

Содержание

Предисловие	5
01 Зачем звонить, если я сама не знаю, чего хочу?	7
02 Что правильнее: хотеть или делать?	14
03 Как «холодные» звонки изменили мою жизнь	26
04 Телемаркетинг. Почему его недооценивают	29
05 Сказка о человеке, который не ждет вашего звонка	35
06 Что самое ценное в ваших звонках? Три секрета профессионала	45
07 Не имеем, потому что не просим	53
08 Заслужили доверие? Получите покупку	61
09 Просто о фокусах. Секреты эмоционального влияния на людей	67
10 Есть контакт!	74
11 Если вы будете делать это, вы точно продадите клиенту все что угодно	79
12 Compliment от шеф-повара	87
13 Что в имени тебе моем?	97
14 Я вас услышала, но... не поняла	103
15 Уроки игры на самом лучшем в мире музыкальном инструменте	108
16 Почему мы играем не по правилам?	120

17	Не «женская» тема. Стратегия в этапах продаж	127
18	Вопросы к вопросам	134
19	Кто управляет разговором? Тот, кто слушает ответы!	141
20	Презентация: кто перед кем выступает?	151
21	Вы делаете все, чтобы не продавать	157
22	Секреты презентации	164
23	Возражения придумали те, кто не научился продавать	171
24	Вера против сомнений	176
25	Вы готовы? Давайте!	185
26	Кому нужен сценарий? Примеры сценариев. Разбор ошибок	189
27	Алло! Я себя слушаю!	200
28	Идеальные звонки? Нет! Результативные	207
	Приложение	212

ПРЕДИСЛОВИЕ

Это честная книга о том, как я училась продавать по телефону.

Это правдивый рассказ о моем пути: от рядового телемаркетолога до успешного бизнес-тренера.

В книге вы найдете реальные истории из моей практики, из опыта моих клиентов, чьи имена я публикую с их разрешения. За что им очень благодарна.

Телемаркетинг сделал из меня успешного человека. Для меня нет секретов в работе оператора: ведь я сама на протяжении 14 лет каждый день обзванивала клиентов. И в основном это были «холодные» звонки.

Каждый такой звонок — это маленькая история выстраивания отношений, это мудрость, которую я постигала с каждым набранным номером. И только благодаря этой практике я научилась справляться с собой, правильно ставить цели в жизни, говорить так, чтобы меня слушали.

Если бы вы знали, сколько открытий я сделала для себя в этом общении! Сколько опыта я получила! А сколько вдохновения! Иначе я вряд ли смогла бы каждый день снова и снова звонить людям, которые часто не были готовы к общению.

Как прекрасно научиться управлять настроением людей! Как здорово суметь привести клиента в «холодном» звонке к продаже! Кто чувствовал эти эмоции, тот меня поймет.

В этой книге я открыто делюсь с вами всеми своими секретами продаж. Самыми главными учителями в жизни стали

мои ученики. Каждый оператор, с которым мы провели вместе время на тренинге или «в полях», подавал мне новые идеи и дарил вдохновение — как улучшить техники и методики продаж.

Спасибо всем моим клиентам! Без вас, без вашей веры в меня я бы не стала такой счастливой в своей профессии.

Желаю вам легкости в прочтении этой книги и удовольствия от общения с людьми!

01

ЗАЧЕМ ЗВОНИТЬ, ЕСЛИ Я САМА НЕ ЗНАЮ, ЧЕГО ХОЧУ?

Поднимаю трубку, звоню. Дождавшись ответа на том конце провода, произношу стандартное заученное приветствие. В ответ слышу: «Спасибо, ничего не надо». И короткие гудки.

В такие моменты, особенно если звонков много, начинаешь думать: почему они кладут трубку? Почему не хотят со мной говорить? Как повлиять на то, чтобы люди были мне рады и хотели со мной общаться?

Да и вообще, что я делаю не так?

Анализируем ситуацию

Признаюсь, я уже не общаюсь так больше десяти лет. Но полезно получать подобный опыт. Он включает мозг и дает мне возможность меняться и быть гибкой в жизни.

Если бы много лет назад после такого звонка, а тем более серии звонков я встала и ушла с той работы, то никогда бы не стала тем, кем стала, не получила бы бесценный опыт и счастливую жизнь в профессии.

Умение анализировать помогло мне формировать новые привычки и навыки общения.

Но стоп! Я обещала вам анализ этой ситуации.

Итак, почему клиент не хочет общаться со мной?

Отвечу вопросом на вопрос (хотя, говорят, это и невежливо): а почему, собственно, он должен этого хотеть?

Кто я такая, чтобы человек захотел посвятить мне свое время? Что он получит в результате этого диалога? Чем я отплачу ему за внимание?

Каждый человек на земле живет в моменте. То есть здесь и сейчас. Он озабочен именно текущей ситуацией или переживаниями своих отношений или событий. И поэтому, когда вы ему звоните, он может быть не готов тепло и дружелюбно общаться с незнакомцем на том конце провода.

И вот однажды, анализируя очередной такой отказ клиента, я поймала себя на мысли, что людям важно, когда их ценят, поднимают их чувство значимости и говорят о них. Плюс, конечно, любой человек эмоционально откликается, когда его называют по имени. (Тут пригодились знания основ психологии общения.)

