

«Эта книга изменит правила игры для любого интроверта, который ненавидит продавать или считает, что просто не может этого делать. Знай, ты можешь!»

— Нил Патель, автор бестселлера по версии New York Times «В мозгу хастлера: в погоне за финансовой свободой» и соучредитель Crazy Egg & Hello Bar

«Вот все основные приемы, которые нужны вам, чтобы стать успешным продавцом! Если вы когда-нибудь чувствовали, что ваша интроверсия является препятствием на пути к успеху, больше не беспокойтесь. Мэтью Поллард точно покажет вам, почему это утверждение неверно! Если вы интроверт, который хочет добиться успеха в продажах (или в любой другой области, где доминируют экстраверты), книга Мэтью Полларда “Как продавать, если ты интроверт” для вас!»

— Маршалл Голдсмит, автор международного бестселлера «Прыгни выше головы!»

«Мэтью создал идеальное руководство для людей, которые неохотно вступают в мир продаж. Он победил благодаря своему чутью, мужеству, дружелюбию и честности. Но самое классное, что он задокументировал это, чтобы вы могли сделать то же самое. “Как продавать, если ты интроверт” — больше, чем книга о продажах, она одновременно является информативной и вдохновляет».

— Джеффри Гитомер, автор «Маленькой красной книги о продажах»

«Не читайте эту книгу... если вы любите оправдания. Раньше я верил, что не могу продавать, потому что я “интроверт”. Прочитав книгу Мэтью, я убедился, что фраза “интровертам не место в продажах” — оправдание. Моя интроверсия может быть преимуществом».

— Райан Дайсс, генеральный директор DigitalMarketer.com

«У интровертов есть все, что нужно, чтобы стать великими продавцами! Мэтью Поллард доказывает это и многое другое в своей поразительной книге. Делясь убедительными примерами и показывая четкую систему продаж, он предлагает интровертам способ развить навыки слушания и подготовки, чтобы завоевывать сферу продаж и начать влиять на людей».

— Дженнифер Канвейлер, доктор философии, автор бестселлера «Лидер-интроверт: Как преуспеть в обществе, где главенствуют экстраверты»

«По сути, я сам интроверт, поэтому я знаю важность надежных, адаптивных систем, которые строятся на использовании наших наиболее сильных сторон. Мэтью Поллард разработал процесс, который использует творческий потенциал, эмпатию и аналитическое мышление для развития отношений, которые создают решения, необходимые клиентам».

— Доктор Иван Миснер, основатель BNI и автор бестселлера по версии New York Times «Правда или заблуждение? Разрушение самых больших мифов о нетворкинге» (Truth or Delusion? Busting Networking's Biggest Myths)

«Я давно выступаю за то, чтобы взять под контроль продажи и одновременно с этим ставить во главу угла потребности клиента. Система Мэтью Полларда предполагает именно это — и многое другое. Блестящая, интуитивно понятная и бодрящая книга».

— Мэтью Диксон, автор книг «Чемпионы продаж. Что и как лучшие продавцы в мире делают иначе» и «Всегда ваш клиент. Как добиться лояльности, решая проблемы клиентов за один шаг» (входят в список главных книг о продажах, занимая первое и второе места как книги по продажам с самым высоким рейтингом за все время по версии HubSpot)

«Продажи должны претерпеть трансформацию. “Как продавать, если ты интроверт” превращает продажи из неудобного, неудачного, напряженного кошмара в плавный, обнадеживающий разговор».

- Марк Робердж, старший преподаватель Гарвардской школы бизнеса; бывший исполнительный директор HubSpot; автор бестселлера «Формула ускорения продаж» (The Sales Acceleration Formula)

«Интроверты могут достать луну с неба, и Мэтью Поллард покажет вам, как это сделать, в книге “Как продавать, если ты интроверт”. Интроверты, пришло время ЗАЖЕЧЬ!»

- Джон Ли Дюма, основатель и ведущий подкаста «Предприниматели рулят» (Entrepreneurs On Fire) (недавно он вошел в пятерку лучших подкастов для предпринимателей)

«Книга Мэтью помогает мне, экстраверту, понять, почему некоторые из моих крупнейших конкурентов в сфере продаж были тихонями».

