

ТЮНИНГ НАВЫКОВ ПРОДАЖИ

СТРАТЕГИИ
МЕЖЛИЧНОСТНОЙ
ПРОДАЖИ



*Михаил Рязанцев,
ведущий тренер Advance AG*

Данная программа предназначена только для опытных продавцов, которые уже имеют высокий уровень базовых навыков продажи. Только в случае, когда они успешно применяют базовые навыки продажи, можно говорить про переход на следующий этап - стратегии межличностной продажи.

Основная идея данной программы заключается в том, что это, своего рода, «тюнинг» навыков. Она дает дополнительные инструменты опытным сотрудникам в работе с клиентами за счет включенных в нее инструментов. Они позволяют сотруднику более тонко чувствовать степень готовности клиента к разговору, более тонко подводить его к осознаниям, более глубоко понимать его потребности и психоэмоциональное состояние. И самое главное – управлять этим состоянием, готовностью, что, в свою очередь, дает возможность продавцу вести клиента в нужную сторону. Возможно, не за один раз или одну встречу, а за несколько контактов. Правильно обрабатывая каждую встречу, от начала и до конца, у продавца есть шанс получить больше успешных сделок, в сравнении с тем, что было ранее.

В программе, помимо остальных техник, заложен определенный алгоритм, с которым знакомятся участники – **лестница принятия решения клиента.**

Если же говорить о техниках, которые дает данная программа, то это, скорее, тонкие техники, в чем-то схожие с НЛП. Я их называю психокоммуникативными техниками. То есть те, которые подразумевают более глубокую подстройку к человеку, формирование определенной чувствительности у менеджера по продажам к ситуации и к клиенту. Она также помогает менеджеру не просто задавать вопросы, а тщательно подбирать слова и строить предложения.

Что касается структуры программы, то она схожа с той, что дается в программах по базовым навыкам продаж, но с учетом более тонкого и тщательного подхода. Те участники, которые проходили до этого базовую программу по продажам и выстраиванию коммуникации с клиентом, понимают, что используются в чем-то те же навыки, но на более тонком уровне. Скажем, в базовой программе по навыкам продаж есть навык «признание важности», в этой программе также есть техника, схожая с ним, но именуемая «взаимосвязь». То есть это этап, когда продавец присоединяется к клиенту, находящемуся на определенной ступени лестницы принятия решения, и, используя технику взаимосвязи, продавец ведет клиента еще дальше, повышая тем самым интерес его в продолжении разговора на определенную тему.

Что касается выгод для самих участников, то здесь необходимо сказать, что они получают **дополнительный набор тонких инструментов**, которым им самим будет интересно пользоваться и смотреть, насколько упрощаются определенные сложные моменты. Таким образом, структурированно подойдя к решению какого-либо вопроса, участники смогут получить совершенно другой эффект. Для заказчиков выгода в том, что они снабжают своих сотрудников дополнительным, качественным инструментарием. И если в дальнейшем использование этого инструмента будет поддерживаться, то это в принципе улучшит любую коммуникацию людей. Потому что они становятся более чувствительными, более внимательными, осторожными в высказываниях. Это минимизирует какие-либо острые ситуации, которые существуют даже во взаимодействии внутри компании или команды. Также минимизирует конфликтные моменты, упрощает кросс-функциональное взаимодействие.

Основной акцент в программе делается именно на **межличностные взаимоотношения**, будь то с клиентом, или с внутренним клиентом (в случае, когда, скажем, необходимо продвигать идеи внутри компании). Неважно с кем и по какому поводу, но она позволяет сделать коммуникацию более управляемой, прозрачной, понятной и удобной.

” *Говоря об успехе программы, вспоминается одна ситуация. Мы сертифицировали внутренних тренеров крупной компании, которые должны были проводить данную программу для своих сотрудников. Проведя тренинг, мы встретились буквально через месяц совершенно случайно. Я приехал в тот же бизнес-центр, но к другому клиенту и столкнулся с одним из тренеров, который рассказал, что программа очень хорошо работает, после того как они попробовали применять техники и навыки. Даже в случае сложной ситуации с клиентом, тренер вместе с КАМом заранее обсуждали, готовились к встрече, и, попробовав использовать инструменты на практике, пришли к осознанию, что это действительно работает. Ситуация с клиентом выравнивалась сразу же.*

*Михаил Рязанцев,
ведущий тренер Advance AG*