Казалось бы, решение есть!

Но сразу же возникают другие вопросы: как я могу за три секунды приветствия в «холодном» звонке дать понять человеку, что ценю его и искренне им интересуюсь?

И второй — более глубокий: что я сама хочу получить от этого звонка? Какая у меня цель в этом общении? Ответ на первый вопрос — произвести правильное впечатление за три секунды.

За годы своей работы оператором я пробовала разные способы захода в диалог. Например, 20 лет назад мы были настолько смелы, что однажды попробовали говорить клиентам: «Поздравляю! Вы выиграли!..» Но большинство наших собеседников почему-то пугались и бросали трубку еще быстрее, чем до этого эксперимента. Это было ужасно! Вывод: шокирующие и неожиданные фразы не производят нужного впечатления на клиента и, значит, не работают! Убираем их из практики!

Делая в среднем по двести звонков каждый день и слушая первую реакцию клиента на мое приветствие, я понимала одно: люди реагируют на голос.

Появились ли нотки неуверенности или он задрожал — все, я выдала сомнения в том, что не жду от собеседника доброго ответа. По моему голосу в такие моменты было понятно, что я жду «удара», негативной реакции на мой звонок. Я сделала неприятное для себя открытие: я как будто сама предлагаю условия игры под названием «Не хочу общаться с вами!».

Бывает у вас такое?

Но если существует **такая** «игра», значит, есть и **другая**. Я назвала ее «Люди с удовольствием общаются со мной!». Да, все очень просто — нужно всего лишь поменять установки внутри себя с негативных на позитивные!

С тех пор я поняла: главное в общении с клиентом (необязательно, чтобы это были продажи) — в первую очередь настроить себя. В компании, в которой я начинала свой первый телемаркетинговый опыт, это называлось «настрой на работу». Ему уделялось большое внимание — мы даже на работу приходили на 15 минут раньше ради этого настроя, который создавался нашим мини-тренингом.

Таким образом, ответ на первый вопрос звучит так: я могу влиять на первую реакцию клиента. Что для этого нужно сделать?

1. Слушаю реакцию клиента на себя, на свое приветствие. Если в его голосе слышится напряжение, недоверие, человек реагирует агрессивно или, наоборот, вяло, меняю интонацию, ищу ее до тех пор, пока все клиенты не станут реагировать на меня позитивно.
2. Как найти эту правильную интонацию, я расскажу чуть позже — этому будет посвящена целая глава.

Давайте теперь ответим на другой вопрос: «Что я сама хочу получить от этого звонка? Какова цель этого общения?»

Сначала давайте пойдем, почему так важно сформулировать для себя цели перед общением с клиентом.

(Забегу вперед и скажу, что о том, как правильно формулировать цель звонка, мы еще обязательно поговорим в этой книге!)

На мой взгляд, любой продавец — да что там продавец, любой человек — должен уметь ставить перед собой цели. Но правда в том, что одни люди делают это, а другие — нет. И последних, к сожалению, большинство. Они живут «на автомате», не загружая себя планированием своей жизни.

Так вот, если вы делаете звонок клиенту, он, я уверена на сто процентов, не ждет его и, соответственно, не планирует свои действия. Он просто берет трубку и отвечает.

Секрет успеха в том, чтобы перед звонком сформулировать себе цель, например такую: «Я позвонила клиенту, и он с удовольствием согласился на мое предложение!»

У вас есть великий шанс самим повлиять на результат, потому что вы поставили себе цель звонка, а ваш клиент — нет! Какое важное преимущество!

Когда вы даете себе установку на успех, вы, сами того не ведая, интуитивно настраиваете себя на легкость общения, на то, что разговор пройдет на позитивной ноте, и ваш организм расслабляется, голос становится уверенным и располагающим. Это собственные установки, дающие шанс на успешную сделку.

Итак, друзья, вот ответ на второй вопрос: прежде чем набрать номер, формулируем цель звонка. Что я планирую получить в результате общения с клиентом? Встречу, обмен реквизитами для подписания договора, продажу по телефону или еще что-то?

Если вы обратили внимание, здесь нет таких целей, как закончить звонок и прислать клиенту коммерческое предложение или звонить не ЛПР, а менеджеру, который не принимает решение... Если я об этом подумаю перед звонком, что я получу?

Я распишусь в собственной слабости, и мой диалог будет неубедительным и непрофессиональным. Я позволю разговору перейти в стадию переписки или соглашусь на безрезультатные траты моего времени на общение со второстепенными людьми в компаниях!

Для себя я сделала главный вывод: такое поведение — элементарное неуважение к себе. Я ведь решила, что «игра» будет по моим правилам, значит, важно следовать своим целям и... тренироваться!

Подведем итог?

Перед звонком ставим цель, настраиваемся на результат и позитивный ответ клиента!

В завершение этой главы приведу пример в тему из личного опыта.

Звоню моему потенциальному клиенту. Цель звонка — пригласить его на открытый мастер-класс к себе в офис. Мероприятие бесплатное, но сложность в том, что клиент должен приехать к нам сам. Обычно же мы приезжаем к клиентам.

