

ОТВЕТСТВЕННЫЕ ПРОДАЖИ

Будущее или утопия

МАНИФЕСТ ИДИОТА*

Я уже неоднократно критиковал на страницах наших журналов современные технологии продаж. Больше всего доставалось так называемым «активным продажам», адепты которых широко используют различные приёмы манипулирования покупателем, хотя и не заявляют об этом открыто. Десяток

качественно закрепившим и расширившим их. Мне, например, стало понятно, что один и тот же результат может быть достигнут различными до противоположности способами. Важно лишь последовательное и неукоснительное соблюдение выбранной стратегии. В то время как общественному сознанию

ступки «законами бизнеса», это, скорее всего, ничего не говорит о «бизнесе» как таковом, и очень многое говорит об авторе этих утверждений. Кстати, на заметку тем, кто лишь вступает на тропы предпринимательства: бизнес, как собака, всегда похож на своего хозяина, а не какой-то эфемерный шаблон. И



Кадр из к/ф «Криминальное чтиво»

В ТО ВРЕМЯ КАК ОБЩЕСТВЕННОМУ СОЗНАНИЮ ЧЕРЕЗ АМЕРИКАНСКИЕ ГАНГСТЕРСКИЕ ФИЛЬМЫ ВНУШАЕТСЯ МЫСЛЬ О ЖЕСТОКОСТИ БИЗНЕСА — «NOTHING PERSONAL, JUST BUSINESS» (НИЧЕГО ЛИЧНОГО, ТОЛЬКО БИЗНЕС), Я ПОНЯЛ, ЧТО РЕЗУЛЬТАТ (В ТОМ ЧИСЛЕ И В БИЗНЕСЕ) НЕ СВЯЗАН С МЕТОДАМИ ЕГО ДОСТИЖЕНИЯ.

лет назад у меня возникло убеждение, чисто теоретическое, в основе которого было более ответственное отношение к потребностям покупателя, а также полное исключение манипулятивного влияния на его решения. К сегодняшнему дню теория обросла большим практическим опытом, не только не опровергшим моих воззрений, но и

через американские гангстерские фильмы внушается мысль о жестокости бизнеса — «Nothing personal, just business» (ничего личного, только бизнес), я понял, что результат (в том числе и в бизнесе) не связан с методами его достижения. Поэтому если кто-то в вашем окружении оправдывает свои не очень красивые или не очень законные по-

если вы наблюдаете жёсткий бизнес, то будьте уверены, что и его хозяин именно таков, во всяком случае, придерживается подобных убеждений.

Видимо, по этой же причине у меня никак не получалось заставить себя или научить своих сотрудников манипулировать заказчиками. Мне всегда казалось, что прямой перевод английского слова

*В понимании древних мудрецов слово «идиот» означало «быть собой». С точки зрения живущих в мире иллюзий, человек, действительно являющийся собой, ведет себя как сумасшедший. Поэтому, называя его идиотом, люди имеют в виду, что он не разделяет их иллюзий. Читай об этом больше: Ф.М.Достоевский «Идиот».

«business» — «дело» — и есть то, чем я должен заниматься и чем увлечён. А любая манипуляция, скрытая или демонстративная, всегда ассоциировалась у меня с мошенничеством, то есть с тем, что уголовные кодексы всех стран мира признают преступлением, и за что назначают безусловные сроки наказания (я уже молчу о нравственных принципах, о которых сейчас вообще не принято рассуждать, особенно в контексте бизнеса). В моём мозгу создание у покупателя потребности в приобретении товара или услуги, которые ему на самом деле совсем не нужны, ничем не отличается от продажи медного позолоченного изделия по цене чисто золотого. Но в последнем случае — это публично осуждаемое обществом и уголовно преследуемое деяние, а в первом — технология продажи, не только допустимая, но даже рекомендуемая для применения каждому занятому в бизнесе. «Манипуляция — это не насилие, а соблазн. Каждому человеку дана свобода духа и свобода воли», — считает российский химик и публицист С. Г. Кара-Мурза. Может быть, с точки зрения химии, оно так и есть, но психологически манипуляция как раз и рассчитана на подавление свободы воли, а дух в процессе продаж вообще участия не принимает. И если общий термин «манипуляция» звучит вполне

