

# КАЧЕСТВА ПРЕУСПЕВАЮЩЕГО МЕНЕДЖЕРА

*Мария Беленинова,  
Client Service Director Московского филиала PA «Майер»*

*Менеджер, работа которого включает в себя продажи по телефону, должен обладать развитой коммуникабельностью и склонностью к общению — тогда его деятельность будет представлять для него постоянный интерес и мотивировать его на достижение цели. Но какие еще качества должен иметь или развивать в себе тот, кто хочет стать «звездой продаж»?*

Бытует миф о том, что менеджер по продажам — это профессия, которой нет. И что она не требует ни специального образования, ни особых навыков. Нет институтов, где готовят менеджеров по продажам, а требования о высшем образовании воспринимаются как насмешка. Эта профессия не предполагает никакой карьеры, а только переход из одной компании в другую, туда, где зарплата больше и условия лучше. Но это только миф. Менеджер по продажам должен обладать определенным набором качеств и личностных характеристик, из которых и складывается образ человека, профессионально выполняющего данную работу. Другим в этой профессии не место.

Процесс телефонных продаж выстраивается по четко намеченной заранее схеме, которая должна отличаться логикой — именно логичность суждений оператора убеждает клиента. В процессе беседы продавцу важно помнить намеченный план разговора и не уходить от темы. Успешность в продажах также показывают те, кто обладает развитой эрудицией — у них больше шансов найти общую с клиентом тему для разговора, чтобы установить контакт. Все вышеперечисленные качества — вербальный интеллект, общая осведомленность (эрудиция), способность к суждению — входят в блок интеллектуальных способностей.

С интеллектом также связаны и два других качества, которые не-

обходимы оператору телефонных продаж — способность быстро принимать решения и интеллектуальная лабильность. Благодаря наличию последней оператор может быстро менять привычную схему разговора, подстраиваясь под особенности клиента и его ответы.

В процессе телефонной беседы оператору также понадобятся развитые внимание и память. Избирательность внимания позволит ему мысленно сосредоточиться на важных деталях разговора, переключаемость внимания — быстро менять тему и подстраиваться под потребности клиента. Также важен высокий объем внимания. Быстрый анализ ответов клиента и использование их в последующей беседе обеспечивается развитой



### МАРИЯ БЕЛЕНИНОВА

Мария начала свою карьеру в рекламе в 2005 году с должности Account Executive в международном сетевом рекламном агентстве. В 2006 году на этапе начала бурного роста агентства Intelligence присоединилась к команде его единомышленников. С 2008 года возглавила один из отделов по работе с Клиентами. С осени 2009 года занимает позицию Client Service Director в рекламном агентстве Майер. Профессиональный опыт Марии в области рекламы включает бренды таких компаний как Ферреро, BSGV, Шеринг Плау, ЮСБ, АКБ Союз и др.

оперативной памятью менеджера по продажам.

Успешность в целом зависит и от широкого спектра личностных качеств, помогающих достигать поставленных целей. В число профессионально важных черт попадают:

- решительность;
- уверенность в себе и адекватная самооценка (все три качества обеспечивают здоровую настойчивость, необходимую в процессе продаж);
- неконформизм (умение не поддаваться внушениям и убеждениям клиента);
- эмоциональная устойчивость (умение сохранять хладнокровие в ответ на грубость, хамство со стороны собеседника);
- стрессоустойчивость (она позволяет сохранять работоспособность в условиях резких изменений, неожиданных высказываний собеседника, длинного трудового дня с большим количеством телефонных переговоров).

У обладателя данного «букета» и умение убеждать клиента должно быть на высоком уровне.

Стивен Шиффман выделяет следующие десять отличительных особенностей преуспевающих торговых агентов:

#### **1. Они не такие, как все.**

Если вы решили заняться торговыми операциями, то вы уже от-

личаетесь от всех остальных. Успех в области продаж – состояние необычное, поскольку он предполагает стремление действовать не так, как все. Если вы достигли успеха, то вы не такой, как все. А поскольку вы стремитесь развить его, значит, вас такое положение дел вполне устраивает!