Сергей Юрьевич Лобарев — президент Общенациональной ассоциации автототуризма и караванинга. Теперь уже мой и клиент, и давний друг. Но тогда я знала про него только то, что он очень занятой человек: то он выступает на телевидении, то участвует в конференциях и круглых столах, а то улетел в командировку.

Пока я набирала номер его телефона, мои мысли были такими: «Он очень занят, поэтому вряд ли приедет ко мне сам. Скорее всего, пришлет своего помощника. А зачем мне его помощник? Решения он не принимает, и, значит, я попусту потрачу время».

Но в этот момент я вдруг вспомнила, что таким образом влияю на свой результат! Я сама не верю в успех!!! Мне было так стыдно перед собой, потому что в то время я уже была тренером и учила других людей ставить свои цели в жизни. Других учу, а сама?!

Я нажала на «отбой» и решительно сформулировала цель звонка так: «Сергей Юрьевич завтра сам ко мне приедет!» Набираю номер заново. Лобарев взял трубку и на мое приглашение приехать ответил так: «Да, я приеду завтра. Позвоните моему помощнику, чтобы он записал ваш адрес».

Я положила трубку и подумала: что сейчас произошло? Чудо? Телепатия? Сергей Юрьевич просто повторил за мной то, что я себе мысленно произнесла перед звонком! Он как будто услышал меня, мою цель.

Друзья мои, этот опыт раз и навсегда научил меня перед любым звонком или встречей ставить цель этого действия!

А как именно ставить цель звонка для достижения результата, узнаем уже в следующей главе. →

← ВЫВОДЫ ИЗ ГЛАВЫ 01

Вы сами влияете на результат диалога с клиентом, если:

- ставите цель звонка;
- умеете влиять на свой настрой и, как следствие, на настроение собеседника.

02

ЧТО ПРАВИЛЬНЕЕ: ХОТЕТЬ ИЛИ ДЕЛАТЬ?

В этой главе речь пойдет о постановке цели звонка, да и вообще целей в жизни. Я жалею, что не знала об этом в свои 20 лет, горы бы свернула, наверное! Но всему свое время, видимо. А вам, особенно тем, кто молод, самое время узнать секреты успеха в жизни.

2013 год. Идет конференция CCWF*. Один из спикеров-вендоров приглашает участников конференции поучаствовать в розыгрыше iPad mini. У меня тогда не было планшета, и я подумала, что не прочь попытать счастья, и взяла бланк анкеты. Когда начался розыгрыш, перевернутые анкеты с нашими данными лежали на столе. Участницу конференции, которая оказалась ближе всех к столу, попросили вытащить листок с фамилией победителя розыгрыша.

В это время я уже владела навыками постановки цели, и у меня, как и перед обычным телефонным звонком, было всего лишь три секунды, чтобы повлиять на результат розыгрыша в свою пользу.

* Call Center World Forum (CCWF) — одна из важнейших площадок для диалога экспертов по обслуживанию клиентов в сфере контактных центров.

Представьте себе, что у остальных примерно сорока моих коллег были такие же шансы, как и у меня. Но никто из них и не подумал поставить себе цель выиграть планшет! Посмотрите, как работает многолетняя практика постановки цели перед каждым звонком! Помните: вы ставите цель звонка, а клиент — нет!!! В этом ваша сила и преимущество.

Итак, пока коллега протягивала руку к столу, единственное, что мне пришло в голову, как повлиять на результат, так это полностью произнести мои фамилию, имя и отчество (мысленно, конечно, но с КАКОЙ ЭНЕРГИЕЙ!). И коллега, будто услышав «подсказку», произнесла мое имя! Не знаю, чему я больше была рада — выигрышу или тому, что я влияю на исход событий! Второе не давало мне покоя, мои эмоции уносили своей энергетикой куда-то за пределы этого мира!

Кстати, планшет до сих пор у меня и прекрасно служит!

Анализируем ситуацию. В этом случае хочется сказать: анализируем успех!

Эта ситуация очень похожа на ту, когда мы делаем звонок и времени подумать о результате ничтожно мало. Поэтому, чтобы довести технику постановки цели до автоматизма, нужно тренироваться!

Например, много лет назад я начала свои тренировки по правильной постановке целей на самых простых событиях в жизни. Скажем, какой номер автобуса первым подойдет к моей остановке? Или какая стойка регистрации в аэропорту освободится первой и меня к ней пригласят? Какой ответ я получу от клиента по телефону? И это не игра в угадайку, а самая настоящая тренировка, схожая с занятиями в спортзале.

Почему такие маленькие события, когда я «угадываю», так важны? Ведь на самом деле я ставлю цель и проверяю, получится у меня или нет. Если у меня получилось достичь цели,

значит, я уверена в себе и мир меня слышит. И чувство от этого маленького, казалось бы, результата очень приятное!

Но если «угадать» не получилось, значит, в этот момент я не верю в себя, не верю в результат! Конечно, я не расстраиваюсь из-за автобуса или стойки регистрации, к которой меня не позвали, — это не потеря. Это опыт.

Получив его на этих безобидных тренировках в постановке цели и воспитании уверенности в себе, я перешла к более важным моментам моей жизни и работы.