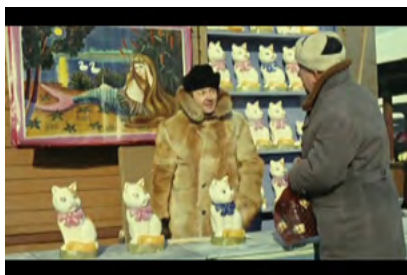
психике, то он должен однозначно согласиться с тем, что никакого насилия при продажах быть не должно (в других ситуациях оно также не обязательно, но об этом отдельно). Его не оправдывают ни отсылки к стратегии компании, ни упования на то, что «все так делают», ни жалобы на тяжёлое материальное положение. И даже разумных (в смысле не чувственных и не ментальных) причин для этого несколько. Кроме очевидной — этической — можно, например, привести и чисто коммерческую: используя манипуляции, невозможно построить длительных деловых отношений, ибо никто не даст себя использовать на постоянной основе.

В итоге подобного мирозерцания, а также нарощей на него практики работы, и сформировалась система «ответственных продаж», которую сегодня осуществляют мои компании.

Прежде всего, как уже отмечалось выше, эта система отвергает всяческую манипуляцию покупательским сознанием и любые настройки покупательского поведения. В ней переговорный процесс является таким же важным инструментом распределения товаров и услуг, но в основе его лежит не создание (с помощью той или иной манипулятивной технологии), а пассивное выявление реальной потребности покупателя

полного осознания им своих задач, и, что ещё более важно, добровольного согласия действовать в рамках предложенной системы. Однако, с другой стороны, кто сказал, что должно быть легко? Конечно, кто-то подумает, что зарабатывать деньги можно и проще. Но, как говорит пословица, — «в саване карманов нет». Что остаётся от жизни, целью которой было заработать как можно больше и как можно легче? Хороший вопрос не только для верующих. Разочарование придёт неминуемо. И одной из главных задач всех религий во все времена как раз и было уберечь человека от такого образа жизни, в результате которого разочарование могло бы стать в прямом смысле слова убийственным.

Вторым немаловажным фактором системы «ответственных продаж» является тщательный подбор ассортимента продаваемой продукции. Понятно, что я не стану торговать меховыми изделиями или производить алкогольных напитков, но и не стал бы осуждать тех, кто это делает. В конце концов, я сам ношу зимой меховую шапку, кожаную обувь и люблю выпить рюмку водки перед обедом или бокал вина во время него. Здесь достаточно, чтобы продавец просто удерживал себя на уровне удовлетворения моей реальной потреб-



Кадр из к/ф «Операция «Ы» и другие приключения Шурика»

ВТОРЫМ НЕМАЛОВАЖНЫМ ФАКТОРОМ СИСТЕМЫ «ОТВЕТСТВЕННЫХ ПРОДАЖ» ЯВЛЯЕТСЯ ТЩАТЕЛЬНЫЙ ПОДБОР АССОРТИМЕНТА ПРОДАВАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ. ПОНЯТНО, ЧТО Я НЕ СТАНУ ТОРГОВАТЬ МЕХОВЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ ИЛИ ПРОИЗВОДИТЬ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ, НО И НЕ СТАЛ БЫ ОСУЖДАТЬ ТЕХ, КТО ЭТО ДЕЛАЕТ.

невинно, то его конкретные воплощения в коммерции в виде «формирования потребности», «обработки возражений», «активной позиции на переговорах» иначе как насилием охарактеризовать нельзя. Даже сама описательная лексика коммерческого переговорного процесса широко использует военную терминологию, и агрессивность продающей стороны считается полезным и нужным инструментом. А где агрессивность, там и насилие.

