

Проект «Как заработать на рукоделии» www.sokolovai.ru

Тренинговый курс «Доход от рукоделия. Как начать зарабатывать в течение 5 недель»

Проект «Как заработать на рукоделии»
www.sokolovai.ru

Автор: Соколова Ирина
руководительница, коуч
me@sokolovai.ru

Как работать с курсом?

Данный курс записан по итогам проведения реального интернет тренинга с реальными участниками, поэтому у вас будет возможность прослушать многочисленные примеры и услышать ответы на вопросы участников, что позволит добиться лучшего понимания материала.

Работайте последовательно. Слушайте поочередно только аудио по текущей неделе, сразу в течение недели выполняйте задания, пишите отчет и только после этого переходите к прослушиванию аудио следующей недели.

Обязательно ведите дневник ваших действий. Записывайте в него свои мысли, итоги всех упражнений по мере прохождения курса. В конце каждой недели оценивайте прогресс вашего продвижения и вписывайте результаты.

Обязательно используйте в работе и конспект, и аудио файлы, так как они не полностью дублируют друг друга.

Вам будет дан доступ в закрытый раздел сайта «Как заработать на рукоделии». Там вы можете отчитываться по заданиям и задавать вопросы, возникающие у вас по мере прохождения курса. Также вы можете общаться с другими участниками, которые проходят данный курс.

На каждом занятии вам будут даны задания, которые нужно будет выполнять в течение недели. Обязательно выполняйте все задания! Просто прослушать информацию, не внедрив ее – недостаточно.

Помните, что не я и не данная методика, а вы сами ответственны за свои результаты. Выполняйте задания качественно, будьте активны, ответственны, энергичны и тогда у вас будет результат.

Когда вы не знаете, как сделать задания, как именно продвигаться к своей цели, как лучше всего сделать тот или иной шаг, или вас постигают сомнения, присутствует усталость и желание отложить все на потом, если вы боитесь, используйте действенный принцип: «Просто возьми и сделай!» будьте честны перед самым главным человеком- перед собою.

Только действия приносят результат!

Удачи вам в прохождении курса!

НЕДЕЛЯ 1 ЗАЧЕМ МНЕ ЭТО НУЖНО?

Сегодня у нас первая неделя курса, где вы определите для себя зачем вам необходимо получать доход от хобби. Действительно ли вы хотите и готовы свое рукодельное хобби из разряда просто хобби превратить в рукодельный бизнес, либо начать получать дополнительный доход с него.

Сейчас я хочу чтобы вы четко и ясно определились нужно вам это или нет. Я хочу, чтобы вы для себя вынесли из этого курса что-то полезное, а не просто взяли на заметку, что прослушаете и сделаете задания позже, поэтому прямо сейчас определим действительно ли вы готовы сделать свое хобби своим делом.

Возьмите в руки ручку и слева напишите «за», справа – «против», где вы запишете прямо сейчас все мысли за и против того, чтобы хобби превратить в свой бизнес.

За

против

НЕДЕЛЯ 2 БРЕНД

Все знают, что компании имеют название, соответственно, бренд личности именован или твоим ФИО или ником. Если вы считаете свое имя банальным, возьмите псевдоним! Яркий и запоминающийся. Смысл в том, что вы можете поменять имя и взять псевдоним, и везде в интернете, на форумах, в соц. сетях им подписываться.

Возникает вопрос: как продвигать свое имя?

Конечно же, самый дешевый и наиболее полезный для каждого способ – это самопродвижение. В этом случае продукт себя сам рекламирует и продвигает без вложения денег.

Еще один способ поднять бренд – банерная реклама. Она влияет на узнаваемость бренда и на психологию людей.

Хорошо известен ход по снижению цены. Низкие цены-это шанс привлечь на свою сторону постоянных клиентов и способствовать продвижению известности своего бренда.

Спонсорство. В реале это можно увидеть в любом виде спорта (логотипы на гоночных машинах, на футболках футболистах и т.п.), на конференциях или телевидении. В интернете е спонсорство развито в разнообразных конкурсах.

Следующий способ- собственно конкурсы и акции. Среди многих мастериц проводятся еще и разнообразные конфетки, где победителю бесплатно отправляется приз. Это либо какое-то свое изделие, либо материалы для творчества. В условиях чаще всего встречается пункт про то, что нужно разместить картинку с конфеткой и ссылкой на блог, где она разыгрывается. Отличный ход, чтобы чтобы ваш блог посетило как можно больше людей, чтобы о нем и о вас узнали. Также популярны сейчас различные марафоны и акции по подготовке к предстоящему празднику.

Отдельная тема –черный пиар. Чаще им пользуются мелкие компании или мелкие блоггеры. Удачных примеров черного пиара мало.

Вирусная реклама. Удачных примеров – масса, причем чаще всего она незаметна. Например, друг вам бросил посмотреть ролик, вам он понравился и вы бросаете его еще нескольким друзьям даже не подозревая, что над этим роликом работали специально, чтобы достичь такого эффекта.

Сильный метод в продвижении бренда – отзывы известных людей. Сюда можно отнести не только отзыв, но и то, что носит этот известный человек. А также рекламу с известными людьми.

Социальные сети. Сейчас многие уделяют заметное внимание построению деловых и личных контактов через социальные сети. Они являются хорошими инструментами и имеет смысл ими пользоваться.

Тем не менее, хочу сказать, что непременно нужно заводить и усиливать личные контакты.

Теперь о том, что можно сделать, чтобы товар узнавался.

Для начала **выберете себе название**. Хотя нет ничего плохого в том, что вы будете ставить свои данные на своих изделиях. Я, например, так и делаю. Указываю свои имя и фамилию, затем блог, чтобы клиент мог посмотреть мои работы, почту, куда можно написать и телефон.

Далее перейдем к собственной печати, логотипу, ярлыку, подписи. Кому как привычнее.

