

Шесть ключевых ошибок переговорщика.

Основу этой статьи составляет собственный опыт проведения переговоров автором и материал, собранный на тренингах «[Переговоры для бывалых](#)».

Вообще, большинство запросов на участие в тренинге – это запросы на работу с возражениями клиентов. Тем не менее, опыт показывает, что если правильно строить переговоры, количество возражений стремится к нулю.

В этой статье поговорим о том, как предотвратить возражения. Ну, или хотя бы свести их к минимуму.

Итак.

Ошибка №1. Переговоры – это схватка, нужно обязательно победить.

Поставьте себя на место побежденной стороны. Если Вас победили, Вы захотите дальше работать с этой компанией, с этим человеком?

Совет №1. Задумайтесь о долгосрочном взаимовыгодном сотрудничестве.

Если Вы планируете с кем-то работать, а тем более, долго и плодотворно, то и отношения должны быть, если не дружеские, то хотя бы «добрососедские». Уоррен Баффет признавался, что он никогда не заключал сделку с человеком, который ему не нравился.

Ошибка №2: Переговорщик «с порога» начинает продавать товар.

Это самая распространенная ошибка. Порой переговорщик не знает с чего начать, поэтому начинает с самого «главного» (с его точки зрения): сразу начинает рассказывать о своей компании и своем товаре.

А клиенту слушать о других не интересно, ему (и это нормально) больше хочется говорить о себе любимом.

Отдельную касту составляют переговорщики, у которых «на лице написано»: «Сейчас я Вам что-нибудь, но продам!» Такому переговорщику даже возражать не хочется. Хочется сразу же с ним расстаться. Переговоры завершаются очень быстро и безрезультатно.

Совет №2. «Попейте чайку» с клиентом. Проявите к нему искренний интерес.

Именно искренний интерес. Фальшь видна сразу и невооруженным глазом. Если Вы фальшивите, клиент это почувствует и моментально потеряет к Вам интерес.

Попросите клиента налить Вам чаю или кофе. Не нужно стесняться. Это нормально и этично. Расспросите его о чем-нибудь. Поговорите с клиентом о чем-то, что ему интересно, или хотя бы о нейтральных вещах. Расскажите интересную историю, вспомните интересный факт. Сделайте клиенту или его компании комплимент.

Самый простой и нейтральный способ – попросить клиента рассказать о своей компании: «Много слышал и читал о Вашей компании, изучил сайт (кстати, сайт стильный/информативный/ красивый...). Но намного интереснее было бы услышать информацию о планах и перспективах вашей компании из первых уст».

Или: «У нас довольно большой ассортимент. Поэтому, чтобы не рассказывать обо всем, а предложить Вам что-то конкретное, сориентируйте меня, пожалуйста, расскажите о своей компании и текущих потребностях (но только не о ~~проблемах~~)».

Фантазируйте с вопросами, сделайте 2-3 домашние заготовки для завязывания разговора. Это окупится.

Ошибка №3. Я знаю, что...

И переговорщик начинает перечислять все, что он знает о клиенте:

- Я знаю, что вы потребляете ... тонн/км/кубометров в месяц,
- Я знаю, что у вас есть проблемы с доставкой....,
- Я знаю, что ваша компания работает с ...,
- Я знаю, что у вас филиалы в семи городах,
- Я знаю, что ... (вспомните еще примеры).

Так и хочется парировать: «Кто много знает, тот мало живет», со всеми вытекающими для переговорщика последствиями...

Еще хуже, когда переговорщик заявляет: «Я знаю, что вам нужно... (далее идет перечисление, что нужно)». В этом случае возражения просто льются рекой.

Совет №3. Притворитесь «незнайкой», даже если Вы компетентны в вопросе. Попросите клиента научить Вас или хотя бы рассказать что-то новое.

Прочитайте совет №2 еще раз.

Попросите клиента научить Вас чему-нибудь, пусть клиента распирает от гордости за себя. А если возникает внутренний психологический дискомфорт от того, что Вас кто-то чему-то учит, вспомните о цели визита: Вы хотите продемонстрировать собственную значимость или хотите, чтобы клиент у Вас что-нибудь купил?

В конце концов, переговоры, продажи – это игра. Разрешите себе сыграть «незнайку». Это поможет Вам продать.

Например: «О европоддонах (ПВХ, тканях, ригеле...) я могу рассказывать очень долго, но мне хотелось бы услышать, какие нюансы возникают у Вас на производстве (в продажах...). Возможно, есть что-то, о чем наша компания даже не догадывается».

Или: «Мы конечно проводим свои исследования розничных покупателей, но поскольку ваша компания работает непосредственно с розничными клиентами, хотелось бы услышать от Вас более профессиональную оценку покупателей нашей продукции».

Или (главному технологу типографии): «Я хоть и продаю офсетную бумагу, но прекрасно понимаю, что больше и лучше Вас о печати не знает никто. Поделитесь, пожалуйста, последними тенденциями в печати. Может какие-то новые требования к бумаге появляются?»

Ошибка №4. Переговорщик не дает клиенту слова сказать.

Часто это связано со страхом переговорщика, что ему откажут, даже не дав высказаться.

Видно, как клиент набирает в легкие воздух, чтобы сказать что-нибудь, но переговорщик все равно продолжает говорить. И так повторяется несколько раз. В итоге клиенту это надоедает и он «высыпает на голову» переговорщика целую кучу мнимых возражений (см. ошибку №6).

Совет №4. Задайте клиенту открытый¹ вопрос и молчите.