С моей же точки зрения, если у человека нет природных отклонений в

и последующее её удовлетворение в требуемых параметрах. Не слишком большая разница, но ощутимая, как в плане спокойствия собственной совести, так и в части правильного понимания партнёрских отношений. В этой ситуации, безусловно, важная в любой коммерческой деятельности лояльность возникает на вполне здоровой основе взаимного доверия, а не в результате «зомбирования». Конечно, такая методика продаж более трудозатратна, предполагает наличие не только профессионального персонала, но также

ности, а не спешил вместо бокала «притаранить» целую бутылку под любым красивым соусом. Я, однако же, не совсем об этом. Ассортимент предлагаемой продукции должен быть для начала переосвоен по двум показателям: где произведено, из чего произведено (в идеале — ещё и кем произведено).

У каждого из приведённых критериев оценки есть несколько аспектов, важных для темы нашей статьи. Место производства товара имеет значение как в плане экологическом (каково расстояние до места производства, как

осуществляется транспортировка), так и в плане социальном. Почему нужно стараться расширять ассортимент отечественной продукции, развяснять не буду. Должно быть понятно и так! Конечно, французские духи или вина невозможно заменить отечественными, и хочешь-не хочешь, их придётся импортировать из Франции, хотя, слышал, например, что духи и упаковку везут раздельно и «бутилирование» осуществляется на территории России. Не знаю, рада ли российская таможня таким технологиям, но с точки зрения

иногда выбора нет. Но чаще всего он есть, и тогда им необходимо пользоваться. Как правило, необходимо помнить, что есть материалы природные, которые подлежат восстановлению, например, дерево и его производные — бумага и картон, а есть искусственные, и среди них опасные не только в перспективе, но и прямо и непосредственно. К таким относятся пластмассы. О вреде самих этих полимеров можно почитать дополнительно в наших изданиях (я пишу и об этом), здесь же лишь напомним, что пластмассы не разлага-

Я ни в коем случае не призываю к полному отказу от пластмассовых изделий, понимая, что сегодня это уже невозможно. Зубную щётку можно изготовить из дерева и свиной щетины, и в Германии даже есть компания, которая этим занимается, но их ресурсов не хватит на нас всех. Но вот, например, от пластмассовых ручек, в особенности, сделанных в Китае, вполне можно отказаться. К слову сказать, Россия ввозит их (не только из Китая) по 7 миллиардов в год (это цифра с 9 нулями!), а Китай производит их ещё в два раза больше! Я



Кадр из м/ф «Это совсем не про это»

К ТОМУ ЖЕ ПЛАСТМАССЫ ПРОИЗВОДЯТСЯ ИЗ НЕФТИ И ГАЗА. НЕ ВЕРЬТЕ ТОМУ, КТО СКАЖЕТ, ЧТО НЕФТЬ — ИСТОЧНИК ЭНЕРГИИ. В РОССИИ НЕФТЬ И ГАЗ ОБОЗВАЛИ СКРОМНО «ЭНЕРГОНОСИТЕЛЯМИ», ХОТЯ В ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ ЛИШЬ НЕБОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ДОБЫВАЕМОЙ НЕФТИ СТАНОВИТСЯ ТОПЛИВОМ, А ПОДАВЛЯЮЩЕЕ ЕЁ БОЛЬШИНСТВО ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ПЛАСТМАССУ.

экологии, — вполне достойное решение. Зная русскую «изобретательность», ждём, когда догадаются (если ещё не догадались), что духи на 97% — спирт, и везти-то из Франции есть смысл только те 3% остального содержимого флакона, одного литра которого хватило бы на всю Россию на год. Но вот покупать, например, финское молоко, которое на родном языке даже и молоком называть запретили, ибо, по сути, оно таковым не является, я не вижу никакой необходимости. И как смешно наблюдать в магазинах за модно одетыми дамочками, приобретающими финское молоко «Eila», не содержащее молочного сахара (лактозы) и предназначенное для аллергиков, то есть больных людей (!), абсолютно не понимающими того, что они покупают и зачем, глядя только на иностранную марку и высокую цену. Поскольку в России никто лактозной intolerантностью (болезненной восприимчивостью организма к молочному сахару) не страдает, здесь не нужны продукты, не содержащие молочного сахара, мало того, они просто вредны, ибо отучают организм от восприятия его.