Так как же ставить цели? Я уже чувствую ваше нетерпение.

Ответы всегда из опыта. Я прочитала не одну книгу о постановке цели, и в результате именно методика, приведенная ниже, помогает мне достигать результата.

Ставить себе цель следует по правилам, которые влияют на наше подсознание.

Итак, первое. Цель должна быть конкретна. Это означает, что вы точно знаете, что планируете получить. Это некий ваш собственный бизнес-план на жизнь.

Например, в постановке цели «хочу много денег» отсутствует количественное значение, а есть неизмеримое «много». Но скажите, пожалуйста, как ваше подсознание поймет, что для вас «много»? Это сколько? Это 6400, как для героя «Золотого теленка» Шуры Балаганова, или вагон, набитый купюрами? Подсознанию нужно понять ваши желания. Нарисуйте ему дорогу к цели!

Так же важно определить сроки, точные даты достижения этой цели. Например, вы планируете увеличить конверсию звонков, заработать какую-то сумму денег. В этом случае вы увидите ваш результат на мониторе компьютера в какие-то очевидные даты.

И последнее. Если в вашей цели участвуют люди, значит, должно прозвучать имя этого человека.

Что же получилось? 31 января 2022 года я позвонила Ивану Ивановичу, и он с радостью согласился подключиться к тарифу «Идеальный» за 1000 рублей.

В этой цели есть дата, имя клиента, конкретный тариф и даже его стоимость.

Важно запомнить: обязательно ставьте себе в целях год, иначе вашему подсознанию будет непонятно, в каком году вы хотите достичь своей цели.

Второе. Цель должна быть реалистичной. Поэтому цель, которую вы перед собой ставите, прямо зависит от исходной ситуации, в которой вы находитесь сейчас.

Ну нельзя при ежемесячной зарплате в 40 000 рублей взять и заработать за год 10 000 долларов.

Что же делать? Убить мечту? Довольствоваться тем, что имеете сейчас? Ни в коем случае! Напоминаю — нужна конкретика. Стоит взвешенно обдумать, когда вы РЕАЛЬНО придете к своей цели в 10 000 долларов — через пять, десять лет?

Какие действия вы планируете совершить, чтобы мечта стала реальностью? Прибавить количество звонков? Или увеличить конверсию с каждого звонка? Или взять подработку? А может, закончить курсы, которые помогут расти в профессиональном плане? Или сделать все вместе?

Но так или иначе вы понемногу выстраиваете свою жизнь так, чтобы учесть все особенности планирования.

Третье. Визуализируйте вашу цель. Давайте помечтаем, как будто вы уже в будущем и цель, которую вы поставили, уже достигнута. Визуализация помогает вашему подсознанию увидеть то, что вы хотите иметь. Есть английская поговорка Seeing is believing, что в переводе означает «Видеть — значит поверить». Наше подсознание хорошо понимает образы, поэтому важно детально представлять себе то, что вы планируете.

Как применить визуализацию в телефонном звонке?

Когда я поставила себе цель, что клиент согласился на мое предложение, я мысленно услышала его ответ «да». Только после этого набрала номер.

Приведу один примечательный пример.

Я делала «холодные» звонки и назначала встречи с клиентами на следующий день. Две у меня уже было — первая

на десять утра и вторая на четыре часа дня. Я подумала, что хорошо бы назначить себе еще одну встречу, на час дня, чтобы полноценно провести день и не возвращаться в офис. В Москве стояли морозы, и мотаться с одной встречи в офис, а потом из офиса на следующую не очень хотелось. У меня уже был опыт назначать встречи в свободные «окошки» для менеджеров по продажам, когда я работала в телемаркетинге. Здесь главное — поверить самой в то, что клиенту именно это время и подходит. И я решилась сделать следующий звонок. Но прежде чем набрать номер, настроила себя, что я прошла «фильтр» секретаря и назначила встречу руководителю компании именно на час дня. Я ясно себе представила его ответ: «Да, отличное время, мне подходит!» Звоню! Удивительно, как все легко и быстро получилось! Я предлагаю завтра встречу на час дня, и руководитель соглашается!

Такие маленькие «победы» меня всегда очень вдохновляют. И каждый раз я убеждаюсь в том, как много человек может!

Визуализация помогает мне везде — сначала я вижу результат, как он должен выглядеть или звучать (если это по телефону). Я вспоминаю один забавный случай.

Однажды на улице мне дали листовку с предложением поучаствовать в промоакции с выигрышем видеокамеры, и, когда я ее прочитала, сразу поняла, что камера будет моей! Не знаю, откуда у меня появилась такая уверенность, но именно после этого я и решила не упустить свой шанс. Я выполнила все задания и ждала 1 июля, когда на сайте компании должны были разместить имена победителей.

День настал. В рабочих делах я чуть не забыла проверить результат конкурса. Мы с детьми уже ужинали, когда я вспомнила об этом, и сказала им:

«Пойдемте проверим — я там должна камеру выиграть». В этот момент я представила, как вижу свою фамилию в списке победителей. И знаете что? Так и было!

Четвертое. При постановке цели важно помнить о гуманности.