Вам не должно быть все равно, запомнят ли покупатели название вашей марки или ваше имя! Ведь среди обилия товаров так непросто найти ту самую идеальную вещицу – так зачем же отнимать у своих покупателей возможность стать постоянными клиентами, а то и вовсе фанатами и «сарафанным радио» вашего бренда? У маленького бизнеса обычно не бывает лишних средств на рекламу. Так почему бы не использовать этот ход.

Задумайтесь над следующими вопросами:

- Когда кто-нибудь говорит о вас, что он скажет?
- Если кто-то хочет порекомендовать вас, может ли он это сделать?
- Если кто-то скажет «Погуглите такое-то имя», найдет ли вас покупатель?
- Лучшая реклама вас – это ваш товар. А он рассказывает о вас?

Я не сторонник огромных логотипов, но я считаю каждую вещицу ручной работы – произведением искусства. Художники ведь подписывают свои работы, так почему бы всем мастерам не делать также?

Начнем с того, что хорошим решением может быть вышивка: в зависимости от свободного места вы можете вышить свое имя, или логотип, а то и адрес вашего магазина.

В качестве этикетки можно использовать пуговицы. Способы нанесения логотипа могут быть разные: объемная штамповка, роспись, резьба и все, что предложит вам ваша фантазия.

Кстати, штампы можно легко использовать для подписи на внутренней (обратной) стороне изделия. Главное, верно подобрать чернила. Могу подсказать, что спиртовые используются для бумаги, а перманентные для ткани.

Если вы делаете авторскую одежду и в вашем распоряжении есть принтер, который печатает на ткани, то этикетку можно печатать прямо на внутренней стороне блузок и платьев. Хотя сейчас прекрасно можно переводить любой напечатанный рисунок при помощи фотобумаги и утюга.

Любители ювелирной тонкости могут заказать фурнитуру с подписью. Или подписать не самую центральную бусину в украшении.

Многие из нас освоили уже бумажные тэги и визитки. Это ого-го как хорошо, но маловероятно, что покупатель будет везде носить с собой визитку и поделится вашими координатами с любым заинтересованным лицом. Поэтому подписать саму работу тоже очень важно.

Что делать, если произведение – не платье и даже не открытка, а крошечный кулон, спросят меня мастера по украшениям? Значит, пишем инициалы, отвечу я. Еще вариант – приложите к кулону простой в изготовлении крупный брелок, где ваш логотип, имя или адрес в интернете станут частью дизайна. Люди любят подарки и с радостью повесят ваш брелок себе на ключи.

Что еще важно для создания своего бренда? А важно то, в каком виде поступает ваш товар в руки покупателя. Другими словами, для создания своего бренда важную роль играет упаковка товара.

Почему это так важно? Потому что вы конкурируете не только с другими производителями изделий ручной работы, но и с массовым производством предметов. Естественно, ваши изделия стоят дороже конвейерных и клиенты могут сделать выбор в пользу более дешевых заводских изделий. Поэтому упаковка товара также имеет важное место в формировании собственного имени. Ваша упаковка должна отражать заботу по отношению к вашим клиентам.

Вот несколько общих советов:

Обязательно добавьте фотографии вашей упаковки в Ваш магазин, пусть ваш клиент знает, в чем прибудет заказанный им товар. Можно сделать разную упаковку, чтобы клиент мог выбрать.

Создавайте упаковку заранее и храните все упаковочные материалы в одном месте (я, например, просто использую большую коробку). Нет ничего хуже ожидания клиента, который будет ждать дольше, из-за того, что вам нужно будет выделить время еще и на изготовление коробки. Как их сделать вы можете найти на просторах интернета. Как с мастер-классами, так и просто посмотреть как они выглядят у других. Подпишите и ее тоже! Каждый раз, когда будут использовать вашу коробочку, будет «всплывать» ваше имя: а это хорошо скажется на запоминании и вообще – лишний повод проверить вашу страничку на предмет новых работ.

При изготовлении упаковки, используйте различные инструменты. И ножницы, и штампы, и дыроколы (если они у вас есть, хотя почему бы и не прикупить) и т.д. Так ваша упаковка будет интереснее и красивее.

Еще чем может помочь вам упаковка, так в том, что на различных мероприятиях, например выставки, фестивали, это поможет вам выделиться от остальных. В них вы можете класть небольшие сюрпризы клиентам. Причем вы сами для себя можете определить вид упаковки и ее сложность. Это могут быть простые крафтпакеты с вашей печатью и красивым бантом (если у вас пока нет именной печати, можно просто распечатать на красивом листе ваши данные или использовать первое время самонаборные печати), либо стильная упаковка, даже из дорогих материалов, для vip клиентов.

Помимо упаковки в виде коробки можно использовать теги. Только ни в коем случае не используем простые белые ценники и наклейки. Обязательно выделяем теги. Вы же хотите, чтобы ваши изделия запоминались. Здесь тоже большой простор для творчества. Можно сделать их цветными, использовать также, как и на коробках, штампы, фигурные ножницы, дыроколы, можно использовать красочные ленты, пряжу или вышивку, добавить кисть или бусины, использовать цветные карандаши, маркеры или краски. На тегах можно, да и нужно, помимо контактных данных оставлять сведения о товаре, из чего сделано (например, если это мыло, чтобы клиент мог использовать его ничего не боясь, т.к. происходит непосредственное соприкосновение с кожей), как ухаживать за изделием и т.п.

Другой простой вариант – это просто повесить свою визитную карточку, пробив в ней дыроколом отверстие и добавив кусок ленты и повесить как тег.

Здесь большой простор для фантазии. Я вам дала несколько примеров, но это не значит, что вы должны использовать только их. Придумывайте, фантазируйте, творите! И не бойтесь ошибаться.

Ну а теперь **задания**.

Задания будут двух уровней. Для тех, кто только начинает, и для тех, кто уже сделал шаги в направлении к своему бренду.

ДЛЯ НОВИЧКОВ.

Первое. Создаем себе имя. Придумываем псевдоним или оставляем ваши данные от рождения.

