

... В какой-то момент я стала замечать, что находясь на рынке, всё чаще всматриваюсь в лица продавцов. Очевидно, что качество продаваемого мне товара, я, также как многие покупатели, напрямую связываю с тем, КТО мне его продает. Когда встречаешь человека, которому можно доверять, оказывается, что и товар у него хороший, и сервис приятный, и то, чего сегодня нет, можно заказать на завтра...

...Покупатели перестали покупать только товары. В первую очередь они покупают отношения.

Мы все – на рынке. Что бы мы ни делали, – мы продаем. Свои идеи, профессиональный опыт, услуги...Мы продаем себя.

Продажа тренером, консультантом себя, своих услуг происходит постоянно – выступление на конференции, разговор с коллегой, вечеринка с друзьями. Даже не рассказывая о своей работе, вы создаете свой имидж, и только от вас зависит, какой: уверенного в себе и в своих знаниях профессионала, или практиканта, который еще не решил, чем будет заниматься.

Глядя на вас, собеседники принимают решение – можно ли вам доверять, будут ли они с вами сотрудничать и смогут ли рекомендовать вас своим знакомым. Постоянно играть роль успешного и уверенного в себе человека трудно. Проще **быть** – успешным и уверенным в себе.

Быть профессионалом.

Особенность профессии бизнес-консультанта, тренера, коуча в том, что каждый новый проект (консультация, тренинг, переговоры) дают возможность по-другому взглянуть на свои возможности. С каждым клиентом совершенствуешь свои методики, программы, схемы.

Но в первую очередь совершенствуешь себя. Ведь профессионал это тот, кто постоянно развивается.

В начале пути много сомнений. Но вспомните - в любой новой идее есть сомнение. И вы знаете, что одной идеей или одним желанием ничего не добиться. Нужен еще один момент, а именно - шаги, поступки, действия.

Если вы решили начать самостоятельную деятельность - делайте первый шаг. Любое действие по продвижению себя и своих услуг подействует на вас «успокаивающе». Кроме того, любой шаг вперед открывает новые перспективы.

Пошел на конференцию, прочитал доклад. А потом оказывается, что ваш клиент тоже был на этой конференции и видел вас. И проникся.

Нюансы продажи в сфере консалтинга.

Самый важный этап в работе с клиентом - выявление его потребностей.

Одна из особенностей консалтинга – запрос клиента может сильно отличаться от той проблемы, которую на самом деле надо решать в первую очередь. Задача консультанта на первом этапе сотрудничества – помочь клиенту определить ту проблему, которая сдерживает развитие его компании.

Чтобы сделать профессиональное заключение, мы должны проанализировать:

Клиента. Внимательно выслушайте мнение клиента о проблемах, которые он хочет решить с вашей помощью. Задавайте вопросы, которые помогут ему глубже взглянуть на ситуацию.

Помните об ограничениях клиента – глядя на ситуацию изнутри, он просто не в состоянии заметить некоторые детали. Поэтому крайне важно ваше профессиональное чутье. Какие проблемы клиента вы считаете основными?

Что, как вам кажется, он уже перестал замечать, привык? Какие противоречия вы обнаружили в его описании ситуации?

Ситуацию в компании клиента. На первом этапе консалтинга достаточно информации, которую мы получаем на входе в компанию (разговор с секретарем, общение клиента с его подчиненными, короткое интервью с подчиненными).

Ситуацию на рынке, на котором работает клиент. Преимущество консультанта в том, что он работает со многими компаниями. И в любой момент может соотнести слова клиента с теми реалиями, в которых сегодня развивается рынок.

На этапе выявления потребности консультанту важно слышать клиента и при этом мыслить самостоятельно, «перспективно».

Иллюстрация из личного опыта: клиент хочет провести тренинг продаж. Задаю вопросы, беседую с торговым персоналом. И делаю вывод: проблема не в навыках продавцов, а в личных ограничениях руководителя.

И предлагаю ему глобальный консалтинговый проект – начиная со стратегического планирования, заканчивая индивидуальным коучингом ключевых сотрудников. Хороший проект, грамотный. До сих пор уверена, что такая работа на самом деле решила бы существующие в компании проблемы. Ответ клиента: нет, мне это не нужно.

И тренинг продаж для этой компании проводил уже другой специалист. Тогда я сформулировала для себя основное правило продажи: **следуй за клиентом**. Он должен признать существование той проблемы, которую я предлагаю ему решить. Кроме того, очень важно для консультанта понимать свои реальные возможности. Не знания, не сертификаты, не прочитанные книги – а то, что я уже готов делать.

Презентация своего предложения. Ваши отличия от других.

Мы привыкли начинать любое позиционирование с анализа предложений конкурентов. Но этот метод не работает тогда, когда продукт и продавец неразделимы. Главное правило вашего успеха состоит в том, чтобы **никого не копировать**. Начните с самоанализа. У вас есть свой уникальный опыт, образование, проекты, клиенты. После тщательного анализа оказывается, что у вас есть совершенно уникальное собственное предложение.

Сформулируйте его для своих клиентов.

Рекомендации клиентов.

В начале самостоятельной деятельности вопрос: «С кем еще вы сотрудничали?» кажется сложным, ответить на него без подготовки трудно. Вывод? Готовьтесь к ответу на этот вопрос!

Даже если у вас за плечами год работы в одной компании - это целый год непрерывного профессионального совершенствования. И все, кого вы обучили, проконсультировали, дали дельный совет – ваши клиенты.

Позаботьтесь о рекомендациях: кто из них сможет кратко и по существу ответить на вопросы ваших клиентов? Из наблюдений: клиентов, которые звонят по предоставленным телефонам, не так много. А вот просят рекомендации часто - особенно в начале самостоятельной карьеры.

Подготовьте список своих клиентов, укажите тех, кто может дать рекомендации. Но всегда помните основной закон продажи: лучше, чем вы сами, о вас никто не скажет. Будьте убедительны, продавая свои услуги!

Как воспринимать отказы клиентов.

В большинстве случаев причины отказа от сделки – внутренние. Только неопытный продавец склонен объяснять отказ внешними факторами (нехватка времени, «неудачный для реализации период» и др.). И только неопытный продавец откажется от той информации, которую дает нам отказ клиента. При положительном решении мы расслабляемся, делаем привычную работу, забираем деньги, ищем нового клиента...

В отказе клиента всегда есть энергия. И эта энергия запускает механизм поиска новых решений. Любой отказ клиента дает нам дополнительную возможность для профессионального роста и развития.

Благодарите своих клиентов за критику – именно эти клиенты помогают вам развиваться.

Личность продавца

Лучшая реклама для консультанта – сам консультант. И главная его задача – самому демонстрировать тот успех и уверенность, которую после сотрудничества с вами должен приобрести клиент.

Вы не продаете методики – вы демонстрируете, как они работают в вашей жизни и в вашем бизнесе. Если вы профессионал, уверены в результатах, подготовлены к сложным ситуациям – идите на переговоры.

Автор статьи: Шорец Марина - бизнес-тренер, коуч, специалист Центра "ТренерПРОФИ", управляющий партнер консалтинговой компании «Шорец и Ко», автор и ведущая программы "Продай себя!". <http://www.t-profy.ru>
Материал впервые был размещен на Trainings.ru