Ваша цель никому не должна причинить вреда. Если это условие соблюдено, тогда мир начинает вам помогать и цель будет достигнута.

Без гуманности нет успеха в продажах. Эпоха «волков» с Wall Street прошла.

Сегодня многие уже поняли, что не надо «давить» на клиента, хотя в некоторых компаниях по-прежнему существует термин «база дожима клиентов».

Клиент всегда чувствует наше истинное отношение к нему, не секрет для него и наши манипуляции и желание продать.

Гораздо приятнее работать, когда наши усилия направлены на получение пользы с обеих сторон. Именно поэтому важно самим верить в продукт и в пользу, которую мы несем людям. Если я верю в себя, верю в то, что продаю, знаю пользу (а если не знаю, то ищу ее), то у меня — правильная интонация, достоинство в голосе, уверенность в своей компании.

Я много буду говорить в этой книге о вере. Моя вера в пользу, которую я несу людям своей работой, всегда помогала мне продавать и выстраивать долгие отношения с клиентами. Любой продукт или услуги, которые я продавала, прежде всего я продавала себе самой. У меня есть любимая фраза: «У человека есть тысячи причин не купить. Нам же важно понять его мотивы, благодаря которым он купит». Поэтому я всегда ищу в продукте позитивные стороны его применения в жизни человека.

Таким образом мы плавно перешли к следующему принципу **позитивности в постановке цели**. Это пятое важное условие!

Позитивность имеет здесь два значения.

Первое. В постановке цели мы уже программируем себя на радость достижения цели. Именно поэтому в общении с клиентами используем только позитивные слова.

У нас у всех есть речевые шаблоны — привычные слова и фразы, над смыслом которых мы не задумываемся. И среди них попадаются на первый взгляд нейтральные, но на самом

деле несущие «вредный» смысл. Вот они, те слова, которые мешают достижению цели:

- должен/должна
- мне надо
- нужно
- необходимо
- могу
- хочу
- постараюсь
- попытаюсь

Вы даже не представляете, сколько коварства скрыто в этих словах! Они забирают нашу энергию и при этом не несут никакого действия. Мы тратим силы на то, чтобы уговорить себя что-то сделать вместо самого действия.

Особо хочу отметить глагол ХОТЕТЬ — он выражает желание. Но «хотеть» — это еще и глагол бездействия! Когда я говорю «хочу сделать 350 звонков» — это будет всего лишь моя «хотелка», которая не придает импульса и энергии движения к результату.

Как только вы убираете все эти «вредные» слова из своей речи, вы даете подсознанию конкретное задание!

Поговорим о следующих словах — **НЕ, НО**.

Наше подсознание не читает отрицание. Оно воспринимает информацию наоборот. Например: фразу «не болейте» оно переводит как «болейте».

На одном тренинге оператор КЦ так озвучила свою цель: «Не хочу быть бедной и больной». А наше подсознание отmeldo, «не услышало» НЕ, и получилось «хочу быть бедной и больной».

Союз НО еще более коварен! Он «убивает» все то, что было сказано ранее. Например, «я хочу много денег, но мне для этого надо больше работать». Сама по себе эта фраза — прямая противоположность всем правилам постановки цели: отсутствует конкретность, есть бездейственное слово «хочу», и ко всему прочему стоит союз НО. Сплошные противоречия,

а не постановка цели на успех! Вместо этой фразы, в зависимости от того, сколько денег планирует получить человек и в какие сроки, правильная формулировка цели выглядит примерно так: *«10 мая 2025 года я получил сообщение о поступлении на мой счет 10 000 000 рублей».*

После завершения обучения я приступила к работе в телемаркетинге. В первый день в новом офисе получила свою клиентскую базу и приготовилась звонить. Внутренний диалог был таким: *«у меня получится!», «я должна», «мне надо начать звонить», «я смогу, у других же получается».* Как же я себя мучила этими словами, внутренними «приказами» — надо, должна!

Я хорошо помню, какой стресс пережила в этот день! Если бы я тогда знала секреты постановки цели перед звонком! Но эти испытания «холодными» звонками дали как раз тот неоценимый собственный опыт, которым я сейчас делюсь с вами.

Второе. Позитивность помогает поверить нашему подсознанию, что при достижении цели мы получаем пользу. Как помочь подсознанию поверить в это? Даем ему понять, что мы переживаем положительные эмоции, как будто уже достигли этой цели! Например, вы сделали свой месячный план: представьте, как вы рады этому, как счастливы! Может быть, вы сейчас подпрыгнете на стуле или крикнете «ура»?! Сделайте это! Ощутите полноту этих замечательных эмоций!

Что происходит с вашим организмом в этот момент? Он понимает, что цель делает вас счастливым человеком. Вы прошли условный экзамен, проверку у самого себя! Наш мозг формирует свои цели, во многом опираясь на стереотипы, на которых мы выросли (книги, разговоры взрослых, собственный опыт). Многое заложено в нас в раннем детстве. Например, мы все выросли на сказках про то, что бедный всегда счастливее и смекалистее богатого.

С детства слышим: «не имей сто рублей, а имей сто друзей», «деньги — зло», «большие деньги — большие проблемы», «счастье не в деньгах». Вам достаточно фраз, чтобы понять, что сидит у нас в голове?