Материал изготовления продукции также имеет значение. Понятно, что

ются в природе, то есть практически являются вечными. Их невозможно утилизировать, так как при использовании имеющихся для этого технологий они выделяют ядовитые газы, а до 80% выпускаемых пластмассовых изделий так или иначе заканчивают своё существование в океане, где отравляют рыб, животных и птиц, а также через них создают угрозу для человека. К тому же пластмассы производятся из нефти и газа. Не верьте тому, кто скажет, что нефть — источник энергии. В России нефть и газ обозвали скромно «энергоносителями», хотя в действительности лишь небольшая часть добываемой нефти становится топливом, а подавляющее её большинство превращается в пластмассу. Поскольку нефть и газ выкачиваются из недр Земли весьма активно, а образовавшиеся полости заполняются иным субстратом, неминуемо происходит перераспределение массы планеты, последствия которого никем не изучаются и даже не обсуждаются. Что, естественно, не гарантирует нас от их воздействия. Можно, конечно, в этой ситуации занять удобную позицию страуса, но не следует забывать, что хоть голова и в песке — з***ца-то торчит наружу!

уже не говорю о цифрах производства полиэтиленовых пакетов и бутылок для расфасовки воды и молока.

Уже описанных выше принципов формирования ассортимента будет вполне достаточно. Если ваша продукция не разрушает чужих жизней, если она, наоборот, помогает восстанавливать и укреплять благосостояние той местности, которую вы называете «родной», то вы на правильном пути. И последним шагом к «ответственным продажам» станет отказ от конкурентной борьбы. Я понимаю, что конкуренция является краеугольным камнем рыночной экономики, её основным инструментом. Осознаю, что именно она делает эту экономическую модель наиболее эффективной, что благодаря ей экономика является абсолютно саморегулируемой, и вообще конкуренция — двигатель прогресса. Всё это совершенно справедливо, но, с моей точки зрения, не является важным, и уж, по крайней мере, однозначно положительным. Поэтому «ответственные продажи», не отрицая, отстраняются от конкуренции. С моей точки зрения, каждая компания должна и может создать уникальный продукт или услугу, востребованность которых бу-

дет зависеть только от этого фактора. К тому же, если рассматривать «жизненный цикл» компании графически, можно с достаточной точностью определить момент вступления предприятия в конкурентную среду, и находится эта точка не в самом начале деятельности. Я хочу сказать этим, что даже не создавая уникального продукта, компания может удерживаться ниже точки вступления в конкурентную среду, обеспечив себе тем самым необходимое для «ответственных продаж» качество. В сочетании с остальными

человека. «Установлено, что страны, потребляющие наибольшее количество синтетических удобрений, также лидируют и по количеству психических заболеваний», — утверждает, например, английский философ и разведчик Джон Беннет. Возможные последствия эффективного ведения сельского хозяйства изучаются чрезвычайно мало, и главной причиной этого мне видится то, что мировые политики просто опасаются тех выводов, которые могут быть сделаны при тщательном научном анализе.

будто завтра никогда не наступит. Отчасти виной этому как раз та экономическая система, которая, к сожалению, стала глобальной. Я же считаю, что человечество должно остановиться на миг и задуматься о своём будущем. Мы уже практически потеряли культуру, превратив её в отрасль бизнеса. Ещё до этого мы превратили религию в государственный инструмент, использующий доверие паствы в корыстных целях лоббирования политических решений. Мы теряем благотворительность, отождествив её с меценатством,



Кадр из к/ф «Кин-дза-дза»