- Эрик Дэй, вице-президент и генеральный директор по малому бизнесу в Северной Америке Dell Technologies

«Наконец-то! Руководство по продажам для людей, которые скорее отгрызут себе руку, чем “попытаются расположить к себе людей”... другими словами, для большинства из нас. Большую часть своей жизни я зарабатываю деньги, пытаюсь быть экстравертом на сцене, произнося речи. Когда же мне приходится делать то, что равносильно продажам, у меня не остается никакой энергии. Мне нужна система продаж, которая не будет полагаться на какие-либо природные способности к обаянию, ведению светской беседы или обхаживанию. “Как продавать, если ты интроверт” — вот эта система».

- Пол Смит, автор бестселлера «Мастер историй»

«Все знают, что интроверты не очень хороши в продажах. Неправда! “Как продавать, если ты интроверт” показывает необходимые шаги успешной продажи и делает это в простой, доступной и понятной форме. Благодаря использованию историй эта книга выходит далеко за рамки общих советов по продажам; она дает представление о том, как именно интроверты могут совершить прорыв в продажах. Погрузитесь в эту книгу, и вы немедленно начнете получать результаты».

— Джон Б. Молидор, доктор философии, президент Национальной ассоциации ораторов и профессор психиатрии Мичиганского государственного университета

«“Как продавать, если ты интроверт” — отличное чтение как для тихонь, так и для менее скромных. Мэтью Поллард не только показывает превосходство процесса над личными качествами, когда дело доходит до продаж, но и помогает проложить путь к созданию рабочих мест, которые подходят для всех типов людей».

— Эд Фрауэнхайм, директор по исследованиям и контенту из Great Place to Work Institute

«Мэтью Поллард действительно знает, о чем говорит. Каждому интроверту, заинтересованному в продаже какой-либо идеи или продукта, я бы посоветовал прочитать его книгу и воспользоваться описанным здесь простым и практичным процессом».

— Дерек Лидоу, профессор предпринимательства из Принстонского университета и автор книги «Лидерство в стартапах» (Startup Leadership) и «Краеугольный камень предпринимательства» (Building on Bedrock)

«Будучи инструктором по стратегии продаж в нашей (тогда еще) молодой компании, Мэтью заработал сотни тысяч долларов на продажах с помощью своей техники “просто

рассказывай истории”. Он превратил нашего замкнутого продавца с самыми низкими показателями в сотрудника с самыми высокими квартальными продажами. Теперь Мэтью превращает этот многонедельный курс в приятное чтение, которое заставит вас симпатизировать интровертам, одновременно впитывая проверенные и успешные стратегии продаж Мэтью. Я настоятельно рекомендую эту книгу как интровертам, так и экстравертам, чтобы повысить свои продажи».

— Волни Кэмпбелл, сопредседатель/директор Colliers International в Остине

«Мэтью Поллард бросает вызов некоторым проверенным временем представлениям о том, что нужно для успеха в продажах. Мне нравится, как он превращает реальные истории в практические советы, которые как новые, так и опытные сотрудники могут использовать сразу же! Книгу обязательно нужно прочитать всем, кто с гордостью называет продажи своей профессией!»

— Боб Перкинс, основатель и председатель Американской ассоциации специалистов по внутренним продажам

«Мэтью Поллард привлекает людей, и отлично продает. “Как продавать, если ты интроверт” не только развенчивает миф о том, что вы должны быть громким и общительным, чтобы преуспеть в продажах, но и предлагает мощную стратегию того, как все мы можем укрепить доверие и установить контакт с покупателями. Я абсолютно точно обожаю эту книгу. Я настоятельно рекомендую ее всем, кто связан с продажами, не только интровертам!»

— Майк Вейнберг, автор книг-бестселлеров по версии Американской ассоциации менеджмента «Управление продажами. Упрощенная версия» (Sales Management Simplified) и «Новые продажи. Упрощенная версия» (New Sales. Simplified)

«Предупреждаю, я прочитал книгу Мэтью со скептическим настроением. (Из интровертов получаются лучшие продавцы? Да ладно!) На странице 6 я был заинтригован; на странице 16 я был очарован — на странице 30 мистер Поллард завоевал еще одного верного и восторженного фаната. “Как продавать, если ты интроверт” — это не расплывчатый коучинг, не ободряющая речь, не горстка интересных идей. Это именно то что надо. Подход Мэтью — это чистое золото. Не только золото продаж, но и просто золото, и точка».