Один из ключевых навыков переговорщика, как ни странно это может показаться, – умение молчать, делать паузу. И вообще, золотое правило продавца: 70% времени говорит клиент, и только 30% времени говорит продавец. Поэтому задайте клиенту открытый вопрос, «зажмите рот рукой» (в переносном смысле) и молчите, пока клиент не закончит говорить.

Например: «Каким производителям (маркам, брендам) Вы отдаете предпочтение и почему? [Пауза]».

Или: «Что предпочитают (любят, ищут) Ваши клиенты? [«Зажмите рот рукой» и молчите, пока клиент не закончит говорить]».

Или: «А что говорят Ваши производственники о сырье, которое мы поставляем? [Пауза]».

Так вы соберете максимум информации, которую будете использовать при обработке истинных возражений.

Ошибка №5. Попытки давать оценку человеку, компании, событию.

Цитаты с тренингов.

— Это хорошо/правильно, что Вы не работаете с ..., потому что ...

— Вы правильно оцениваете состояние рынка.

— Это хорошо, что Вы были на выставке ...

Совет №5. Воспринимайте мир «как есть», проявляйте интерес, выказывайте позитивное отношение.

Большинство из нас живут в дуальном мире: хорошо/плохо, правильно/неправильно, выиграл/проиграл и т.д. Существует третье измерение: как есть.

Тема избитая, и тем не менее.

Вас уволили с работы, вы потеряли доход. Это хорошо или плохо? Через три дня клиент, которому Вы продавали свой товар и с которым у Вас прекрасные отношения, позвонил Вам и пригласил к себе на работу, предложил зарплату на 20% выше. Хорошо или плохо, что Вас уволили? Хорошо или плохо, что Вас взяли на новую работу? Вы выиграли

¹ Закрытый вопрос – это вопрос, на который следует ответ «да» или «нет». Открытый вопрос предполагает развернутый ответ, рассказ клиента.

или проиграли? А если у Вас не сложились отношения в новом коллективе и Вы опять вынуждены искать работу?

Таким потоком оценок можно себя до депрессии или истерики довести. Воспринимайте ситуацию как есть.

Вместо оценочных цитат (см. приведенные выше примеры), используйте нейтральные. А еще лучше соглашайтесь с клиентом.

Нейтральные цитаты.

— Да, я тоже слышал такую информацию о компании ...

— Интересный взгляд на состояние рынка.

— Да, масштабная выставка.

Согласие с клиентом.

— Мне тоже импонирует эта компания.

— Соглашусь с Вашим мнением.

— Интересная выставка, мне она тоже понравилась.

Ошибка №6. Клиент к нам недружелюбен, он в «глухом» блоке.

Прочитайте еще раз ошибки 1-5. Возможно, Вы найдете ответы на вопросы, почему клиенты так себя ведут, почему они закрываются, почему «у них все есть и им ничего не надо».

Клиенты ждут человеческого к себе отношения, и они готовы разговаривать. Это я Вам ответственно заявляю, как снабженец со стажем.

Совет №6. Относитесь спокойно к своим ошибкам и учитесь на них.

Есть и хорошие «новости»: «Человек не совершает ошибок, только когда спит» (Ингвар Кампрад, основатель ИКЕА).

Если перечисленные ошибки случаются и с Вами, распечатайте таблицу 1 (см. ниже), повесьте ее на видном месте. Спокойно работайте над своими ошибками. И скажите жизни спасибо за то, что она позволяет Вам делать ошибки и учиться на них. Любите себя и своих клиентов.

Пройдет совсем немного времени и количество успешных переговоров в Вашей практике заметно возрастет.

Сведем ошибки в таблицу.

№	Ошибка переговорщика	Другой вариант поведения
1	Переговоры – это схватка, нужно обязательно победить	Задумайтесь о долгосрочном взаимовыгодном сотрудничестве
2	Переговорщик «с порога» начинает продавать товар.	«Попейте чайку» с клиентом. Проявите к нему искренний интерес.
3	Я знаю, что...	Притворитесь «незнайкой», даже если Вы компетентны в вопросе. Попросите клиента научить Вас или хотя бы рассказать что-то новое.
4	Переговорщик не дает клиенту слова сказать.	Задайте клиенту открытый вопрос и молчите
5	Попытки давать оценку человеку, компании, событию	Воспринимайте мир «как есть», проявляйте интерес, выказывайте позитивное отношение
6	Клиент к нам недружелюбен, он в «глухом» блоке	Относитесь спокойно к своим ошибкам и учитесь на них

Таблица 1. Сводная таблица ошибок и других вариантов поведения.

Еще один совет.

Не пытайтесь исправить все ошибки сразу. Возьмите в проработку какую-то одну ошибку и отработайте ее, потом другую, потом третью и т.д. Для того чтобы действие вошло в привычку, его нужно повторить в среднем 200 раз (это данные экспериментов).

И помните золотое правило продавца: 70% времени говорит клиент, и только 30% времени говорит продавец.

Больших вам продаж!!!

Владимир Зюзько.

P.S. На тренинге «[Переговоры для бывалых](#)» участникам предоставляется аудиозапись интервью с тремя опытными закупщиками, в которых они отвечают на следующие вопросы:

1. На какие критерии они опираются при выборе поставщика, что для них важно?
2. Что им нравится и не нравится в компаниях-поставщиках?
3. Что им нравится и не нравится в сотрудниках компаний-поставщиков, как они вообще к ним относятся?
4. Что они ждут от представителя компании-поставщика, их пожелания профессиональному переговорщику-продавцу.