ПОКА ЕЩЁ ОСТАЛИСЬ ВЕЩИ, КОТОРЫЕ НЕ КУПИШЬ ЗА ДЕНЬГИ, — СОСТРАДАНИЕ, СОЧУВСТВИЕ, СОПЕРЕЖИВАНИЕ, ОТВЕТСТВЕННОЕ ОТНОШЕНИЕ, НАКОНЕЦ, ЛЮБОВЬ К БЛИЗНЕМУ, НО БОЛЬШИНСТВО УЖЕ СТЕСНЯЮТСЯ ПРОИЗНОСИТЬ ЭТИ СЛОВА ВСЛУХ. НО ВЕДЬ САМИ ЭТИ ЧУВСТВА ЗАЛОЖЕНЫ В НАШЕЙ ГЕНЕТИКЕ, РАЗВИВАЮТСЯ В ДЕТСТВЕ, СЛЕГКА ПОДВЕРЖЕНЫ ВЛИЯНИЮ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ВОСПИТАНИЯ, НО ОЧЕНЬ ЛЕГКО ТЕРЯЮТСЯ И ВЫТЕСНЯЮТСЯ В НЕБЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЕ.

приведёнными выше составляющими, неучастие в конкуренции неминуемо должно привести компанию к стабильному положению, что я и считаю наиболее оптимальным результатом любого бизнеса. Уход от конкуренции я считаю чрезвычайно важным, так как отчётливо вижу, как её позитивные черты превращаются в свою противоположность. Эффективность, помимо всеобщего технического прогресса, порождает повышенное потребление, ведущее к появлению новых ментальных заболеваний и зависимостей, диагностика и лечение которых создают новый круг потребления. А для бизнеса это «беличье колесо» выражается в зависимости от постоянного развития. Кто встал на месте или даже замедлился, тот потерял бизнес в конкурентной среде. Возьмём простой пример. Несколько десятилетий назад возникла система эффективного ведения сельского хозяйства. Урожайность культур повысилась значительно и продолжает расти, теперь уже за счёт конкурентной борьбы. Но для такого хозяйства необходимы синтетические удобрения, которые засоряют окрестные водоёмы, отравляют почву, и наносят непосредственный вред здоровью

О достоинствах саморегулируемости тоже все знают, но, к сожалению, рынок умеет регулировать себя только через кризисы. Хорошо это или плохо — каждый пусть судит сам, но статистика регистрирует пики самоубийств именно в годы экономических кризисов. С моей точки зрения, никакие хозяйственные процессы не должны приводить человека к такому итогу, а если приводят — что-то не совсем в порядке с экономикой. Саморегулируемость в сочетании с конкуренцией принуждают компании быть эффективными, хотя основным показателем, с моей точки зрения, должен быть коэффициент полезности компании для своих клиентов. Если представить графически эффективность компании в виде вектора вперёд и вверх, то коэффициент полезности будет иметь вид синусоиды, и только уменьшением влияния на компанию конкуренции, а вместе с этим и саморегулирования, можно достичь спрямления пиков синусоидальной кривой, что стало бы прямой выгодой для потребителя.

В заключении несколько слов о том, почему «ответственные продажи» нужны рынку. У меня создаётся впечатление, что мир сегодня живёт так, как

а последнее переименовав в «спонсорство».

Пока ещё остались вещи, которые не купишь за деньги, — сострадание, сочувствие, сопереживание, ответственное отношение, наконец, любовь к ближнему, но большинство уже стесняется произносить эти слова вслух. Однако ведь сами эти чувства заложены в нашей генетике, развиваются в детстве, слегка подвержены влиянию последующего воспитания, но очень легко теряются и вытесняются в неблагоприятной среде. А именно такая и создаётся повсеместно, в том числе, при помощи экономической системы. Так давайте же не добавлять в неё своей лепты, не вносить своего вклада в равнодушие, ненависть, озлобленность, жадность, эгоизм, соревновательность, алчность, безверие. Постараемся, по крайней мере, торговлю сделать такой, чтобы никому не было стыдно за себя и за других. А деньги? Их будет достаточно у того, кто всё делает правильно.