#### **2. Они преданы цели.**

Преуспевающие торговые агенты преданы своим целям, и эти цели у них есть. Вы должны быть преданы не только своим собственным целям, но и целям своей компании. Вы понимаете их? Действительно ли вы понимаете, чего именно пытается достичь ваша компания?

Кроме того, вам придется заботиться и об интересах своих клиентов. Если торговый агент говорит мне, что его волнуют только размеры комиссионных, меня сразу берет сомнение – а интересуется ли этот человек своими клиентами. Если вы сможете помочь им достичь их целей, если вы сможете помочь им лучше выполнять их работу, вы будете только выигрывать.

#### **3. У них есть мотивация.**

Преуспевающие торговые агенты обладают способностью к самомотивации. Они знают, что они должны сделать, и знают, как этого достичь. Как это ни странно, но

роль менеджера по продажам в карьере преуспевающего торгового агента крайне незначительна. Мы с вами и так знаем, что именно мы должны сделать. Мы знаем, что должны делать звонки.

Мы должны стремиться к завершению сделки. Мы знаем, что должны действовать, и подталкивать события. Я очень люблю историю о великом литературном агенте Голливуда по имени Шустрый Лазарь. Настоящее его имя было Ирвинг, но в деловых кругах его называли не иначе как Шустрым. Шустрый Лазарь умер много лет назад. Когда я читал о нем, меня поразило, что каждое утро, просыпаясь, он смотрел на календарь, чтобы вспомнить, что должно произойти в этот день. И если в этот день ничего не должно было случиться, он всякий раз сам создавал это что-то, и оно происходило... до обеда! Это в точности соответствует моим воззрениям – необходимо сделать так, чтобы каждый день до обеда что-то происходило. Договоритесь о деловой встрече. Позвоните куда-нибудь. Не сидите, сложа руки. То, что вы сделаете сегодня, обеспечит вам работу в будущем.

#### **4. Они довольны собой.**

Это означает, что преуспевающие торговые представители очень довольны собой. Они держатся с достоинством, высоко себя ценят

и хорошо знают, что им нужно сделать и как им этого достичь.

#### **5. Они самоотверженны.**

Если вы когда-нибудь смотрели Олимпийские игры или видели преданных своему делу спортсменов, вы, наверное, поняли, какие жертвы приносят эти атлеты. Для того чтобы достичь успеха, они выкладываются полностью каждый день и понимают, что результат того стоит.

#### **6. Они делегируют полномочия.**

Преуспевающие торговые представители понимают также, как сделать то, что им нужно. Они знают, как извлечь максимум пользы из имеющихся ресурсов и людей, работающих на них.

#### **7. Они оптимисты.**

Преуспевающие торговые представители являются составной частью решения, а не проблемы. Проблему найти нетрудно. Это может сделать кто угодно. И все же я готов поспорить, что в жизни нам запоминается именно тот человек, которого мы считаем своим наставником (будь это ваш отец, мать, дедушка, тренер или преподаватель в колледже), тот, кто помогал вам находить решения.

У преуспевающих людей есть вера. Они верят в то, что любая сложнейшая задача может быть выполнена. И не просто верят, а воплощают эту веру в жизнь.

#### **8. Они энтузиасты.**

Я определенно люблю свою работу. Я говорю вам об этом потому, что хочу, чтобы вы были энтузиастами в повседневной жизни. Каждый день вы должны воспринимать, как день своей первой сделки. Помните, как она проходила? Помните тревогу, нервное напряжение, пульсирующий в жилах адреналин? Это было что-то! Пусть

это захватывающее чувство будет с вами каждый день!

