

# Мастера больших продаж



Крупная покупка – серьезное решение для покупателя. Она редко ограничивается одной встречей с продавцом и подразумевает длительное общение, успех которого во многом зависит от того, насколько долго клиент будет принимать решение о покупке. Энтузиазм и энергия sales здесь могут оказаться неуместными: технологии, эффективные в малых продажах, зачастую не срабатывают в крупных. О том, как повысить эффективность больших сделок, рассказывает генеральный директор Huthwaite International Russia Виктория ЛАБОКАЙТЕ.

## To buy or not to buy

История российского представительства компании Huthwaite International началась с того, что мой работодатель – тренинговая компания SHL – отправил меня в Великобританию, в отделение крупнейшей международной исследовательской компании Huthwaite, учиться новым тогда СПИН®-технологиям. Программа была настолько интересна и практична, что мы загорелись идеей привезти в Россию настоящий лицензированный продукт.

Термин «СПИН®» на тот момент в нашей стране уже многим был известен, однако то, что предлагалось российским клиентам под именем «СПИН®», к оригинальной технологии имело слабое отношение. Выйдя на рынок с нашим тренингом, мы поняли, насколько аудитория еще не готова к тому, чтобы принимать дорогой продукт с известным названием. Было крайне сложно объяснить заказчику, почему стоит платить деньги за наше качество, когда рядом десяток компаний-провайдеров, уверяющих, что и они предлагают настоящий СПИН®-тренинг, но более дешевый.

Сегодня ситуация во многом изменилась – заметно выросло качество предлагаемых услуг, «доморощенные» программы все больше вытесняются лицензированными. Поднялась тренинговая культура в целом, заказчики подходят к выбору продукта более целенаправленно и осмотрительно. Большое значение начинают играть сертификаты качества, имя провайдера, профессионализм тренера, рекомендации других клиентов. В таких условиях мы уже не встречаем прежних сомнений: новые клиенты сами четко видят разницу между оригинальной программой и ее пародиями. Что же касается наших постоянных заказчиков, то они неоднократно могли убедиться в качестве и результативности тренинга. Ведь мы – единственный в России лицензированный провайдер по СПИН®.

## Мы рады предложить

Технологию СПИН®, при всей ее уникальности, невозможно назвать универсальным методом, волшебной палочкой, благодаря которой любые крупные стратегические продажи удастся проводить на выгодных вам условиях. Мы нередко сталкиваемся с ситуацией, когда СПИН® не может решить всех проблем клиента, именно поэтому наша работа начинается в каждом отдельном случае с подробной диагностики ситуации в компании заказчика. Таков формат работы Huthwaite во всем мире: анализ полученных результатов позволяет консультантам выявить истинное положение вещей в компании. Ведь проблема может скрываться в управлении процессом продаж, в стратегии конкретной сделки, в неумении работать на разных этапах продажи. Например, у продавца могут возникнуть сложности на этапе работы с сомнениями клиента, тогда как на этапе выяснения и развития потребности покупателя он ра-



ботает эффективно и профессионально. Таким образом, СПИН® – только небольшая часть нашего предложения, отдельный инструмент, который вступает в силу только тогда, когда на необходимость его применения указывают данные диагностики.

Кроме того, диагностика покажет, кому именно из сотрудников стоит овладеть мастерством эффективных продаж. Это могут быть и топ-менеджеры, и линейные руководители подразделений, и сами продавцы. Как правило, компании редко останавливаются на обучении сотрудников одного уровня: они поэтапно организуют тренинг для менеджеров, для специалистов, чтобы вся команда впоследствии могла говорить на одном языке. Что касается отраслевого деления, то нашими клиентами уже стали ведущие компании из таких сфер, как промышленное производство, финансы, IT, фармацевтика, телекоммуникации, поставки оборудования, консалтинговые фирмы и др.

Сегодня наши тренеры готовы предложить несколько программ, каждая из которых будет адаптирована под конкретный заказ и специфику бизнеса клиента.

## Тренинг «Продажи по методу СПИН®»

Поможет проанализировать ваш личный стиль продаж и выявить его слабые стороны, на конкретных примерах познакомиться с опытом успешных продавцов, освоить их методы и эффективную модель продаж.

## Тренинг «Навыки ведения переговоров»

Под руководством квалифицированного тренера участникам предстоит разработать эффективную стратегию переговоров, научиться противостоять «трюкам» собеседников, выработать оптимальный и наиболее убедительный стиль общения, что поможет добиться лучших результатов.