И после такого воспитания закономерно, что наш мозг будет защищать нас от денег. Но мы же можем с ним договориться,

убедить, что деньги для нас — это радость, чувство полета, счастье или что-то другое, приятное лично для нас.

Именно на этом этапе происходит работа с внутренними сомнениями, которые присущи всем людям. Как раз из-за них — сомнений в себе — мы и не достигаем целей. Нас как будто кто-то не пускает к ним. И этот «кто-то» — наши собственные установки. При правильном эмоциональном переживании достижения цели проверяется наша вера в себя, мы убеждаем наше подсознание, что наша цель — благая.

Мы много говорили о том, что надо и чего не надо делать при постановке цели. Теперь пришло время сказать самое главное: как ее в итоге правильно сформулировать?

Помните, нельзя говорить слова «я должна, я могу, я стараюсь...»?

Начинаем действовать с этого момента!

Мы с вами сделали цель конкретной, при помощи визуализации увидели результат, пережили положительные эмоции от своей победы и убедились, что наша цель гуманная. Мы сделали почти все. Осталось последнее условие — поставить цель в прошедшем времени.

Вы ведь уже там, в своем будущем! Вы уже видели, как это случилось!

Спросите: почему не будущее время? Будущее время абстрактно, человек никогда не живет в нем. И когда мы говорим: «завтра я начну делать зарядку», завтра наступает, а мы успешно передвигаем зарядку на следующий день, то есть на завтра.

Почему не настоящее время? Настоящее время — это процесс. Процесс незавершенный. Тоже нет результата. Можно всю жизнь покупать дом или ехать в отпуск на море.

Помните, как я поставила цель звонка в предыдущей главе? «Сергей Юрьевич завтра сам ко мне приехал!» (Может быть, с точки зрения синтаксиса фраза звучит странновато, но для постановки цели это именно то, что нужно!)

Это было сказано в прошедшем времени! Хотя по нашим с вами правилам я не сказала точную дату, а произнесла «завтра». Да, ошибка, но все равно результат был!

Наша цель в прошедшем времени придает легкость выполнению задачи, нет внутренней напряженности, вы сконцентрированы именно на результате. Большинство людей «теряются» на пути к цели, их отвлекают преграды и другие текущие дела. Когда вы четко видите свою цель и «подкармливаете» свой мозг радостными эмоциями, то цель «зовет» и вдохновляет вас.

Давайте вернемся к примеру цели звонка в начале этой главы: **31 января 2022 года я позвонила Ивану Ивановичу, и он с радостью согласился подключиться к тарифу «Идеальный» за 1000 рублей.**

Здесь налицо все наши вышеперечисленные правила:

- есть точная дата и точная стоимость,
- есть участник цели — Иван Иванович,
- есть даже эмоция — «радость» (и гуманность тоже соблюдена — клиент доволен результатом),
- и, наконец, есть прошедшее время.

Если вы пока забываете ставить цель перед каждым звонком, научитесь перед началом рабочего дня составлять план. Например, как может звучать ваша цель перед тем, как вы приступаете к звонкам клиентам:

«Сегодня, 31 июля 2022 года, я с легкостью сделал 150 результативных звонков и 15 клиентов с радостью согласились оформить кредитную карту».

Приведу в заключение один свежий мотивирующий пример про веру в себя.

Эта ситуация произошла в офисе моих клиентов с менеджером по продажам, очень приятной и душевной девушкой по имени Вера. Она недавно пришла в компанию и только начинала выстраивать свои отношения с клиентами. Я делилась с ней опытом, как эффективно делать исходящие звонки. Однажды, когда я уже собралась уходить домой,

Вера посетовала, что не сможет сделать свой план по продажам, ведь до конца месяца оставалось всего два рабочих дня! Не знаю почему, но мне в голову пришла цифра 700 000, и я ей сказала, что сегодня до конца дня клиенты оплатят ей эти 700 000. Было почти пять часов вечера. Вера скептически посмотрела на меня. Но мне это только придало азарта. «Вы же Вера! Вот и верьте в себя!» — сказала я ей, прощаясь. Правда, что-то мне подсказывало, что наше общение сегодня не закончилось. И точно: меньше чем через час она прислала мне сообщение.

Вера: Галина, я в шоке.

Я: Вера, я почему-то ждала, что вы напишете.

Вера: После вашего ухода мне оплатили два клиента, сумма — 702 000!!!

Я: Так я вас и просила сделать 700 000. Супер! Поздравляю!

Вера: Так я и помню! Вот это да! Вы даете! Спасибо!

Я: Колдую!

Друзья, а что мне еще было ответить Вере?! Имя-то у нее такое значимое, правда? Постановка цели — это настоящее волшебство по своему эффекту! А вера — огромная сила! И когда волшебство и сила встречаются, происходит чудо!

Поэтому так важно, когда вы сами или кто-то другой в вас верит!

После этой главы напишите и вы свои цели по всем правилам, о которых вы здесь узнали.

Давайте вспомним их.

