали в разделе “Светская жизнь” в различных газетах?
- а) я был бы очень рад этому;
 - б) нет;
 - в) обо мне и так часто пишут.
7. Каким образом можно выигрывать на скачках?
- а) рисковать высокими ставками;
 - б) экономить деньги, ограничиваясь лишь присутствием на скачках;
 - в) купить лошадь-победителя.
8. Кто, по твоему мнению, имеет наибольший шанс быстро и надежно стать богачом?
- а) режиссер, актер, писатель, художник, спортсмен-рекордсмен;
 - б) адвокат, врач, маклер, политик;
 - в) глава фирмы, издатель.
9. Как ты относишься к бизнесу между приятелями?
- а) я готов ссужать своих приятелей деньгами. Когда-нибудь и они дадут мне займы;
 - б) дружба и деньги несовместимы;
 - в) я готов брать займы у друзей, но не давать.
10. Будь откровенен. Если бы тебе удалось стать миллионером, наслаждался бы ты этим ощущением?
- а) разумеется, я бы наслаждался этим;
 - б) я бы продемонстрировал свое наслаждение всем тем, кто мне не доверял или смотрел на меня свысока;
 - в) нет.
11. Куда вложил бы ты свои миллионы?
- а) в недвижимость, имущество, собрание предметов искусства;
 - б) в акции и другие ценные бумаги;
 - в) я сделаю так, как посоветуют мне друзья, решит моя жена (муж).
12. Если уж у тебя есть пара миллионов, будешь ли ты стремиться заработать дополнительно?
- а) не обязательно мелкую сумму, но от крупной не откажусь;
 - б) конечно;
 - в) нет, поскольку мне хватает.

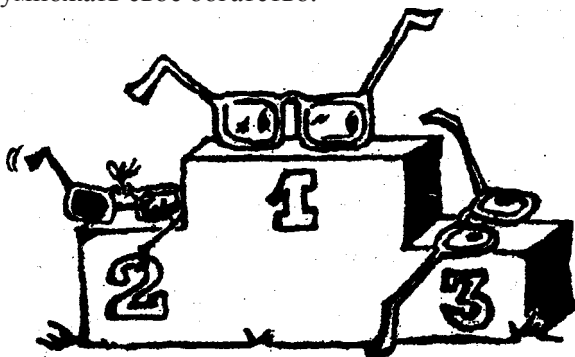
А теперь подсчитай очки.

вопр. отв.\	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
а	6	3	0	6	3	0	0	0	3	0	3	3
б	0	0	3	3	0	6	3	3	6	6	6	6
в	3	6	6	0	6	3	6	6	0	3	0	0

Если ты набрал **от 0 до 23 очков**, это, скорее всего, означает, что лучший способ разбогатеть для тебя лично - это либо удачно жениться (выйти замуж), либо стать наследником, либо, наконец, играть в лотерею (но не по крупному). Вряд ли тебе стоит руководить бизнесом. Ты скорее человек художественного склада, не способный выжимать из себя и из других соки, добиваясь финансовых успехов.

От 24 до 48 очков. Богатство связано для тебя с трудом. Избегай финансовых спекуляций (т.е. рискованного вложения денег). Скорее всего, тебе лучше делать карьеру и пересаживаться постепенно из одного кресла в другое. Даже если это не принесет желаемых миллионов, твоя жизнь все равно будет обеспечена в материальном аспекте. Ты это сможешь заработать.

От 49 до 72 очков. У тебя самые лучшие шансы стать миллионером (если ты уже таковым не являешься). У тебя коммерческий склад ума, ты разделяешь деньги и дружбу. Ты не намерен хвастаться своим роскошным образом жизни, а склонен терпеливо умножать свое богатство.



Итак, желаем тебе здоровья и много денег. Удачи и счастья. Прощаемся до следующей книжки из серии “Рецепты психологической бизнес-кухни”.