Второе. Придумываете себе логотип или именной штамп. Заказываете его или используете подручные средства для того, чтобы потенциальные покупатели могли ассоциировать вашу подпись с вашим продуктом. Разрабатываете упаковку и визитки. Фото визиток можно присылать в отчетах.

Третье. Регистрируемся на различных форумах по вашей теме (если вы, конечно, еще не сделали этого) и, если позволяют правила, в подписи ставите ссылку на ваш альбом, где можно посмотреть и заказать ваши работы. Если у вас есть блог или сайт – еще лучше. Можете давать ссылку сразу на него. Не забываем о социальных сетях, где тоже пишем о том, что вы делаете для себя и на заказ то-то и то-то. После того, как у вас появится новое изделие, также выкладываем в социалках фото со ссылкой опять же на ваш альбом, где можно рассмотреть работу подробнее. Если вы продаете данную работу, то не забывайте указывать цену.

Если у вас уже есть и имя и логотип, и в социальных сетях вы тоже зарегистрированы и имеете альбом с работами, то для вас **задание** – активнее продвигать себя, давать ссылки, привлекать к себе и своему товару как можно больше внимания участвуя в различных акциях, конкурсах и т.д. И еще одно задание – обязательно на видном месте разместите информацию о том, как можно купить ваши изделия и способы оплаты.

НЕДЕЛЯ 3 Где продавать свои работы?

Родственники, друзья, знакомые и коллеги.

Если вы еще не подарили всем вашим родственникам и друзьям что-нибудь из своих изделий, то обязательно найдите повод и подарите! Во-первых, вы порадуете их, ну а во-вторых, запустите, так сказать, рекламу. Подруга или коллеги обязательно покажут ваш подарок своим подругам, а те вспомнят, что скоро нужно поздравлять кого-то с Днем Рождения и почему бы не заказать что-нибудь у вас. Заглянут к вам в альбом, а там столько красоты. Так что не откладывайте создание своего блога или альбома в интернете.

Всякому, кто хочет организовать свои продажи (а не только продавать по знакомым), советую начать именно с Интернета:

- вы сможете попробовать себя в продаже,
- узнать спрос и понять, что и сколько вы сможете предложить,
- узнать примерную стоимость аналогичных изделий у других крафтеров.

Наиболее известный интернет-ресурс - это Ярмарка Мастеров. Там есть как платные услуги, которые позволяют вам выставлять большее количество работ, пиариться немного, так и бесплатные. Только количество фотографий в альбоме строго ограничен. Помимо этого есть интернет-магазин рукодельных товаров - <http://handhand.ru/>. Здесь вы можете уже выкладывать свои фото работ без ограничения. Единственно, что он не так популярен в интернете, как Ярмарка Мастеров, но и здесь можно схитрить – вы просто пиарите данный ресурс у себя в социальных сетях и ваши клиенты смогут ничего не пропустить.

Еще один мощный ресурс для продвижения и поиска клиентов, это ЖЖ. Лайфджейнал. Данное сообщество очень огромно, поэтому если вы начнете вести в нем активную жизнь, писать комментарии, объединяться в сообщества, то о вас узнают и о вас заговорят. Единственно, что писать комментарии лучше не просто «Как красиво» и т.п., а по делу. Какие плюсы в работе, что, может не понравилось. Вступайте в дискуссии и тогда вас точно заметят. Только не переходите грань. Тех, кто ищет раздора и сам создает его не любят нигде. Интернет не исключение.

Помимо всего, можно заниматься продвижением в социальных сетях. Это в одноклассниках, в контакте, в кругу друзей, и на яндексе, и в мейле. Альбом с вашими работами или целая группа помогут узнать о вашем творчестве. Это, наверно, самый простой способ сообщить о вашем увлечении, в первую очередь, друзьям. Если задасться целью, то можно начать раскручивать целую группу, что требует определенных знаний и затрат времени. Но личный опыт показывает, что основными заказчиками через социальную сеть (при незначительном внимании к раскрутке группы) все равно остаются друзья/знакомые.

Тематические форумы

Найти заказчиков среди незнакомых людей можно через форумы. Это может быть общение молодых мам или форум, скажем, невест. Там можно оставить ссылку на блог со своими работами и рассказать о своем творчестве.

Некоторые размещают свои объявления в блогах сообществ (например по рукоделию); **на форумах и сайтах с «доской объявлений»** (в рубрике о продаже).

Помимо этого можно использовать газетные издания по бесплатным объявлениям, которые имеют свой сайт, на котором можно разместить своё объявление, даже с картинкой и адресом сайта или блога (дополнительный плюс здесь - оно будет

опубликовано в газете);

Следующие варианты: городские интернет-порталы, они так же в основном имеют рубрику «объявления»;

сайты по рукоделию. Здесь вы можете отправить автору (модератору или администратору) сайта письмо или персональное сообщение с просьбой разместить, например, фото ваших изделий, возможно описание методики и материалов, предложить мастер-класс и указать ваши координаты (URL-адрес или e-mail). Пусть даже это не будет явным объявлением о продаже, но те, кому действительно надо, вас сможет найти;

- баннеры и реклама, можно их размещать на сайтах по рукоделию, на партнёрских блогах или сообществах. Цена в основном договорная;

конечно же, используйте свой сайт или блог, где вы можете сделать прайс-лист с фото работ, ценой, формой доставки и описанием материалов.

Правда, прежде, чем размещать объявление где-либо, посмотрите посещаемость интернет-ресурса, почитайте отзывы и обзоры о нем. Это позволит вам не растрачивать свои силы и время впустую на малопосещаемые ресурсы.

Помимо клиентуры, интернет ресурсы могут быть полезны для начала сотрудничества с магазинами. Вам могут поступить предложения по реализации ваших изделий, предложения от фотографов, а также, возможно, будут приходить приглашения на выставки рукоделия, проходящие в вашем городе. В общем, завести *бесплатный аккаунт* на подобных ресурсах стоит. Вы ничего не теряете. Для получения результатов, очень важно выставлять качественные фотографии своих работ.