#### **9. Они живут вне пиковых ситуаций.**

Преуспевающие торговые агенты не выезжают на шоссе в половине девятого утра, не стоят в дорожных пробках. Они едут либо раньше, либо позже всех. Они не едут тогда, когда едут все остальные.

Они постоянно обдумывают имеющиеся варианты. В полдень они не стоят в очереди в ресторан. Они ходят на обед либо раньше, либо позже всех. Они не похожи на женщину, о которой я недавно слышал, — эта мадам полтора часа простояла в очереди, чтобы... пожаловаться на очереди!

#### **10. Они последовательны и настойчивы.**

Преуспевающие торговые представители умеют концентрировать внимание на главном и обладают внутренней дисциплиной, позволяющей им осуществлять проекты и не испытывать скуки. Они не терпят непостоянства. Они вырабатывают план и строго ему следуют.

Стивен Шиффман особенно подчеркивает, что три самых важных слова для торгового агента сегодня — это одержимость, использование и исполнение.

#### **Одержимость**

Вы должны быть одержимы тем, что вы делаете. Вы должны стремиться думать о своей работе 7 дней в неделю, 24 часа в сутки.

#### **Использование**

Одержимость без дисциплины порождает хаос. Если вы недостаточно дисциплинированы для того, чтобы сконцентрироваться на работе, обзванивать клиентов, продвигать все необходимое для достижения ваших целей, вы не сможете добиться успеха. Успешен

тот, кто умеет использовать все, до чего может дотянуться. Итак, чтобы достичь успеха, возьмите на вооружение все материалы, все, что вы прочитали здесь, и используйте это по максимуму.

#### **Исполнение**

И, наконец, мы добрались до исполнения. Вам необходимо делать это. Вы должны осуществлять свой план. Вы должны выполнить свою работу. Если вы ее не сделаете, об успехе можете забыть.

## **ЭНЕРГЕТИКА И ПРОФЕССИОНАЛИЗМ**

Менеджер должен быть принципиален во всех вопросах, уметь противостоять давлению как «сверху», так и «снизу», последовательно и твердо стоять на своем, не скрывать своих взглядов, защищать до конца те ценности, которые он исповедует, и помогать обрести эти ценности другим, посредством личного примера, а не морализирования, твердо держать данное слово.

Работа менеджера чрезвычайно тяжела, и поэтому одним из его важнейших личных качеств должно быть хорошее здоровье, которое помогает быть энергичным и жизнестойким, мужественно переносить удары судьбы, успешно справляться со стрессами. Для поддержания хорошего физического здоровья нужны постоянные тренировки, сбалансированные нагрузки, предполагающие смену видов деятельности — ведь отдых не в безделье, а в переключении на другую работу. Силы и энергию необходимо поэтому рационально распределять между всеми своими делами, чтобы в каждом добиться успеха, но нельзя приучать себя к постоянным, стабильным нагрузкам и время от времени разрушать

привычные образцы действий, ибо, когда потребуются рывок, разомлевший руководитель на него уже не будет способен.

Однако одного физического здоровья менеджеру недостаточно. Он должен быть еще и эмоционально здоровым человеком, иначе просто не выдержит всех сваливающихся на его голову перегрузок.

Поэтому нужно заранее формировать у себя положительные эмоции: сопереживание, делающее человека гуманным; волнение, стимулирующее активность; заинтересованность и любознательность, помогающие продвигаться вперед и осваивать новые сферы деятельности; уверенность, придающую солидность.

Принятие управленческих решений требует от менеджеров не только квалификации, но и эмоциональной зрелости, которая выражается в умении и готовности идти навстречу острым ситуациям, успешно справляться с ними, не делать переживаемой трагедии из поражений, неминуемых на жизненном пути любого менеджера.

Современный менеджер должен активно бороться с собственными недостатками, формировать у себя положительное отношение к жизни и работе, создавать «здоровое» окружение путем выдвижения и обучения людей, раскрытия их способностей и талантов, при этом не нужно опасаться потерять авторитет — в большинстве случаев сотрудники за такое отношение к ним платят, наоборот, признанием и благодарностью.

