

ОТВЕТСТВЕННЫЕ ПРОДАЖИ



«Одно семя может заполнить
зеленью всю землю»
Ошо

НАВЫКИ МЕНЕДЖЕРА

То, о чём будет написано в этой статье, понравится далеко не всем. Те, кто считает основным результатом своей работы зарабатывание денег, вряд ли извлекут из этого материала какую-либо пользу для себя.

Прошу понять меня правильно - мы все, в большей или меньшей степени, зависим от денег, и они являются важной составляющей нашей деловой активности. Однако доводы рассудка достигают лишь тех из нас, для кого деньги являются средством, а не целью. Стоящее в заголовке статьи слово «ответственное» имеет отношение к нравственности и является неотъемлемым свойством зрелой свободной личности.

Система «Ответственных продаж» является своеобразным толстовством в коммерческой деятельности. Опираясь исключительно на потребности заказчика и не выдвигая своих собственных на первый план, представитель этой системы создаёт, если можно так выразиться, поле продаж, лишённое насилия. Могут ли «Ответственные продажи» выиграть в конкурентной борьбе с обычными компаниями? Вряд ли, так же как у безоружного нет аргументов против вооружённого. Однако, это не означает, что вооружённый прав уже только потому, что он лучше оснащён. Для достижения успеха в неблагоприятной среде у «Ответственных продаж» имеется средство, которое помогает им вести нормальную коммерческую деятельность, а именно уникальность предложения. Если у компании нет такого предложения, то ей вряд ли удастся успешно действовать на современном рынке с использованием системы «Ответственных продаж». И, тем не менее, тенденции развития рынка свидетельствуют о том, что уход от конкуренции, в частности, через создание уникального продукта, уже начинает завоёвывать всё большее пространство продаж.

Исходя из вышесказанного к основным навыкам менеджера «Ответственных продаж» должны быть причислены:

1. Знание изделия
2. Знание подобных изделий рынка
3. Знание бизнеса заказчика

Эти три главных навыка, не основанных на манипуляции, и можно считать достаточно точными для успешной работы. Разберём каждый из них более подробно.

ЗНАНИЕ ИЗДЕЛИЯ

Все системы продаж декларируют необходимость знания об изделии, которое компания предлагает к продаже. И, тем не менее, знание изделия в «Ответственных продажах» является особым знанием. Учи-

тая то, что продукт является уникальным, менеджер должен знать не только статистические сведения об изделии, как то: материал изготовления, возможные цвета, размеры, наличие на складе, цены и т.п., но и то, в чём состоит его уникальность, и чем именно эти уникальные свойства изделия могут помочь заказчику. В данном контексте должны рассматриваться такие важные аспекты как: экологическая составляющая материалов изготовления изделия; возможные сертификаты качества изделия; страна происхождения, как с точки зрения экологии (перевозки, условия труда в стране), так и с точки зрения социальной значимости (отечественное производство; работающее на отечественном сырье; использующее отечественные материалы, технологии, интеллектуальную собственность). Кроме знания всех этих деталей об изделии, менеджер должен обладать знанием о том, почему это важно, и какую дополнительную выгоду эти факторы могут принести заказчику. Правильно представленное уникальное изделие не может иметь аналогов, а значит не требует манипуляций при продажах.

ЗНАНИЕ ПОДОБНЫХ ИЗДЕЛИЙ РЫНКА

Этот пункт знаний можно было озаглавить как «Знание о продукции конкурентов», что также является одним из ключевых навыков любого коммерческого обучения. Однако, мы упоминали, что наши изделия уникальны, следовательно, не имеют конкурентов. Тем не менее, изучение подобной продукции для менеджера «Ответственных продаж» необходимо, так как уникальность изделия не всегда может быть определена визуально. К тому же необходимо учитывать разный уровень подготовки заказчика. В нашей коммерческой работе, например, вполне естественно, когда заказчик не может определить на вид ни страны происхождения изделия, ни стоимости и подчас даже не в состоянии отличить одно изделие от другого (имеются в виду шариковые ручки).

Таким образом, знание подобных изделий необходимо для подбора правильных аргументов на переговорах.

ЗНАНИЕ БИЗНЕСА ЗАКАЗЧИКА

Это знание также не является эксклюзивным для «Ответственных продаж». Знать бизнес заказчика необходимо в любой коммерческой деятельности для более успешного удовлетворения его потребностей. Однако, и в этом случае «Ответственные продажи» предлагают свой подход к изучению заказчика. Для этой системы имеют важность не только изучение

внешних показателей компании-заказчика и его бизнес-процессов, но, в первую очередь, знание о корпоративных ценностях, изучение миссии компании. Ибо уникальное изделие обладает тем преимуществом перед другими подобными товарами, что несёт в себе дополнительную ценность, часто не оплаченную стоимостью и даже не имеющую коммерческой стоимости вообще. Знание о ценностных установках заказчика поможет раскрыть именно те дополнительные ресурсы уникального изделия, которые наиболее соответствуют духу компании-заказчика.

Обладание всеми вышеприведёнными навыками для менеджера «Ответственных продаж» является не просто производственной необходимостью, но должно быть частью мировоззрения самого человека. Механическое заучивание данных не поможет их грамотному использованию в переговорном процессе, а также не приведёт к действительному удовлетворению потребности никакого заказчика. Поэтому «Ответственными продажами» должны заниматься лишь те, кто действительно настроен на работу с клиентом и готов прикладывать к этому максимальные усилия.

Любая работа имеет только тогда смысл, когда приносит удовлетворение. И если единственным удовлетворением от работы является его материальная компенсация, то такой труд можно классифицировать только как рабский. Свободный человек, прежде всего, человек ответственный, а это значит, что его заботит результат его труда. Именно для такого, свободного человека создавалась и действует система «Ответственных продаж» и только она может приносить коммерческому персоналу удовлетворение от работы.

Система не создаёт свободного человека, она лишь удовлетворяет его потребность в сознательном труде. Поэтому и её распространение на рынке будет всегда соответствовать количеству желающих свободно и сознательно трудиться. А вам хотелось бы попробовать?



“Responsible sales” system implies to rely on customer’s needs only, and supplier’s interests should fade into the background. In a hostile environment “responsible sales” has its own survival tool. It is unique offer. Market trends indicate that unique offer allows to withdraw the competition, and it already begins to gain space in sales. “Responsible sales” manager needs several basic skills to prevail. They are product knowledge, knowledge of counterpart products on the market and knowledge of customer’s business.