Еще парочка интернет-ресурсов - это molotok.ru (аукцион), hiero.ru , artnow.ru, dollsmarket.ru (куклы, аукцион), handmadeland.com

После того, как вы попробовали себя в интернет-продажах, переходим к следующему этапу- продвижению товара в магазины.

Что мы делаем:

Во-первых, составляем для себя список потенциальных магазинов —

художественные магазины, сувенирные лавки, в общем те торговые точки, которые специализируются на ваших изделиях. Найти их можно по базам данных. Во многих городах есть такие издания, бывают и электронные, реклама, поиски в интернете... Вот из этого множества мы будем выбирать то, что надо.

Не спешите сразу выкладывать туда товар. Присмотритесь к самому магазину, его специфике, витринам, как там обслуживают покупателя, консультируют ли клиента. В общем, прочувствуйте атмосферу.

Когда вы уже чётко решили куда будете продвигать товар, спросите в магазине о том, **КТО ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ О ЗАКУПКЕ ТОВАРА**. Скорее всего, вам скажут обратиться напрямую к директору или старшему менеджеру и дадут его контактные данные (если не дадут- значит, это не наш магазин). Поинтересуйтесь, как этого человека зовут, когда он бывает, возможно номер его телефона. Либо договоритесь с ним о встрече. Образцы работ вы уже будете показывать именно директору либо старшему менеджеру. Главное, быть уверенным в качестве своих работ и не стесняться.

Теперь о встрече. Вот вы уже перед этим человеком, поздоровайтесь, назовите его имя в обращении, представьтесь, назовите род вашей деятельности и что вы хотите))).

При себе лучше иметь: визитку; прайс (с фото); портфолио работ; небольшой релиз (рекламка о себе и товаре), возможно мини-набор изделий; возможно и договор в 2 экземплярах.

В чем заключается выгода для магазина и **что его должно заинтересовать:**

1. Специфика товара и его уникальность.

2. Его новизна и оригинальность.
 3. Его стоимость для магазина.
 4. Его оформление, упаковка, презентабельность.
 5. Где и как это уже продаётся, каков спрос на него (поэтому я и говорила о том, что надо попробовать сначала продажи в Интернете, чтоб было что на это ответить).
 6. Каков срок поставки после сделанной заявки, как быстро вы сможете поставить ещё товар.
 7. В каком количестве его выставить на прилавок и оставить на складе.
 8. Каков срок отсрочки платежа (обычно 14 дней) / или договариваетесь об оплате после полной реализации.
 9. Как происходит оплата (в основном по банку, на счет поставщика).
 10. Заключение договора официально (это обезопасит вас и клиента).
 11. Возможность вернуть магазином непроданный или просроченный товар.
 12. Возможные бонусы, которые вы будете предоставлять человеку, который заключает с вами договор (даже это!).
- Это основные вопросы, которые вы должны сами проговорить с клиентом изначально.

При **заключении договора** (если клиент уже согласен) в 2-х экземплярах, внимательно проверяйте печати и росписи, один экземпляр забираете себе.

Когда вроде все обговорено, оставляете договор, прайс (обязательно, чтобы на прайсе были записаны ваши контактные данные!!!), визитку, мини-релиз о вас и продукции и... маленький презент от вас (возможно из своих изделий) для того, чтобы попробовать, понюхать, пощупать (так вы можете объяснить этот подарок). Не забудьте сказать, что это **ЛИЧНО ЕМУ**.

И еще: Если есть возможность найти другого поставщика магазина, который уже сотрудничает с магазином, поговорите с ним прежде заключения договора, как магазин работает, возникали ли проблемы с оплатой, её задержкой, были ли конфликтные ситуации. Эта информация бывает очень важна. Я так однажды прокололась. Причем с прежним поставщиком меня познакомила сама хозяйка. А у меня даже мысли не возникло по какой причине он решил расторгнуть договор раньше срока. Молодая была и не опытная. Помимо проблем мне данное сотрудничество ничего не принесло.

Сразу чётко обговаривайте сроки реализации и объём товара, отпускную цену уже в магазине, чтоб она не была заоблачной, хоть и должно быть 30% накрутки, на самом деле это не всегда так, а то ваш товар может «встать колом».

И еще один важный пункт - желательно найти салон хорошего уровня. В маленьком магазине авторские работы продаваться будут плохо или вообще не будут. Так что ищем крупный салон, клиентами которого являются люди с доходами выше среднего.

И ещё, **вы должны продвигать не товар, а выгоду для магазина и покупателя!!!**

Многие рукодельницы могут сотрудничать со **свадебными салонами**.

Как и с цветочными магазинами, здесь важна ваша инициатива. Предлагать лучше сразу целый комплект-образец. На моем примере – это приглашения, книга пожеланий, рассадочные карточки и др. Можно также поучаствовать в мероприятиях, которые проводят свадебные салоны. Там собираются будущие супруги и им предлагаются различные свадебные услуги. Свои презентации на таких встречах проводят фотографы, ди-джеи, ведущие. На такие встречи будущих супругов заманивают скидками и подарками. Для нас презентация своих изделий будет конечно платной. Зато есть шанс, что появятся клиенты.

Следующее место продаж – это Выставки

Здесь, конечно, важен вопрос места и времени проведения данного мероприятия. Выставка в торговом центре перед праздником, конечно, порадует продажами сильнее, чем выставка в сезон отпусков. По поводу предпраздничных дней (обычно перед крупными праздниками проходит несколько выставок каждую неделю): учитывая человеческую особенность, основной покупатель выбирает подарки в самый последний момент. Так что, если есть возможность, записывайтесь на выставку ближайшую к праздничным датам. Выставка может стать заделом на будущее, т.е. привлечь новых заказчиков. Обязательно подготовьте для выставки ваши визитки! Здесь уже не обязательно делать визитки своими руками. Можете заказать их в типографии или распечатать, красиво оформив, например, в фотошоп. На выставках, помимо продаж важно раздать как можно больше своих визиток. Наверняка благодаря им у вас появятся новые клиенты или вам предложат сотрудничество магазины или студии. Это возможно, поэтому всегда будьте готовы. А также можно принести альбом с фотографиями ваших изделий для примера. Так называемое портфолио. И рассказывать посетителям, что подобное вы сможете сделать и для них по индивидуальному заказу.