Другая группа качеств, необходимых любому менеджеру, — профессиональные. Это компетентность, т. е. система необходимых для работы знаний и практических навыков. Она бывает специальной и управленческой. Это

## РАБОТА МЕНЕДЖЕРА ЧРЕЗВЫЧАЙНО ТЯЖЕЛА, И ПОЭТОМУ ОДНИМ ИЗ ЕГО ВАЖНЕЙШИХ ЛИЧНЫХ КАЧЕСТВ ДОЛЖНО БЫТЬ ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ.

культура — общая, техническая, экономическая, правовая, информационная, психолого-педагогическая. Важен и ряд других моментов. Прежде всего, современного менеджера отличает хорошее знание действительности как внутренней, так и внешней, понимание целей фирмы и своего подразделения, умение видеть проблемы, выделять в них наиболее существенные стороны, быть восприимчивым к новизне и изменениям. Это невозможно без обладания умственными способностями выше среднего уровня, умения анализировать ситуацию, создавать и критически оценивать различные планы и программы, принимать решения, брать на себя ответственность за их выполнение, много и упорно работать для этого, быть энергичным и решительным.

Однако менеджер должен быть не только хорошо подготовленной и высокообразованной, но еще и творческой личностью.

От него требуется не только верить в свои творческие способности, но и ценить такие способности в других, уметь их мобилизовать и использовать, преодолевая все встречающиеся на пути препятствия. Для этого необходимо быть настойчивым, испытывать потребности в переменах, уметь порывать с традициями, воспринимать новые идеи и новаторские решения, систематически ими пользоваться. Творческий менеджер обычно работает с группами,

применяя метод мозговой атаки, поощряет свободное выражение эмоций и идей и непрестанно учится, в том числе и на собственных ошибках.

Творчество немисливо без способности находить информацию и делиться ею с подчиненными; прислушиваться к окружающим, независимо от того, кто они; держать себя откровенно с коллегами; добиваться обратных связей; не отгораживаться от того, что угрожает устоявшимся взглядам на мир, ставя при этом все под сомнение; понимать позицию других; везде находить людей, представляющих хоть какой-то интерес для фирмы.

Но наиболее важно для менеджера схватывать все налету, увязывать вновь приобретаемые знания со старыми, обладать умением и способностью учиться как на работе, так и вне ее, повышая компетентность, но избегая при этом однобокой специализации. Учеба обычно начинается с момента вступления в должность и никогда не прекращается.

Очередной группой качеств менеджера, определяющих его, собственно говоря, как профессионала, являются организаторские, а также деловые качества. Они отражают уровень организаторской культуры менеджера, владение технологией управленческой работы: подбором, расстановкой и использованием кадров, выработкой норм, нормативов и регламентов, личных планов и планов дея-

### КАЧЕСТВА ХОРОШЕГО ПЕРЕГОВОРЩИКА

1. *Способность собирать необходимую информацию во время разговора и анализировать ее.*
2. *Способность быстро ориентироваться в ситуации.*
3. *Хорошо развитые способности слушать собеседника, а также четко и внятно излагать свои мысли.*
4. *Способность ставить цель переговоров для себя перед их началом и удерживать ее во время всего ведения переговоров.*
5. *Настрой на сотрудничество и поиск взаимовыгодных вариантов.*
6. *Психологическая подготовка в виде понимания себя и наблюдение за поведением и состоянием собеседника.*
7. *Способность оказывать влияние на ход переговоров.*
8. *Умение задавать различные вопросы в ходе беседы.*
9. *Способность вызывать доверие и симпатию у собеседника.*

тельности подразделений, служб, оперативных планов и планов-графиков проведения мероприятий, доведением заданий до исполнителей инструктажем, распорядительством, контролем.