## Тренинг «Стратегия работы с клиентами в больших продажах»

Консалтинговая программа, в рамках которой преподается комбинация стратегических

концепций, процессов планирования и навыков. Самая главная цель курса – обеспечить повышение эффективности участников за счет интеграции исследовательской теории в стратегию продаж, используемую ими в реальной жизни.

Чтобы этого добиться, программа проходит в форме work-shop. Команды продавцов конкурируют друг с другом за большую продажу ключевому клиенту в смоделированной ситуации. После каждой фазы work-shop участники используют свои знания в разработке реальной стратегии развития отношений с клиентом.

## Семинар «СПИН®-маркетинг»

С использованием технологии СПИН мы сможем создавать маркетинговые материалы, которые гармонично дополняют стратегию, разработанные продавцами компании.

## Тренинг «Навыки коучинга продавцов»

Основная задача данной программы – передать функцию поддержки и развития навыка продаж в организацию клиента. В тренинге используется модель для диагностики проблем эффективности и анализа того, в каких областях применение коучинга будет иметь лучший эффект. Программа позволяет выявлять широкий спектр возможностей для коучинга и структурировать коучинговые сессии так, чтобы время использовалось наиболее эффективно.

После каждого тренинга возможно проведение поддерживающей программы, ведь краткосрочное обучение без последующего коучинга – это деньги на ветер. Нет секрета в том, что ни одна компания-провайдер не сможет поставить вам навык за три дня – потребуется практика, оттачивание. Увы, не все пока готовы оказывать услугу по поддержке, а ведь полученные сотрудниками навыки требуют регулярной тренировки под руководством профессионалов. Во время поддержки мы проверяем, насколько были усвоены навыки, оцениваем ре-

зультативность, при необходимости проводим дополнительный семинар или индивидуальные занятия. В итоге изначальный заказ, часто формулируемый как «Научите моих сотрудников искусству продавать», перерастает в систематизированный и эксклюзивный консалтинг. Как показывает практика, в современных конкурентных условиях для большинства клиентов это оптимальный способ повысить эффективность.

## Философия SPIN®

СПИН®-технология во многом уникальна. Как правило, первыми в этом убеждаются специалисты в области стратегических продаж. Однако практика показывает, что метод незаменим во многих направлениях, где успех зависит от межличностных отношений.

Это мощная и вместе с тем простая технология. Казалось бы, что сложного и необычного в анализе опыта продаж успешных людей? Нужно разобраться, чем результативная встреча отличается от провальной. Впервые на такое исследование решился знаменитый английский ученый, специалист по продажам и маркетингу Нил Рекхэм, основатель компании Huthwaite. На базе анализа деятельности 35 тыс. успешных продавцов из 22 стран он выявил уникальные закономерности искусства продаж, которые, как подтвердила практика, фактически не зависят ни от внешних условий, ни даже от ментальности.

Ключевую роль в них играют коммуникативные навыки продавца и его умение мыслить стратегически. Одним из самых первых открытий исследования стало то, что эффективная встреча с клиентом содержит вопросов на 63% больше, чем встреча нерезультативная. Дальнейший анализ позволил выяснить, что же это за вопросы, как они должны быть сформулированы и в какой момент заданы.

Но СПИН® – не только последовательность вопросов. Это метод, позволяющий продавцу придать процессу продаж определенную технологичность и предсказуемость. Мастер этой технологии легко выработает свою стратегию продаж, налаживает процесс коммуникации и без лишнего давления подводит клиента к нужному решению. В идеале это может быть взаимовыгодное долгосрочное сотрудничество, без которого невозможно представить себе успешные большие продажи.

ЕКАТЕРИНА МИНТУСОВА

## О компании Huthwaite International

Основана в 1970-х, штаб-квартира – в Англии. Изначально позиционировалась как исследовательская компания, одна из крупнейших по масштабности проектов. Длительные наблюдения за десятками тысяч успешных менеджеров делают неоспоримыми достоверность и уровень полученных Huthwaite данных. Компания известна также как создатель получившего мировую известность метода эффективных продаж СПИН®.

## Сегодня Huthwaite – это:

- 30-летний опыт в консалтинге
- представительства в 28 странах мира
- самые масштабные исследования в области межличностных отношений
- тренинги по повышению эффективности стратегических продаж

## SPIN® –

- S** – situation questions (ситуационные вопросы, направленные на выяснение текущей ситуации)
- P** – problem questions (проблемные вопросы, направленные на выяснение недовольства клиента текущей ситуацией)
- I** – implication questions (извлекающие вопросы, связывают одну проблемную область с другой)
- N** – need-payoff questions (направляющие вопросы о ценности решения для клиента)

**HUTHWAITE RUSSIA**  
Тел. 488-8199  
E-mail: spin@spinrussia.ru  
www.huthwaite.ru