→

Правильная постановка цели формирует у вас четкое представление перед самим собой, а именно:

- слово «хотеть» малоподвижно по отношению к вашей цели. Важно не хотеть, а знать, что для вас результат, и действовать;
- вы знаете сроки реализации вашего плана;
- вы знаете, что именно планируете получить;
- вы это увидели и проверили, что увидели. Картинка совпала с целью?
- вы эмоционально прочувствовали результат, проверили ощущения — есть ли сомнения в том, что вы это хотите?
- вы знаете правильные слова, которые влияют на результативность;
- вы знаете пользу прошедшего времени при постановке цели.

Пишите ваши цели и начинайте к ним идти!

КАК «ХОЛОДНЫЕ» ЗВОНКИ ИЗМЕНИЛИ МОЮ ЖИЗНЬ

Телемаркетинг научил меня:

- быстро принимать решение и находить выход из любой ситуации (за доли секунды я нахожу верные слова, ведущие меня к результату);
- ставить цели;
- задавать вопросы;
- слушать людей;
- понимать эмоциональное состояние человека по его голосу;
- владению своей интонацией;
- вере в себя;
- управлять диалогом (какая это роскошь — знать, что разговор закончится так, как надо тебе!);
- избавляться от манипуляций (и это уже происходит со мной на интуитивном уровне);
- ковать свой характер;
- радоваться и быть счастливой, потому что я знаю, что я управляю своей жизнью!

Я бы не достигла всего этого, если бы я:

- бросила все и ушла, когда было страшно или что-то не получалось;
- делала менее 200 «холодных» звонков в день;
- имела бы совсем небольшой опыт, а не десяток лет.

Я пришла в телемаркетинг 13 мая 2003 года. До этого дня у меня была насыщенная творческая музыкальная жизнь и успешная карьера. Но в силу объективных причин я ушла в продажи. И теперь я понимаю, как важно найти свое истинное призвание и заниматься любимым делом.

Возможно, самый главный мотиватор написать эту книгу — это моя собственная история успеха, которой я хотела бы поделиться: путь от рядового телемаркетолога до успешного тренера с международным статусом. Я рассказываю все это не для того, чтобы похвастаться перед вами своими достижениями. Мне огромное желание показать вам, тысячам операторов контактных центров, продавцам и всем, кто сейчас работает с клиентами, какой замечательный путь вас ждет, если вы хотите быть по-настоящему счастливы в своей профессии.

На это не влияет ни ваш руководитель, ни клиентская база, ни настроение человека на том конце провода, который вам сейчас ответил не так, как бы вам хотелось. Ваше счастье только в ваших руках!

Клиенты чувствуют, когда мы не любим свою работу, они сканируют это по нашему голосу. И что они транслируют в ответ? «Девушка, вы себя не любите, вы не любите дело, которым занимаетесь, оставьте и меня в покое!» В какой еще работе вам так быстро дадут понять, что вы сейчас «не але»?

Именно поэтому перед каждым звонком мне приходилось брать себя в руки, убеждать себя в том, что мое общение — это счастье для моего клиента. И эту веру в себя я проверяю по реакции клиента НА МЕНЯ! И так 200 раз в день!

Какой тренинг личностного роста даст вам такую колоссальную работу над собой?! Такую высокую самоорганизацию?!

Только контактные центры со спецификой работы по сотням звонков в смену куют характер человека, который там работает.

Клиент — это мое самое правдивое зеркало! Зеркало, которое не обманет, честно отразит то, что со мной происходит на самом деле и как я выгляжу.

Об этом и было в главе 1 — про реакцию клиента на меня в первые секунды общения.

С этого момента и начинается великая работа над собой.

Вы к ней готовы?

Вы хотите со мной пройти этот путь?

04 ТЕЛЕМАРКЕТИНГ. ПОЧЕМУ ЕГО НЕДООЦЕНИВАЮТ

В любой профессии есть свои плюсы и минусы, проблемы и трудности. Но что одни называют проблемами, другие — возможностью для изменений и поиска новых решений. И чем глубже экспертиза у профессионала, тем больше шансов он видит для роста. Телемаркетинг не исключение.

Лет пятнадцать назад предприниматели были уверены, что учить операторов или менеджеров по продажам общению по телефону не нужно. Я слышала их искреннее и глубокое удивление: «А чему учить-то? Они что, говорить не умеют? Да они каждый день по телефону общаются!» Стоит ли удивляться такой точке зрения? Ведь до тех пор таких профессий, как оператор контактного центра (а раньше — колл-центра), не было. Скрипты, а раньше мы их называли сценарии, конечно, тоже были. Но кто их писал? Сами операторы или их начальники. Хорошо, если у руководителя был опыт общения с клиентами и он знал, какие слова помогают продавать по телефону. Но эти случаи были очень редкими.

Мы — первые операторы — сами получали профессиональный опыт и делились им с другими. Какая замечательная эпоха была! Никаких жестких стандартов! Есть результат — довольный

клиент оплатил покупку — вы профессионал своего дела! Все учатся у этого профессионала!

Сейчас вы сами знаете, как много стало контактных центров в мире. В день мы получаем по несколько звонков из разных по профилю компаний — звонят роботы и «живые» операторы. Все это говорит о том, что быть уникальным, особенным для клиента становится все сложнее, а некоторые думают, что уже и невозможно.