Это, конечно, далеко не полный список мест и способов реализации своих работ. Но, думаю, он вам поможет.

Что еще важно учесть. Имейте свой электронный кошелёк. Электронные платёжные системы позволят вам спокойно продвигать продукцию в интернет-магазинах, интернет-аукционах и интернет-барахолках. На ваш счет будут поступать средства за купленный товар.

Помимо электронного кошелька важно иметь счет в банке. Это для магазинов, которые перечисляют средства и работают по безналичному расчету. «По факту» (расчет сразу) очень редко кто работает.

Уделяйте внимание качеству фотографий ваших работ. Если вы не обладаете хорошей фотоаппаратурой, пригласите фотографа. Фотографии нужны для интернета и для того, чтобы показать клиентам или директору магазина.

Имейте свой прайс. Пусть в нем будут фото, цена, информация о материалах, описание товара (размер, вес, цвет и т.д.)

Уточните в почтовых отделениях, как производится пересылка наложенным платежом, эта информация особенно понадобится при продажах по Интернет.

Материальные и временные затраты окупятся, если вы действительно хотите построить свой малый бизнес.

Задания.

- 1.Открываем счет в банке.
- 2.Создаем электронный кошелек.
- 3.Делаем визитки (не забудьте прислать макет или фото в отчете)
4. Находим минимум 1 клиента. Укажите в отчете где и как нашли, магазин или физическое лицо, что было трудным, как шли на контакт, на каких условиях вы договорились.
5. Продолжаем упражнение-концентрацию на 2 минуты.

НЕДЕЛЯ 4 Как продавать.

Пять основных барьеров, мешающих покупателю принять решение:

Нет доверия

Нет осознания потребности

Нет желания конкретного предмета

Нет уверенности

Нет срочности

И все эти «нет» нам нужно переводить в «да». Не пугайтесь – они редко идут все сразу.

Практически в каждой продаже можно выделить 5 ключевых этапов, выраженность которых определяется конкретной ситуацией продаж:

Установление контакта.

Сбор информации и разведка.

Презентация коммерческого предложения.

Работа с возражениями.

Завершение продажи.

Устанавливаем контакт.

Первые 30 секунд после того, как клиент вас увидел или услышал, он активно формирует о вас свое первое впечатление. Это происходит совершенно автоматически, срабатывает эволюционный механизм, необходимый для выживания. О чем это говорит? О том, что продажи начинаются еще до того, как Вы заговорили с клиентом. Как только Вы сделали шаг навстречу покупателю, вы вступили с ним в невербальный контакт. И этот образ, созданный за первые несколько десятков секунд, влияет на принятие большинства важных решений клиента в последующие дни, месяцы и даже годы. При установлении контакта с клиентом нет репетиций. Вам надо понравиться клиенту с первого взгляда. Всегда помните, что в бизнесе сначала устанавливают контакт, а затем делают предложение. В первую очередь Вы продаете себя, а потом уже свой товар. Располагающая внешность, знание своего товара и владение техниками продаж сделают Вас лучшим продавцом.

Первое что нужно сделать - это настроиться на покупателя.

Замечали ли Вы, что нам нравятся те, кто похож на нас самих? Используйте это, чтобы стать ближе Вашему клиенту. Понаблюдайте за Вашим собеседником, прислушайтесь к тому, как он говорит, и постарайтесь настроиться на него.

Если клиент принял открытую позу, также оставайтесь открытым. Говорите в ритме и тональности, которые привычны и комфортны для Вашего собеседника, используйте понятный ему язык и схожие речевые обороты. Только не переусердствуйте. Если клиент заметит, что вы его отзеркаливаете, то вместо продажи вы получите нелестный отзыв и недовольство.

В общении с клиентом будьте с ним заодно. Дайте понять ему, что Вы на его стороне. Так, например, если покупатель просит ускорить сроки или снизить цену, скажите, что постараетесь подобрать материалы таким образом, чтобы цена была ниже или уменьшить размер, к примеру. Ну и, конечно, обязательно укладываетесь в сроки. По большому счету, здесь важен не столько результат, сколько Ваше внимание к просьбе клиента и готовность помочь.

Легкое прикосновение к руке клиента позволяет установить с ним лучший контакт, направить или повлиять на его выбор. Ключевое слово здесь "легкое". Касание должно быть еле уловимым, почти случайным. Эта техника продаж работает особенно эффективно, когда Вы и ваш клиент разного пола.

Клиенты хотят большего, чем просто продукт или услуга: они хотят, чтобы к ним хорошо относились. Как отмечает Эл Раис, "люди страдают той же болезнью, что и товары: они хотят нравиться всем без исключения". Первый ряд оборонительных сооружений, которые клиент выстраивает вокруг себя, - это страх и недоверие по отношению к вам. И вам, как продавцу необходимо преодолеть эти барьеры. Пройти через страх, недоверие и сомнение. Вопросы, на которые клиент, наблюдая за вами, ищет ответа, довольно просты: можно ли доверять этому человеку, насколько он профессионален, насколько он верит в предлагаемый товар или услугу. Если у вас нет уверенности в предлагаемом продукте, то как вы сможете создать такую уверенность у клиента?

Вполне возможен следующий внутренний монолог клиента:

Я не знаю, кто вы...

Я не знаю качества вашего продукта...

Я не знаю, каким ценностям вы привержены...

Пожалуй, лучше я куплю у другого.

Вторая важная "продажа", которую теперь уже делает сам продавец на этапе установления контакта, - это "продажа" клиенту идеи о том, что ему можно доверять. Только доверяя вам, человек разрешает оказывать на себя давление. И свои деньги клиент отдаст только тому, кому доверяет.