К организаторским качествам нужно отнести, прежде всего, целеустремленность. Характер современной жизни требует от менеджера ясных и обоснованных целей. Без них он может испытывать недостаток твердости и решимости, упускать хорошие возможности, тратить время на пустяки. Поскольку в мире все меняется, чтобы удержаться на плаву, менеджер должен эти цели корректировать. Но целеустремленность заключается не только в том, чтобы цели устанавливать, а чтобы упорно к ним стремиться. Это и отличает менеджера от остальных работников.

Другим организаторским качеством, которое должно быть присуще менеджеру, является деловитость. Она заключается в умении четко и своевременно ставить задачи, принимать обоснованные решения, контролировать их исполнение, быть оперативным и распорядительным в действиях и поступках.

Важным организаторским качеством менеджера является энергичность, т. е. способность заражать людей уверенностью, стремлением действовать путем логического внушения, личного примера, собственного оптимизма.

Менеджеру должна быть присуща дисциплина и контроль над собой. Без этого он не сможет ни призвать к порядку других, ни контролировать их деятельность. Поэтому менеджер должен следить за своими чувствами и настроением, изучать эмоции других, чтобы найти подход к их поведению, а также контролировать дисциплину подчиненных.

Отличительной чертой менеджера должна быть повышенная работоспособность, умение трудиться напряженно, не принося себя в жертву и не становясь «работоманом» (в передовых компаниях считается дурным тоном для высших руководителей задерживаться в офисе после окончания трудового дня или брать работу на дом).

Силы нужно беречь для главного, не растрчивать их попустому, уметь отдыхать, в том числе и во время командировок. Менеджер должен быть коммуникабель-

ным, контактным, т. е. общительным, направленным на внешний мир, проявляющим интерес к окружающим. Он должен уметь располагать к себе людей, слушать и понимать их, убеждать в своей правоте.

Важная черта менеджера — реализм. Он должен уметь правильно оценить свои возможности и возможности подчиненных, их поступки, не витать в облаках, тогда не так больно будет падать при неудаче.

Хороший менеджер характеризуется здоровым оптимизмом и уверенностью.

### ВЛАДЕНИЕ ИСКУССТВОМ УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

То, что мы говорим и пишем и как это делаем, во многом определяет успех в достижении поставленной цели. Конкретность, логичность и убедительность речи являются обязательными условиями любого делового общения. Речь — центральный элемент личного имиджа, поскольку воспринимается в совокупности с манерой излагаться. Это дает основание заключить, что речь как важнейший компонент личности любого человека является одной из основных составляющих делового имиджа современного предпринимателя.

Манера говорить, присущая человеку, является столь же действенным средством его идентификации, как и отпечатки пальцев, которые позволяют судить об их принадлежности тому или иному лицу.

Индивидуальная манера говорить свидетельствует, прежде всего, о наличии у бизнесмена следующих двух качеств, характеризующих его как личность. Первое из них — это степень его самоутверж-

денности, т. е. насколько уверенно он себя чувствует, насколько в нем сильно развито чувство собственной правоты. Второе, наоборот, — степень его неуверенности в себе. Критериями оценки служат определенные выражения, а также частота их повторения. Так, слова, служащие для выражения некой неопределенности («в известной степени», «как-нибудь», «я бы сказал», «вообще» и т. д.), выдают неуверенность. Речь уверенного в себе человека изобилует словами: «разумеется», «именно так», «конечно», «великолепно», «правильно» и т. п.

Существуют и другие часто употребляемые слова, делающие манеру говорить вашей отличительной особенностью. Конечно, подходить к анализу характера вашей речи надо во взаимосвязи всех ее свойств. То, что вы говорите, должно быть обосновано и иметь смысл, т. е. быть взаимосвязанным и понятным.

Бизнесменам и менеджерам надо всячески стремиться избегать менторского тона при общении, а также остерегаться, чтобы с профессиональными успехами у них в голосе не появились поучительно-назидательные нотки. Никакого проявления своего интеллектуального превосходства над людьми, игнорирования их реакции на излагаемую информацию.

