

# ТАЩИ ЗА ХВОСТ УДАЧУ

**Обстоятельства сложились так, что в 15 лет она стала единственным кормильцем в семье для мамы и грудного братишки. Начала подрабатывать на рынке, потом привлекала в свой "бизнес" других девчонок. Не прошло и года, а у нее уже были свои наемные работники. Сейчас ей чуть за 30. По диплому она - психолог. А по жизни - профессиональный продавец с высоким уровнем IQ и разноплановым опытом работы в торговле.**

## ПСИХОЛОГ В ТОРГОВЛЕ

**Наталья Пахомова продажи рассматривает не узко рыночно, а широко и объемно:**

- Трехлетний ребенок, ревя у стойки с мороженым, торгуется за порцию лакомства. Он словно проверяет маму на ее расположенность к позиции "холодно-горячо или можно-нельзя", тут же прощупывает ее по согласию на скидки. Купишь порцию за слезы или потребуешь нормального поведения сегодня, выполнения какой-то работы завтра (скажем, самостоятельно одеться на прогулку) и только потом - мороженое. Мама тоже продает свою идею малышу. Ей нужна уравновешенность карапуза и отсутствие концертов на улице, а также его желание хоть немного потрудиться для своего собственного развития дома. Кто кому продает свою идею первым, зависит от характеров обоих, а также от четкого осознания мамы "что такое хорошо и что такое плохо". Здесь и сейчас женщине может показаться, что важнее успокоить малыша и создать ему максимальный комфорт (купить желаемое). В перспективе же важнее, чтобы ребенок научился адекватно вести себя в обществе (а сейчас просто не обращать никакого

внимания на его концерт), а также чтобы понимал, что любые вознаграждения в жизни даются не просто так, а за конкретные дела или поступки.

Психологически оценивая любые отношения в жизни с точки зрения "продаю-покупаю", Наталья Александровна и в свои чисто торговые принципы привнесла очень много общечеловеческих ценностей. Будучи торговым представителем, она выбрала для себя одну компанию, которую очень хотела склонить к длительному и плодотворному партнерству. Пришла первый раз, показала товар. "Дорого, - сказали ей. - Невыгодно". Во второй раз она познакомилась с продавцами, внимательнее осматрелась в офисе и магазине, мысленно составила себе портрет компании. Кстати, Наталья Александровна убеждена в важности данного негласного осмотра. Ведь будущему партнеру ты доверяешь частичку своего бизнеса, а иногда и деньги (при отпуске товара под реализацию). В третий раз Наташа познакомилась с грузчиками, в четвертый - с директором. Чуть позже был чай с тортом за счет Натальи.

И началась работа. Первая отгрузка была под реализацию (отношения уже дружеские, но директор еще осторожничает - вдруг товар не пойдет). Через пару дней звонок продавцам: "Реализация на нуле? Проговаривайте покупателю определенный алгоритм (дается заранее), побуждайте его к продажам. Через две недели Восьмое марта, с меня хороший подарок лучшим "продажникам". Удивительно, но перспектива презента сработала безотказно. Накануне праздника звонят уже продавцы: "Где наши подарки? Когда будет новый завод?".

## КРОМЕ СТА РУБЛЕЙ ИМЕЙ...

Наташа любит притчу: "Снежная зима. Соседские дома с участками. Один сосед встал рано утром, почистил

снег. Глядь, а за забором - чистая дорожка. Назавтра встал на 2 часа раньше, снег почистил - у соседа опять чистая тропка. Поздним вечером пошел махать лопатой, но у соседа вновь чисто. Спрашивает тогда сосед соседа: "Ты когда снег чистишь?". И получает ответ: "Никогда. Ко мне друзья ходят, натаптывают тропу". Этой поучительной притчей Наталья всегда начинает разговор с молодыми торговыми представителями, которые приходят к ней за советом. Кстати, во Владивостоке она организовала Школу торговых представителей, в которой делится своим многолетним опытом.

Значение дружеских связей в любой профессии важно, в торговом деле - неопределимо. Речь даже не идет о "дружбе" с руководителями компаний госслужбы или муниципалитета. Важно уметь выстраивать взаимовыгодные и приветливые отношения с партнерами и клиентами.

Почему, скажем, для дистрибьютора Паши у директора магазина тети Маши всегда готова наличка для расчета, и остатки по неходовому товару тетя Маша возьмет (хоть и поворчит немного), и скидки не так рьяно отжимает, как у других дистрибьюторов? Просто Паша - лучший друг тети Маши. На 8 Марта он всегда подарит цветы, на день рождения - подарок, любимой кошке срочно достанет редкие лекарства, а если в дороге проколется колесо, Паша постарается побыстрее приехать к месту ЧП и реально помочь тете Маше.

И когда Паша уволится из компании, тетя Маша тут же заявит его преемнику: "Не идет, милоч, твой товар. Отказываюсь я с тобой работать". Умный преемник выяснит, чем таким интересным Паша взял тетю Машу, и предложит ей больше услуг.

Понятное дело, если у Паши 50-60 постоянных то-



чек по развозу товара, всем "тетям Машам" он не сможет оказывать услуги по ранжиру "суперсервис". Всегда есть 8-10 основных точек, которые дают не менее 80% товарооборота. Вот к их владельцам и сотрудникам и нужно проявлять повышенное внимание.