Основной вызов в профессии продавца - это умение создать позитивное отношение к тому, что он делает. Замечено, что те, кто успешно занимается продажами, в момент встречи вне зависимости от того, что происходило до этого, обладают уникальной способностью порождать в себе ресурсное состояние и проявлять энтузиазм, энергию эмоциональность. Запомните: отношение к продажам важнее даже навыков продаж.

Любая продажа, прежде чем она совершится в реальности, происходит в голове. Настрой на успех чрезвычайно важен. Вы реально не способны заработать больше того, чем позволяете себе заработать в своем сознании.

Еще один полезный навык для продаж – это умение делать комплименты. Комплимент, сделанный тонко и искренне, создает открытую и располагающую атмосферу для общения. Вы легко можете сделать комплимент вашему клиенту, одоббив сделанный им выбор или отметив те качества, которые вам в нем нравятся. Можете подчеркнуть позитивные моменты во внешнем виде, поведении, окружении клиента, которые вызывают ваше искреннее восхищение. Подчеркну – именно искреннее, т.к. фальш будет слышна в голосе. Поддерживайте в клиенте ощущение собственной значимости и важности. В каждом человеке есть что-то, чем он искренне гордится, но о чем предпочитает сам не говорить. Когда люди догадываются и говорят об этом вслух — это комплимент.

Отвечая на запросы клиента на этом этапе, по возможности, старайтесь не использовать выражения типа: "Нет, не можем", "Это не получится" и т.п. И наоборот, чаще указывайте в диалоге с клиентом на различные возможности, говоря: "Посмотрим, как это можно устроить", "Я уверен, есть способ!" и т.п.

Следующий этап - Разведка потребностей и возможностей клиента

На этом этапе вам нужно выяснить потребности и запросы клиента. Основные инструменты для этого – техники задавания вопросов и техники активного слушания. Вся добытая на этом этапе информация позже пригодится для презентации вашего коммерческого предложения. Задавая вопросы и слушая ответы, вы находите точки

пересечения вашего предложения с интересами клиента. Основная ваша задача здесь – определить реальные потребности и оценить готовность к покупке.

Клиенту необходимо дать четко понять, что вопросы задаются не из праздного любопытства, а из стремления предложить наилучшее решение его проблем. При этом вопросам должны предшествовать вводные фразы: «Как Вы считаете?» «Каково Ваше мнение?» и т.п. Эти фразы создают у клиента ощущение его значимости. Мастерство продавца на этом этапе заключается в умении слушать и задавать правильные вопросы. Готовность клиента купить значительно повышается, когда вы проявляете искренний интерес к его потребностям и даете ему возможность почувствовать свою значимость.

Помимо основной функции - продажи, персональная торговля выполняет еще и функцию создания имиджа и функцию продвижения товаров и услуг.

Поэтому обязательно, как при продажах через интернет, так и при продажах напрямую, особенно при продажах напрямую, осуществляйте качественное обслуживание покупателей, ведите себя по отношению к клиенту дружелюбно. Так вы установите с ним долговременные отношения.

Но и это еще не всё.

Часто в переговорах о цене возникает напряжение, которое легко можно преодолеть следующим образом. Обозначив клиенту стоимость, не дожидаясь его реакции, интригуяще произнесите: "Но это еще не всё", - и предложите в качестве подарка дополнительный товар или услугу. Не лишним будет подумать о презенте заранее. Здесь работает принцип взаимности: клиент чувствует благодарность за предложенный подарок, и ему сложнее отказаться от покупки.

Такая техника продаж хорошо работает в ресторанах и кафе, когда клиенту до того, как он ознакомился с меню, предлагается бесплатный аперитив от заведения. Даже если цены в меню покажутся посетителю высокими, ему психологически будет сложно уйти, не сделав заказ. Я обратила как-то на это внимание и перенесла эту технику в свои продажи.

Когда клиент только заключил сделку или оплатил покупку, он легче всего соглашается купить что-то еще. Но часто ли продавцы предлагают дополнительные услуги или товар? Я скажу вам - нет! А между тем, сопутствующие продажи - это еще один источник для развития бизнеса.

Важно всегда напоминать клиентам о том, что у них есть и другие потребности. Для этого почаще спрашивайте их: "В чем еще мы можем вам быть полезными?" Для покупателя этот вопрос звучит естественно и логично, а объем заказа при этом может легко увеличиться.

Помните: одноразовые отношения обходятся намного дороже: за привлечение каждого нового клиента Вы платите в 8-10 раз больше, чем за удержание старого. Поэтому, в течение 48 часов после покупки или сделки отправьте Вашему клиенту письмо с благодарностью. Или позвоните ему. Затем в течение 30 дней напишите снова, поинтересовавшись, все ли в порядке. Заметьте, в течение, а не после 30 дней. Через 3 месяца проинформируйте его о новинках Вашего ассортимента. Через 6 месяцев сотрудничества спросите, кому из его знакомых или родственников мог бы быть интересен Ваш товар.

Возьмите за правило получать от каждого клиента хотя бы одно имя того, кому Вы сможете предложить свои услуги и товар. Как это сделать? Конечно же, задавая вопросы. Когда у Вас установились хорошие отношения с клиентом, можно просто спросить:

- Анна Николаевна, скажите, Вы довольны нашим сотрудничеством?

- Да, меня все устраивает.

- Хорошо. Подскажите, кому из Ваших знакомых или друзей могут быть полезны мои услуги?

Обычно клиент всегда вспоминает пару-тройку своих друзей, называет их имена и дает Вам контакты для связи. Когда Вы звоните потенциальному клиенту по рекомендации его друга, Вы заведомо получаете лояльного к себе собеседника. Ничего общего с холодным звонком, не правда ли?