Итак, чтобы речь была хорошей, нужно использовать следующие рекомендации:

- акцентируйте важные слова и подчиняйте им неважные;
- меняйте тон голоса — он должен то повышаться, то понижаться (внезапное повышение или понижение тона голоса выделяет слово или фразу на общем фоне);
- меняйте темп речи — это придает ей выразительность;

- делайте паузу до и после важных мыслей.

## ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ

Менеджер по продажам всегда должен видеть цель и делать все, чтобы приблизиться к ней и превзойти ее. Она отражает то, ради чего предприниматель действует. Цель мобилизует его способности, знания и опыт. Поэтому, чтобы произвести впечатление человека, уверенного в себе, а также в своем деле, пользоваться должной репутацией среди окружающих, надо иметь перед собой определенную, четко осознаваемую цель.

Цель — это обязательное действие, она — мощный побудительный мотив любой деятельности. Если человек поставил перед собой конкретную цель, то вследствие этого возникает такое состояние напряжения всех душевных и физических сил, которое выступает как основной стимул до тех пор, пока человек этой цели не достигнет.

Постановка цели означает ориентацию и концентрацию наших сил и активности на том, что должно быть достигнуто. Таким образом, цель предвосхищает конечный результат, т. е. она означает не то, что вы делаете, а то, для чего вы делаете.

Процесс постановки целей проходит три последовательные фазы:

1. Нахождение цели («чего я хочу?»).
2. Ситуационный анализ («что я могу?»).
3. Формулировка цели («к чему я конкретно приступаю»).

Таким образом, сначала надо обеспечить ясность цели и выразить, что вы конкретно хотите достичь. Ситуационный анализ в личной и профессиональной сферах представляет собой рассмотрение

личных ресурсов (т. е. средств для достижения цели). Формулировать цель следует в очень простых выражениях, желательно четко и кратко, причем так, чтобы потом можно было однозначно определить, достигнут ли успех или нет.

## СОЗДАНИЕ ХОРОШЕГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ О СЕБЕ

Успешный менеджер должен обладать способностью располагать к себе людей. Чтобы произвести в процессе делового общения хорошее впечатление, необходимо помнить о соблюдении общепринятых в таком деле правил поведения. Их суть в самом общем виде заключается в наборе приводимых ниже рекомендаций.

Прежде всего, надо вести себя естественно. Лучший способ испортить первое впечатление о себе — быть напряженным и скованным. Но не годится и повышенная раскованность и, тем более, фамильярность. Не следует также напускать на себя вид очень серьезного, занятого важными делами человека. В этом случае окружающие очень быстро распознают фальшь в вашем поведении.

Чтобы расположить к себе собеседника или партнера по переговорам, ни при каких обстоятельствах не стоит стремиться к достижению односторонних выгод для себя. Заметив возможность такого исхода, вы даже можете сказать об этом партнеру. Тот, кто ищет для себя слишком большую выгоду, рискует попасть в разряд малоинтересных партнеров для последующих переговоров. Поэтому прежде всего нужно заинтересовать собеседника своим предложением. Нужно так повести разговор, чтобы партнер сам высказал всю интересующую вас информацию. Для этого надо попробовать

## ЦЕЛЬ - ЭТО ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ ДЕЙСТВИЕ, ОНА - МОЩНЫЙ ПОБУДИТЕЛЬНЫЙ МОТИВ ЛЮБОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

посмотреть на вещи его глазами. В самом начале разговора отдельными фразами, как бы вскользь, следует начать внушать партнеру сознание или его собственной значимости, или авторитета фирмы, которую он представляет. Но делать это нужно искренне, не сбиваться на дешевые комплементы. И тогда его расположение будет обеспечено. Объяснять действенность этого приема не нужно. Дело в том, что глубочайшим стремлением, присущим человеческой природе, является желание быть значительным. Каждый из нас страстно стремится быть оцененным по достоинству. Это один из важнейших законов человеческого поведения.

