

Основи продажів. Ефективна комунікація

Неля Малюта

ОЗНАЙОМЧИЙ ФРАГМЕНТ

© Видавництво «Наш Формат». Усі права застережено.
Фрагмент надано для ознайомлення. Повна книжка — nashaknyga.com.ua

Час від часу я набираюся зухвалості писати передмови / післямови до книжок, які видає «Наш Формат». А в деяких (дуже рідкісних) випадках навіть втручаюся в процес редагування. Зазвичай роблю це, лише коли автор і текст мені не байдужі й — важливо! — мені здається (або справді так є), що я розбираюся в предметі того, що коментую.

Книжка «Основи продажів» — один з небагатьох проєктів «НФ», у який я був залучений від перших комунікацій з авторкою і до написання цієї передмови, тому що тема продажів мені надзвичайно близька. Бо продажі є одним з надважливих і захопливих складників мого життя. Саме вроджена схильність і спроможність продавати свої продукти та послуги давали мені змогу поставати з попелу бізнес-катастроф і будувати нові успішні проєкти на згарищі попередніх історій.

Скромно (а може, й ні) вважаю, що генетично і за збігом обставин я є не найгіршим в історії людства продавцем, бо успішно продавав кросівки, черепах, картоплю, декоративні рослини, реагенти і лабораторне обладнання, футболки, постери, R&D послуги, діагностичні набори і навіть книжки в усіх можливих форматах:)

Компанії, побудовані мною або за моєї участі «з нуля» (не приватизовані й не успадковані — що важливо), виробили / продали товарів та послуг більш ніж на два мільярди доларів і успішно продовжують працювати. Так, я робив грубі, деколи фатальні для компаній помилки, зумовлені тим, що власного досвіду продажів набував емпірично, методом спроб.

Моє покоління вчилася продажів у лобових атаках, без теоретичної підготовки та проходження курсу молодого бійця. Компаній, які були засновані в період тектонічних змін на пострадянському просторі і які вижили в конкурентних війнах та працюють дотепер, залишилося небагато. Більшість — тільки у

спогадах, не останньою чергою через те, що їхні засновники й топменеджмент покладалися лише на власну інтуїцію, працездатність, драйв, схильність до ризику і не прочитали базових для успішного бізнесу книжок з основ маркетингу, менеджменту, фінансів, командного лідерства і — що дуже важливо — організації та контролю продажів.

На це були й об'єктивні причини: на той час подібної літератури українською мовою не видавали взагалі, книжки російською (якою тоді говорила й читала тотальна більшість наших підприємців) з'являлися з великим запізненням після світових релізів.

Сьогодні ситуація набагато краща, але, на мій погляд, українському бізнесу, як і раніше, бракує книжок з продажів не так про досвід світових транснаціональних корпорацій чи автобіографічних історій про торгівлю горілкою, побутовою технікою і тренінгами, як про ефективну організацію продажів у компанії. Книжок, які інформативно, зрозуміло і без «води» на сотні сторінок (що дратує мене навіть у книжках світових гуру бізнес-літератури) пояснили б, як будувати комунікацію з клієнтом, щоб таке спілкування завершилося продажем. З конкретними прикладами, як рухатись лійкою продажів, презентувати вашу пропозицію, опрацьовувати заперечення, боротися з ігноруванням, на чому акцентувати і чого не робити.

Ця книжка з'явилася в портфелі «Нашого Формату» завдяки щасливому збігу обставин: я інколи перевіряю редакційну пошту, на яку падають сотні заявок від українських авторів. Зазвичай це або непрофільна для нас література, або лютий треш, серед якого деколи (вкрай нечасто) зустрічається матеріал, який можна розглянути до видання. Заявка Нелі Малюти привернула мою увагу під час чергової Ctrl + Del сесії із зачистки авторських пропозицій, що не встигли отримати безжальної відповіді від спеціально навчених і загартованих працівників «НФ». «Основи продажів...

Хотів би я прочитати таку книжку на початку своїх перших стартапів», — подумав я, відповів авторці й, упевнений, не помилився.

Сьогодні це одна з небагатьох українських бізнес-книжок, яку я прочитав до кінця не лише із задоволенням, а й із практичною користю для себе. Ба більше, я витратив купу часу на участь у редагуванні рукопису та дискусіях (деколи запеклих) з авторкою і дуже вдячний їй за плідну співпрацю, адекватне сприйняття критики та конструктивну реакцію на поради і пропозиції. Саме тому можу не просто впевнено, а наполегливо рекомендувати її як обов'язкову для читання тим, хто хоче ефективно продавати: керівникам відділів продажів і маркетингу, власникам бізнесів та фрилансерам.

Завдяки цій книжці продажі перестануть для вас базуватися лише на власному досвіді та інтуїції. Ви зможете формалізувати послідовність взаємодії з клієнтом, прописати чіткі робочі інструкції, а також оптимізувати інструменти контролю та мотивації своїх продавців. Не маю сумніву, що читання «Основ продажів» буде не тільки захопливим, а й корисним для вас і вашої команди.

Щиро

Владислав Кириченко,

СЕО «Нашого Формату»

...

Далі — у повній книжці «Основи продажів. Ефективна комунікація».

nashaknyga.com.ua