Повторюсь: такой способ актуален при открытом и доверительном контакте. Зачастую следует использовать более деликатный подход. Еще раз скажу, что слушать и слышать своего клиента очень важно. Вы узнаете о них что-то новое, скорее всего, услышите новые имена, и у Вас появится возможность уточнить:

- Анна Николаевна, Вы упомянули свою подругу, Людмилу. Могу ли я обратиться к ней по Вашей рекомендации?

Фрэнк Беттджер в книге "Удачливый торговец" рекомендует подготовить для таких случаев нечто вроде визитных карточек, на которых будет размещена следующая информация:

КОМУ: ФИО *того, кому Вас рекомендуют*

ПРЕДСТАВЛЯЮ: Ваше ФИО (*уже заполнено*)

ФИО и подпись *того, кто Вас рекомендует*

Ваш клиент пишет имя своего знакомого в верхней части карточки, затем подписывается своим именем внизу. Обратную сторону карточки Вы можете использовать для записи контактной информации.

Помимо получения нового контакта есть нечто очень важное, что всегда следует делать. После общения с человеком, контакты которого Вам дал клиент, обязательно сообщите ему о результатах и поблагодарите за оказанное доверие. Это проявление Вашей вежливости и уважения.

Еще 1 способ увеличить продажи – это слово бесплатно. Оно очень эффективно в продажах. Всегда предлагайте своим клиентам в дополнение к покупке что-то бесплатно. Люди любят подарки и бесплатности. Не забывайте проводить бесплатные демонстрации, оказывать бесплатные консультации, раздавать бесплатные тестовые образцы.

Следующий способ - это использование всех возможностей, чтобы рассказать о себе. Ставьте подпись под вашим электронным письмом, поставьте и периодически обновляйте свой статус в соц сетях, т.к. как только вы его обновляете, у ваших друзей появляется надпись о смене статуса, о том, что вы сейчас делаете и т.п. Обязательно пишите информацию о преимуществах, акциях и новых услугах.

Важно также собирать отзывы.

Довольные клиенты – ваш золотой фонд. Благодарные отзывы клиентов способны лучше убедить потенциальных покупателей, чем Ваш рассказ о преимуществах и гарантиях. Собирайте отзывы в отдельную папку, которую всегда сможете взять на встречу и переговоры. Еще лучше будет, если отзыв клиента будет напечатан на его оригинальном бланке, а не был ксерокопией. Правда это больше относится к тем клиентам, у которых свои фирмы. Скажем, вы выполнили корпоративный заказ, все всем понравилось и тут можно попросить написать для вас отзыв. Для дальнейшего роста и продвижения такие отзывы играют важную роль. Еще можно распечатать отзывы с ваших интернет-ресурсов, обязательно оставив на бланке адрес, где их можно посмотреть, так сказать, в оригинале.

Еще один хитрый прием, если клиент просит у вас скидку.

НЕДЕЛЯ 5. Как все успевать?

На самом деле ничего особенного и выдающегося тут нет и быть не должно! Все успевать, правильно организовав свою жизнь и работу – это не подвиг, это первейшая обязанность каждого, кто желает добиться успеха.

А теперь, когда Вы знаете, как правильно относиться к «всеуспеванию», поделюсь своими (надо признать, достаточно простыми) секретами, знание и применение которых позволяет мне успевать все то, что нужно успевать и при этом не обделять вниманием ни себя лично, ни своих родных и близких.

Во-первых, Ваш бизнес должен быть основан на том, чем Вам нравится заниматься.

Во-вторых, планируйте свою работу и работайте по составленному плану. Без четкого плана в нашей работе делать нечего. Вообще нечего. Ваш план должен быть подробным, конкретным и вместе с тем гибким, предусматривающим возможность быстрых корректировок при возникновении такой необходимости.

В-третьих, когда Вы работаете – РАБОТАЙТЕ! По сути, это и есть главный секрет продуктивности. Когда Вам удалось выкроить время – относитесь к нему с максимальной серьезностью, ответственностью и уважением. Возьмите список запланированных задач и начинайте его выполнять, ни на что не отвлекаясь.

Теперь поговорим о поглотителях времени.

Что здесь может быть?

Во-первых, диван или кровать. Я люблю валяться на диване и думать ни о чем. Это настоящий поглотитель времени, потому что полезности никакой. НО, если я буду лежать после тяжелой физической работы, то это уже отдых.

Сайт Одноклассники. Залезть в Одноклассники – найти контакт, договориться о встрече – польза. Смотреть фотки, комментировать друзей – глупости и очень большая потеря времени. Кстати тут очень легко обмануть самого себя – пообещать, что зашел на 5 минут и забыть. Поставьте лимит Одноклассников на день, например час – и укладывайтесь в него.

Компьютерные игры. Очень сложно найти в этом деле пользу. Откровенный поглотитель времени. Замените игру чтением книги (когда скучно). А если не хватает эмоций – поиграйте в пейнтбол, покатайтесь на роликах.

Серфинг по интернету. Очень опасная и привлекательная штука. Потому что вместо 5 минут там можно остаться до ночи. Моя рекомендация – всегда ставьте цель, какую информацию хотите найти. И не сворачивайте ни на шаг!

Просмотр почты. Лучше всего выделить в день ограниченное время на просмотр почты. Если не успели прочитать, все равно закрывайте программу. Со временем будете читать только самые важные сообщения. Хорошим приемом может быть привязывание просмотра электронной почты к концу какого-то рабочего периода. Например, первый раз обстоятельно работать с электронной почтой за час, полтора до обеда и второй раз посмотреть электронную почту во 2-й половине дня, часов в пять или в четыре. Но, разумеется, это не означает, что Вы с утра не заглянули в электронную почту. Вы можете заглянуть в неё, посмотреть какие-то срочные задачи, которые Вам предстоит сделать. Для чего это нужно? Для того, чтобы скорректировать сегодняшний Ваш план дня, но не вступайте в переписку, отложите это до того момента когда Вы сделаете

основные, самые важные, ключевые рабочие задачи на свежую голову, а после этого приступайте к обстоятельной переписке.