Действительно, почти каждый встречающийся нам человек считает себя в каком-то отношении выше, и верный путь к его сердцу ненавязчиво дать ему понять, что его значимость признана и что это признание искренне.

Таким образом, чтобы стать хорошим собеседником и сразу завоевать расположение делового партнера, необходимо, прежде всего, внушить ему сознание собственной значимости, а это сможет сделать только уверенный в себе и своих силах человек.

Чтобы произвести первое хорошее впечатление, надо как можно быстрее сориентироваться в обстановке и в людях, вас окружающих. Это приведет к формированию у них достаточно устойчивых

впечатлений, которые долго не исчезают.

Дальнейшая техника создания хорошего впечатления о себе у окружающих требует выполнения следующих действий.

**1. Нужно постоянно выказывать искренний интерес к другим людям.** Демонстрация такого интереса — лучший способ произвести хорошее впечатление. Следует, однако, помнить, что самое опасное — это перейти границы искренности и превратиться в льстеца. Такое происходит, когда, пытаясь произвести впечатление, человек в своих словах начинает преследовать очевидные цели. В этом случае фальшь становится заметной мгновенно. Сдержанность и такт особенно важны при общении с начальником или подчиненным.

**2. Поддерживать моменты общности.** Отношения лучше строить на тех интересах и привязанностях, которые являются общими, т. е. объединяют.

**3. Выражать искреннее одобрение.** Все люди любят, когда их хвалят. Во всех ситуациях надо найти, за что похвалить собеседника — за знания, умения, внешний вид, состояние кабинета или дома, личные качества друзей или родных. Замечайте в первую очередь все то, что всем нравится в людях и в их поведении. Говорите об их достоинствах. Может быть, эти

достоинства еще в зачатке, но человек хочет оправдать ваши ожидания и «закрепить» эти достоинства.

**4. Говорить больше комплиментов,** т. е. слов и выражений, содержащих небольшое преувеличение положительных качеств человека, при произнесении которых срывает психологический феномен внушения, вследствие чего человек старается «дорастить» до тех качеств, которые подчеркнуты в комплименте.

Для любого предпринимателя или менеджера располагать к себе партнеров по делу — производственная необходимость.

**5. Стремиться быть хорошим слушателем.** Большинство людей любят, чтобы их слушали, поскольку больше озабочены своими интересами, мыслями и потребностями.

Каждый из нас производит положительное или отрицательное впечатление на людей, с которыми ежедневно говорит по телефону. Во многих случаях оно влияет на мнение звонящего о вашей компании в целом. Каждый день совершается более 500 миллионов звонков. Каждый из них — это ваш шанс улучшить дела. Произвести благоприятное впечатление на телефонного собеседника легко удается тогда, когда мы в хорошем настроении, трудимся с энтузиазмом или слышим по телефону близкий, дружелюбный голос. Ключевым является умение постоянно создавать положительное впечатление о себе, следовательно, и о своей компании. По мнению Д. Мори, автора книги «Искусство телемаркетинга», это требует выработки определенных привычек, которые не должны зависеть от вашего настроения:

**ЧУВСТВУЙТЕ СЕБЯ  
КАК НА СЦЕНЕ**

Актерам приходится играть независимо от того, хороший у них выдался день или плохой. Разумеется, иной раз спектакль удается блестяще, иной раз хуже, но даже наименее удачные постановки должны оставить публику удовлетворенной.

Это относится и к телефонным разговорам. Ваши личные переживания уйдут на задний план и не повлияют на профессиональную манеру поведения, если каждый свой телефонный разговор вы будете рассматривать как актерскую игру.

