

**Кто такой
Сэр Томбой?
Кто летит
в Адлингтон?!**



МИРОШКИН Д.С.

«ВОЛГОГРАД-ВОСТОК-СЕРВИС», Г. ВОЛГОГРАД

КАК Я ПРОДАЮ ОДЕЖДУ ИЗ ТКАНИ «ТОМБОЙ»!

«Как я продаю одежду из ткани «Томбой»?» – прочитал я в письме, пришедшем на общую почту. Действительно, как? Попробуем разобрать этот вопрос, словно пишем дипломную работу.

Актуальность приобретения качественной спецодежды ясна – это тот случай, когда за деньги клиент получает не только и не столько спецодежду, но и... деньги: выгоду от более эффективной работы сотрудников, лояльность, авторитет и т.д. и т.п. Успешный бизнес – это, прежде всего, люди. «Своя рубашка ближе к телу», – говорим мы, подчеркивая, что собственное благополучие важнее интересов других людей. Что же может быть еще «ближе к телу», чем спецодежда, и с чего начинается хорошее самочувствие коллектива?

В принципе, условия задачи просты:

- есть клиент, которому нужно решить какую-то проблему.
- есть мы, играющие сразу несколько ролей – продавца, эксперта, помощника.

Идеальным рабочим местом менеджера по продажам должны быть голова и сердце клиента. Именно от клиента приходится «плясать» менеджеру. Что покупает человек, покупая перфоратор? – Отверстия в стене. Так и с нашим клиентом: он редко покупает спецодежду без отрыва от каких-то собственных представлений. Выяснить эту самую скрытую причину – главная задача. Здесь на помощь приходит пирамида потребностей Маслоу.

В зависимости от того, с кем мы общаемся (генеральный директор предприятия, коммерческий директор, главный инженер, охрана труда и т.д.), мы предлагаем собеседнику «утолить» ту или иную потребность, как-то:

1) потребность в самоактуализации. Клиент стремится к порядку и самовыражению? Значит, мы продадим ему такие преимущества ткани «Томбой», как различные цветовые варианты, сохранение внешнего вида на протяжении длительного периода. Клиент хочет узнать что-то новое, любит всяческие новинки? Тогда мы начинаем «жонглировать» терминами и названиями: Splashguard, санфоризация, Carrington. «Английское качество за российскую цену» – тут уже сложно что-то возразить.

2) потребность в уважении, одобрении. Здесь на первый план выходит личный престиж: если на предприятии в присутствии директора/начальника отдела охраны труда/снабженца мы говорим сотрудникам: «Вот ваш начальник думает купить вам ан-

глийскую спецовку», – престиж клиента взлетает до потолка. А за престиж люди готовы платить.

3) выгода. Ее мы продаем генеральному и коммерческому директорам. Садимся за стол и считаем: вот ваша прежняя одежда, которая стоила столько-то. Вот «Томбой», цена такая-то, показатели по прочности и износостойкости выше на столько-то. Умножаем, делим, складываем. Даже придумывать ничего не надо.

4) потребность в безопасности. Это мы продаем генеральному директору и охране труда. Удобная, комфортная одежда по фигуре – сотрудник ни за что не зацепится, не упадет. Даже аллергия возможна теперь только на сам факт работы, но не на спецодежду.

Что мы продаем непосредственно работнику? Спецовка, как личный инструмент, ближе всего к конкретному человеку «территориально». Он обустроивает ее, как собственную квартиру: «Здесь – сигареты, здесь – сотовый. Да и в серо-красном я выгляжу неплохо, не то что эти оборванцы из соседнего цеха». Мелочи очень важны: один работник завода после «знакомства» с халатом СПЕЦ больше всего оценил прорезь в левом нагрудном кармане – сквозь нее он пропускал наушники и слушал плеер, монотонно разливая соляную кислоту.

В целом, главное – это сделать так, чтобы клиент купил спецодежду из ткани «Томбой» в первый раз. Зачастую после этого уже не мы продаем, а клиенты покупают.

Теперь настало время ответить на главный вопрос:

КТО ТАКОЙ СЭР ТОМБОЙ?

Сэр Томбой – это король Артур нашего времени. Он со своими рыцарями Круглого стола попадает во всяческие передряги, но всегда выходит из них победителем. Благодаря чему? Благодаря своему волшебному (не побоюсь этого слова) костюму. И в воде не тонет, и в огне не горит¹.