Время в пробке, транспорте. Сидеть за рулем и нервничать – запрещено – это бесполезная трата времени. Сейчас существует много образовательных аудиокниг. Пробка станет Вашим университетом. Учите иностранный язык, слушайте аудио-семинары и делайте сразу же задания и важные заметки для себя.

Кроме тех дел, которые можно было бы и не делать, но которые хотя бы теоретически могут принести пользу, существует еще одна категория — Абсолютно Бесполезные Дела. Это страшные и ужасные «поглотители времени». Те самые занятия, которые не приносят ни малейшей пользы, но отнимают у вас драгоценные часы жизни.

Есть одна довольно-таки эффективная техника борьбы с поглотителями времени. Загляните в свой список «Что надо сделать», посмотрите, сколько в нем еще несделанных дел. Не убеждает? Подсчитайте, сколько времени у вас это займет. Для лучшего эффекта не помешает вспомнить, что случится, если эти дела окажутся несделанными.

Не стесняйтесь преувеличивать опасность (хотя, наверняка, её захочется приуменьшить) — в борьбе с «поглотителями времени» все средства хороши!

Если это вам не помогает, попросите кого-нибудь из близких вам помочь. Возможно, очень скоро вы пожалеете о своей просьбе. Напоминание о неспособности контролировать свои действия может вывести из себя почти любого. Но через какое-то время вы вспомните, что сами попросили о такой услуге. Вероятно, стыд, нежелание казаться слабохарактерным или злость и желание доказать, что у вас потрясающая сила воли, заставят бросить ненужные занятия и сделать, наконец, что-нибудь полезное.

Для победы над своим внутренним лентяем можно использовать средства наглядной агитации. Развесьте на видных местах плакаты с надписями, которые стимулируют в вас желание заниматься нужными делами. Пусть даже стены напоминают о ваших великих целях! Пусть они смеются над вашим нежеланием выполнять намеченное и изъясняются словами людей, которых вы уважаете. Например, над телевизором можно повесить табличку с надписью: «Ленивые всегда желают что-то сделать» (Л. Вовенарг). Рядом с телефоном уместен будет плакат советских времен с надписью «Не болтай!». Один вид суровой женщины, изображенной на нем, способен заставить замолчать даже самого болтливого человека на свете.

Не стоит позволять себе делать то, о чем позже пожалеете! И, вероятно, довольно быстро. Как только придет время выяснить, что из запланированного вы успели, а что осталось лишь фантазией. Помните, жизнь — не такая длинная штука, чтобы тратить ее на бессмысленные занятия!

Задания:

1. С сегодняшнего дня начните планировать наперед каждый день, неделю и месяц своей жизни. Возьмите блокнот или лист бумаги и составьте перечень всего, что вам необходимо сделать в течение следующих двадцати четырех часов. Дополняйте его по мере того, как в голову приходят новые идеи. Также составьте перечень всех проектов, крупных многозадачных мероприятий, осуществление которых имеет большое значение для вашего будущего.

Думайте на бумаге! Вы будете поражены, насколько продуктивнее станет ваша работа и насколько проще вам будет съесть огромного слона.

По первому заданию весь план писать в отчете мне не нужно. Мне главное, чтобы вы были честны с собою и выполнили данное задание. Если напишите план, в отчете просто пришлите: "задание 1 пятого дня выполнил/а"

2. Написать что вы получили в результате прохождения тренинга. Чего вы добились благодаря ему. Что узнали нового. Что вам понравилось, что нет. Также нужно прислать ваше фото для размещения на сайте, в каком городе вы живете, чем занимаетесь и сколько вам лет. Это чтобы можно было разместить ваши данные рядом с отзывом. Данное задание обязательное, не выполнив все предыдущие и данное задание, вы не сможете получить бонусы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вы завершили работу по курсу «Доход от рукоделия. Как начать зарабатывать в течение 5 недель». В курсе описана целостная стратегия поиска клиентов и работа с ними, стратегия продвижения себя как бренд. Данные стратегии можно использовать многократно для роста дохода и повышения звания Мастер.

Прослушайте бонусный семинар «Противоядие от бездействия или Как бороться со страхом» и внедрите предложенные рекомендации.

Если у вас не получилось на 100% достичь запланированного результата, это означает, что вы не полностью внедрили рекомендации курса. Для того, чтобы полностью освоить материал и сделать его частью своей жизни, необходимо пройти курс полностью несколько раз, экспериментируя и развиваясь.

Будьте внимательны к деталям, полностью проделывайте все предложенные упражнения и выполняйте задания. Обязательно используйте возможность получить от меня ответы на ваши вопросы и личные рекомендации по вашим целям. Для этого вы можете написать в любое время в закрытый раздел курса (пароли высланы вам на почту) или на почту проекта - me@sokolovai.ru

P.S. Если вы прошли весь курс до конца и получили отличные результаты, я буду очень благодарна, если вы напишите мне несколько слов обратной связи на me@sokolovai.ru или оставите свой отзыв на странице курса - <http://sokolovai.ru/?p=127>

P.P.S. Техники, которые даны в этом курсе, как и любые системы, нацеленные на практическое применение, находятся в постоянном развитии. Обо всех новостях и новых стратегиях, которые, возможно, вам также будут интересны и полезны, вы можете узнать на моем сайте: <http://sokolovai.ru>

P.P.P.S. Если вы обнаружите новую стратегию, идею или «фишку», которую я пока еще не включила в курс – пришлите ее на me@sokolovai.ru, я обязательно ее добавлю и выражу вам персональную благодарность за помощь.

1 неделя курса: <http://sokolovai.ru/?p=63>

Пароль 0310

2 неделя курса: <http://sokolovai.ru/?p=68>

Пароль 0410

3 неделя курса: <http://sokolovai.ru/?p=74>

Пароль 0510

4 неделя курса: <http://sokolovai.ru/?p=82>

Пароль 0610

5 неделя курса: <http://sokolovai.ru/?p=95>

Пароль 0710

Удачи вам в достижении ваших целей!

Ваш личный коуч, Ирина Соколова