## ГЛАВНОЕ - ЛЮДЕЙ ПОНИМАТЬ

Кто сказал, что торговый работник - не психолог? При современном состоянии рынка и постоянно увеличивающейся конкуренции умение позитивно общаться с клиентом, заранее предугадывать и понимать его желания - главное в профессии торгового работника.

Как-то Наталья присмотрела себе эффективного торгового представителя. Он в то время продавал пельмени и молоко, а Наташе нужен был дистрибьютор на бытовую химию. Убедила парня в том, что маржа на химии выгоднее (50 руб. против 2). Предложила более интересные условия. Парень согласился, сейчас он один из лучших дистрибьюторов.

Но были и профессиональные промахи. "Работал у нас торговый представитель от Бога, - вспоминает Наталья. - Одновременно мог продавать красную икру и красную рыбу,

асфальт, бытовую химию и много еще чего. Как-то пришел он ко мне и в шутку сказал, что ему срочно нужны крупные деньги. Я тоже пошутитела - кому они не нужны? А через неделю парень ... уволился. Никакие уговоры не помогли. Позже я много раз анализировала эту ситуацию. Мне нужно было сесть рядом с человеком и проговорить вместе, как он может за короткий срок заработать нужную сумму".

Ежедневно удерживать продажи на одном уровне, а тем более постоянно наращивать их объем очень сложно. Владелец бизнеса не может постоянно стоять за прилавком, работников же необходимо без конца шевелить и стимулировать на развитие.

Однажды Наталью Александровну пригласили в магазин сувениров: "Помогите. Продажи падают, девчата плохо торгуют. Мертвый сезон". Для продавцов провели тренинг, а затем - игру. Условие было простое: любой входящий в магазин должен сделать покупку хотя бы на 10 рублей. Две очаровательные продавщицы кинулись наперегонки общаться с клиентами, рекламировали товар и на лету придумывали идеи, почему нужно купить этот магнитик или вот тот значок. Девчонки так увлеклись игрой, что вечером заявили: "Никогда не думали, что торговля - такое захватывающее дело". Хозяйка же магазина поняла, что ей нужно думать не об увеличении объема продаж, а о еще одном креативном продавце.

"Тащить удачу за хвост из глубин своего мозга" - дело очень благодарное. Ведь построить свою судьбу самостоятельно всегда интересно. С советских времен торговля (торгашество) считается делом особенным. Если про интеллект, то, говорили, это точно не к посланникам Гермеса. А если же про шикарную тряпку или телевизор нового поколения - то тогда к ним. В наше время в торговле работают люди любых профессий и регалий - от маркетолога до музыковеда, от уборщицы до профессора. Но в массе своей продавцы, дистрибьюторы, супервайзеры работают просто по накатанной колее.

Наталья Александровна Пахомова - одна из тех, кто в торговле по-настоящему творит. Начала она с обычного продавца на базаре, сегодня - крупный оптовик на российском рынке и педагог для молодежи, пробующей определиться в жизни.

Ольга Шкурят.

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ ОТ НАТАЛЬИ ПАХОМОВОЙ

## НЕСКОЛЬКО ИНТЕРЕСНЫХ ПОДСКАЗОК ИЗ ЛИЧНОГО ОПЫТА

### СОИСКАТЕЛЮ РАБОТЫ

Посланное резюме отметили, и тебя пригласили на собеседование. Не бойся быть максимально активным. Даже если люди прочли резюме, они с удовольствием послушают все с самого начала. Итак, расскажи безводящих вопросов:

Что ты знаешь о компании, в которую пришел на собеседование?

Что ценного в твоём образовании (именно для этой компании)?

Что ценного в твоей прошлой работе (для этой компании)?

Каковы были твои премии и поощрения на прежней работе?

Чего еще хотелось бы получить в виде "поглаживания"?

Как ты представляешь свою будущую работу?

Нарисуй свою будущую работу в таблицах или схемах (с учетом имеющейся о компа-



нии информации). Предложи свое видение ситуации твоим собеседникам.

Вопрос о размере заработной платы задавай обязательно, но в самом конце разговора.

Ни в коем случае не спрашивай "сколько я буду получать или сколько буду зарабатывать". Получать ты хочешь за что? А зарабатывать? Сколько

сможешь или сколько захочешь? Вопрос должен звучать так: "Каким будет размер моей заработной платы? Что я должен делать, чтобы заработная плата была больше? Каковы гарантии?".

Гарантией может выступить одна из предложенных форм договора с четко прописанной базовой ставкой заработной платы и вариантами надбавок

(премий). Речь может идти о договоре:

- на испытательный срок;
- гражданско-правовом;
- трудовом;
- контракте найма.

Анализ принципиальных различий названных форм трудовых отношений можно поискать в интернете.

### ДИСТРИБЬЮТОРУ

Золотое правило - внимание товаровед к твоей презентации может длиться не более 40 минут. Каждую секунду используй максимально эффективно. Представляйся не по имени, а по названию фирмы. Так престижнее. Начинать с четырех самых топовых позиций. Продай их, постепенно пойдешь и все остальное. Нет результата в первую встречу? Придумай, чем можно завлечь потенциального клиента еще и еще раз. Уходя, поинтересуйся, "когда я к вам могу зайти (позвонить) еще раз?".