Какой бы ни была ваша работа, вы знаете, какую роль должны играть: секретарь в приемной / представитель фирмы, менеджер по работе с клиентами / консультант, менеджер по связям с общественностью и т. д. Приучитесь входить в эту роль автоматически, независимо от своих личных переживаний.

**БУДЬТЕ  
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫ**

Последовательность имеет решающее значение при создании и поддержании хорошего впечатления о себе. Производите ли вы отбор по телефону или переадресовку звонков другим сотрудникам фирмы, старайтесь, чтобы ваше приветствие и дальнейшие вопросы были строго последовательны.

**ПУСТЬ ВАС ПОКРИТИКУЮТ**

Попросите друзей или знакомых позвонить вам. Узнайте, какое впечатление вы на них произвели. Можете ли вы улучшить свои ответы? Вопросы, которые задаете? Тон голоса? Грамматику? Спросите, какое в целом впечатление они вынесли из того, что услышали.

**ИСПОЛЬЗУЙТЕ  
РОЛЕВЫЕ МОДЕЛИ**

Если ваша работа предполагает постоянные телефонные разговоры или вы хотите улучшить свой телефонный имидж, найдите ролевую модель. Это может быть коллега или другой телефонный собеседник, очень хорошо владеющий навыками общения. Внимательно слушайте, вникая во все аспекты его умения вести разговор. Изучите его стиль и различные приемы и постарайтесь применить, где это возможно, в своей работе.

**ОТВЕЧАЙТЕ ПО ТЕЛЕФОНУ  
БЫСТРО**

Берите трубку не позже чем после третьего-четвертого сигналов. Быстрота ответа уже действует на собеседника, убеждая его в эффективности вашего бизнеса.

**МИНИМИЗИРУЙТЕ ВРЕМЯ  
ОЖИДАНИЯ**

Для любого, кто звонит по телефону, один из самых неприятных моментов — долгое ожидание. Если вы не можете найти человека, которого просят к телефону или он на другой линии, экономьте звонящему каждую минуту и узнайте, намерен ли он подождать еще или хочет оставить сообщение.

**ДАЙТЕ СОБЕСЕДНИКУ  
ВРЕМЯ НА АДАПТАЦИЮ**

Наши уши очень чувствительны к звуку, и в телефонном разговоре от 10 до 30 секунд уходит на то, чтобы адаптироваться к голосу собеседника. Предоставьте ему возможность приспособиться к вашим голосовым данным прежде, чем приступите к приветствию. Заведите привычку говорить «Доброе утро» или «Добрый день». Это даст собеседнику время приспособиться к вашему голосу прежде, чем вы перейдете к самой важной части приветствия.

Если собеседник не получил этого времени на адаптацию, он может не удержать информацию, которую вы сообщаете. Он может услышать ее, но не усвоить.

**ПРЕДСТАВЬТЕСЬ**

Большинство экспертов по обслуживанию клиентов советует называть свое имя тому, кто звонит. Это показывает готовность помочь. Однако если вы не в состоянии оказать помощь, лучше не называть своего имени: это лишь отнимет время и запутает собеседника.

Если же вы собираетесь отвечать на вопросы или давать дальнейшую информацию, представиться надо обязательно.

Прежде чем назвать свое имя, определитесь, какое обращение вы хотели бы слышать. Если вы стремитесь подчеркнуть свой авторитет, используйте как можно более формальное обращение. Если же вы сообщаете как имя, так и фамилию, больше вероятность, что разговоры примут неофициальный оттенок. Эти приемы — основа для профессиональных телефонных навыков, которые будут обсуждаться в дальнейшем.

**КАК РЕЗЮМЕ**

Человек, занимающийся продажами по телефону, должен обладать рядом таких основных качеств, как:

1. Грамотная речь. Красноречие.
2. Умение быстро ориентироваться в нестандартных ситуациях.
3. Приятный голос и хорошая дикция.
4. Умение убеждать, владение методиками продаж, которые работают не только по телефону, но и при личной встрече.
5. Личная профессиональная уверенность.