Поэтому я много внимания уделяю развитию навыков общения, формированию правильного впечатления у клиента в моем разговоре с ним. И на самом деле быть особенной для клиента очень легко. И из этой книги вы узнаете об этом.

Анализируем ситуацию

В чем особенности работы оператора или телемаркетолога? На мой взгляд, это «выход на сцену» 200 (а то и больше) раз в день, и так на протяжении долгого периода. Я уверена, что выйти в буквальном смысле на сцену один раз и сразу всем 200 слушателям что-то рассказать — это гораздо легче, чем сделать 200 звонков и с каждым человеком установить контакт, узнать его потребности и сделать презентацию продукта! А цель звонка, чтобы клиент еще и купил! Вот это я понимаю — работа!

Говорят, что у людей страх публичных выступлений — один из самых распространенных. Как вы думаете, почему люди так панически боятся держать речь перед большим (и даже не всегда большим) скоплением одноклассников, коллег или друзей?

Я считаю, что причина в том, что с ранних лет мы постоянно перед кем-то выступаем — на утреннике в детском саду, в школе у доски, на экзаменах, на совещаниях и т. п. И зачастую это становится негативным опытом: нас слушают вполуха, перебивают, а порой и демонстративно игнорируют. Стоит ли удивляться, что разными формами глоссофобии, или речевой тревоги, страдают

сотни тысяч людей. Есть даже такие, которые из-за волнения не могут произнести обычный тост за праздничным столом.

И вот появляется такая работа, где один человек набирает номер телефона другого незнакомого ему человека и за несколько минут общения что-то ему продает.

Сколько эмоций переживает этот звонящий человек: «А вдруг меня пошлют?», «А если я не смогу ответить на вопрос клиента?», «А что я скажу, если он спросит, откуда у меня его номер?», и много подобных мыслей и страхов. Это все нормально. Мы не видим друг друга по телефону, заранее не предупреждали о своем звонке (вопрос отдельный — а это было бы на пользу или нет?), поэтому вполне естественно, что мы ждем любой реакции клиента. И самой важной задачей становится научиться понимать и слушать своего собеседника, его интонационные подсказки, чтобы влиять на положительный результат диалога.

Мы живем в социуме, и каждому из нас в общении просто необходимо владеть психологическими знаниями и навыками коммуникаций.

Причина сложности работы по телефону банально проста — нас никто не учил правильному общению, потому что все считали, что говорить мы умеем с детства.

Радостные ответы из опыта.

После очередного отказа клиента и десятка брошенных трубок сегодня вы вдруг начинаете понимать, что здесь что-то не так, надо что-то поменять. Наверняка есть выход! Ведь люди все равно покупают не самые лучшие продукты и услуги, и почему-то они это делают!

Может быть, это я не умею с ними общаться? Я не умею вызывать доверие и они не слышат выгоды моего предложения? Значит, в эти самые дорогие первые секунды общения мне важно КАК-ТО по-другому говорить с людьми, наладить контакт?!

Наши привычные в повседневной жизни навыки общения в телемаркетинге, оказывается, не работают, не приводят к желаемому результату. Кто из вас задумывался, что надо элементарно поменять стиль общения, поработать над своим голосом, понять истинное значение слов, которыми мы до сих пор пользовались?!

Мои клиенты своими постоянными «подсказками» заставляли меня снова и снова анализировать, что со мной НЕ ТАК, что и как мне говорить. На каждое свое слово я жду реакции клиента, внимательно ее слушаю и меняюсь, чтобы сейчас человеку было со мной интересно и приятно общаться. Эти маленькие опыты над стилем общения все больше и больше убеждали меня в том, что моя работа — это мое мастерство общения. И так за годы моего каждодневного общения я из ремесленника становилась мастером.

По моему мнению, сейчас мало кто думает, что стиль общения по телефону с клиентом — это самое важное в нашей профессии. И от умения вести диалог с клиентом зависит результат звонка. Конечно, сотрудникам КЦ предстоит кропотливая и ежедневная работа над тем, чтобы изменить годами выработанную манеру общения, привыкнуть к новым словам. А между тем руководителям некогда ждать, поэтому и стало популярным «нанимать» роботов, которые, по мнению начальства, быстрее обучаются. Вот и выходит, что вместо того, чтобы учиться правильным коммуникациям, большинство менеджеров принимают решение «обманывать» или манипулировать клиентами или звонить им с разных номеров. Процент дозвона за последнее время уменьшился в два раза, по этой причине все ищут «лазейки», для того чтобы клиент захотел говорить.

В эпоху цифровизации мы совсем забыли, что ценности и правила общения никуда не исчезли. Вот и получается, что на роботов у клиентов «аллергия», на «живых» операторов — раздражение. А кому из вас хочется слышать недовольного клиента?! Конечно, никому! Что делать-то?

Мой личный опыт в исходящих звонках более 14 лет. Конечно, я не всегда была оператором. Я меняла места работы, и всегда, даже когда шла на позицию руководителя телемаркетинга, начинала этот путь с первой ступени — с телемаркетолога. И даже когда была руководителем, продолжала делать звонки, чтобы не потерять свою экспертность, чтобы чувствовать клиента