Исторически все сходится: городок Адлингтон впервые упоминается в английских преданиях в 1090 году, а Артур появляется в поэтических хрониках Роберта Васа и Лайамона в 1150 году. В данной местности угольные пласты выходят на поверхность и уголь можно добывать без приложения больших усилий, чем и пользовались жители региона на протяжении многих веков. Исходным же сырьем для производства полиэфирных волокон являются нефть и каменноугольная смола. Городок был обречен на текстильное будущее. Вывод: скорее всего, ко двору короля Артура часто приходили торговцы из Адлингтона, предлагая его величеству качественную одежду.

¹ Здесь необходимо небольшое примечание: многие знают легенду о мече Артура – Экскалибуре, разившем врагов без промаха. Но немногие знают легенду о втором по важности доспехе короля – его щите. На щите, разумеется, был изображен герб. К сожалению, хоть Артур и стал хорошим королем, но вот художник из него был никчемный. Герб, который он нарисовал на щите, больше походил на брызги краски. Так он и прослыл в народе – Забрызганный Щит, или, если перевести дословно, Splashguard. Но это совсем другая история.

Чем можно было привлечь внимание короля?

- Яркие расцветки. Множество вариантов позволяло королю соответствовать цветам фамильного герба. Да что там король – рыцарям Круглого стола, которых было в среднем 14 человек, тоже удавалось выделяться из толпы.
- Неприхотливость в уходе. Утюгов в то время не было, а даже если и были, то электричество еще не изобрели. А тут сплошные преимущества: снял костюм после похода, в котле прокипятил (прототип высокотемпературных стирок будущего), повесил на щит и пускай себе сохнет – наутро будет как новый.
- Отдельный разговор о «катышках». Представьте: въезжаете вы на вороном коне в родной город после долгой дороги. Разумеется, в седле провели не один день: и трусцой ехали, и рысью неслись, и галопом летели. Неудивительно, что все брюки будут в катышках. И снова адлингтонские мастера выручают: ткань для брюк – особенная, антипиллинговая (распространенный термин в языке древних кельтов).

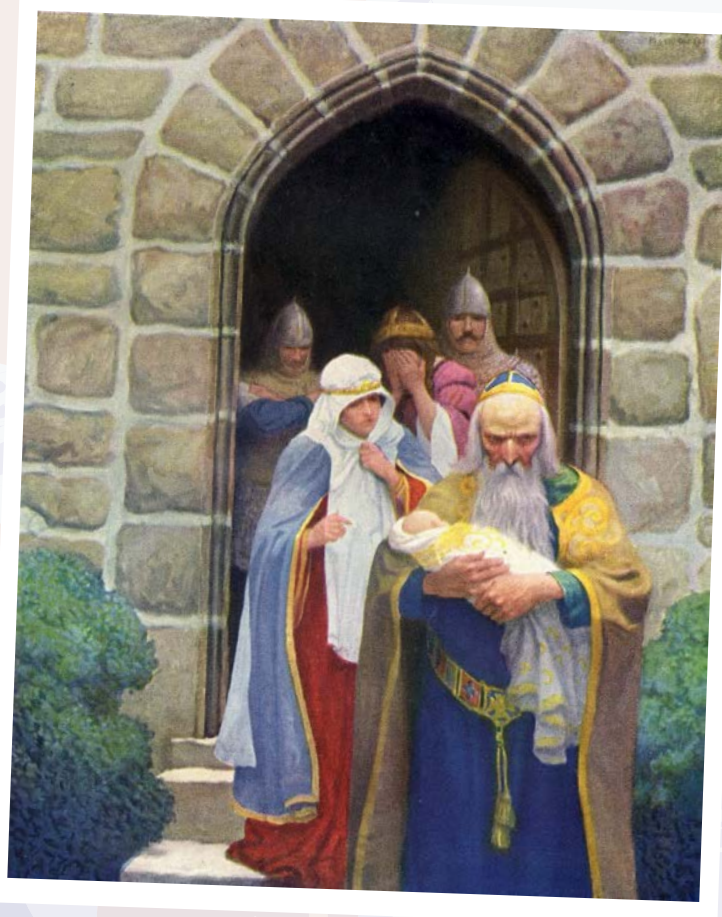
Ну и, наконец, последний аргумент. Внимательно посмотрите на эту гравюру.

Думаете, никакой связи? Тогда взгляните получше. Во что завернут новорожденный Артур? Да, это снова «Томбой». Нулевое содержание формальдегида позволяет будущему королю оставаться в безопасности и не бояться аллергической реакции.



МИРОШКИН Д.С.

«ВОЛГОГРАД-ВОСТОК-СЕРВИС», Г. ВОЛГОГРАД



Мерлин похищает новорожденного Артура. (Н. К. Уайет, 1922)