— Джон Дэвид Манн, соавтор бестселлера по версии New York Times «Красный круг» (The Red Circle) и классического бестселлера «Тайный язык денег»

«Чем больше мы узнаем об интровертах, тем лучше мы подготовимся к тому, чтобы использовать их сильные стороны. “Как продавать, если ты интроверт” — прекрасное дополнение к канону советов для интровертов, предлагающее конкретный, четко очерченный план, который помогает интровертам преодолеть ошибочное представление о том, что они не могут добиться успеха в продажах».

— София Демблинг, автор книги «Путь интроверта» (The Introvert's Way) и «Интроверты в любви» (Introverts in Love)

«Мэтью практикует то, что проповедует: называя наши болевые точки и делясь вдохновляющими историями успеха, он убеждает нас в том, что интроверты могут продавать! Его метод ставит процесс выше личности, что является музыкой для ушей предпринимателя-интроверта. Мне нравится, как четко он излагает свой проверенный метод. Независимо от того, берете ли вы на вооружение отдельные советы или принимаете всю его систему целиком, будьте готовы к тому, что ваш процесс продаж станет более плавным и легким!»

— Бет Л. Бьюлоу, автор книги «Предприниматель-интроверт» и ведущий подкаста «Предприниматель-интроверт»

ПРОБЛЕМАТОР

из этой книги вы узнаете:

- Типичные ошибки начинающих продавцов (см. главу 1 и главу 2).
- Как убеждать, не опровергая (см. главу 6).
- Почему именно интроверты лучшие продавцы (см. главу 10).
- Как презентовать свои сильные стороны и оставаться скромным (см. главу 11).
- Почему важно быть консультантом, а не продавцом (см. главу 9).
- Как оставаться преуспевающим на переполненном рынке (см. главу 11).
- Как спасти умирающий бизнес (см. главу 11).

Оглавление

<i>Предисловие</i>	13
1 Когда интроверты терпят неудачу в продажах	17
2 Подготовьте почву (Шаг первый: доверие и повестка дня)	51
3 Шахта для добычи золота (Шаг второй: наводящие вопросы)	81
4 Поговорите с нужным человеком (Шаг третий: проверка)	103
5 Не продавайте — рассказывайте (Шаг четвертый: продажа на основе истории)	117
6 Не спорьте — обходите возражения стороной (Шаг пятый: работа с возражениями)	133
7 Прощупайте почву (Шаг шестой: призыв действовать)	145
8 Спрашивайте, не спрашивая (Шаг седьмой: предположение продажи)	155
9 Совершенствуйте процесс	173

10	Преимущество интроверта в реальной жизни	181
11	Мастерство	203
	<i>Об авторе</i>	224
	<i>Ссылки и рекомендуемая литература</i>	228
	<i>Благодарности</i>	230

ПРЕДИСЛОВИЕ

Я ненавижу нетворкинг: он отвратителен и строится на манипуляциях.

В этом есть ирония, поскольку, к примеру, Forbes, Fast Company и Bloomberg считают меня одним из лучших специалистов по нетворкингу в мире. Тем не менее я не думаю, что занимаюсь нетворкингом. Я рассматриваю себя как «объединителя». Мне нравится знакомить людей, которым нужно встретиться друг друга. Познакомившись с кем-то, я начинаю думать о том, как то, что он делает, может помочь кому-то, кого я знаю. Я соединяю людей, чтобы помочь их стратегическим целям.

Я испытываю особый трепет, встречаясь с гениями, ничего не подозревающими о своей гениальности. По какой-то причине невероятно квалифицированные люди — технические специалисты, креативщики, предприниматели, мыслители — в последнюю очередь признают свой талант. Мне нравится помогать этим людям создавать инвестиционные предложения, учить их на протяжении всего процесса, видеть, как они получают доступ именно к тому, что им нужно, и наблюдать за успехом, который приходит от того, что они открывают собственный дар. Мне нравится помогать людям продвигаться.

Опять же, это довольно иронично, потому что я ненавижу рекламировать себя.

Я выросла в маленьком городке с населением в триста человек в сельской местности штата Айдахо и в детстве была невероятно застенчивой. Я была настолько замкнутой, что надо мной издевались в средней школе, похожей на ту, что изображена в фильме «Наполеон Динамит».

Я никогда не стремилась привлекать к себе внимание.

На протяжении долгого времени я была генеральным директором успешных государственных и частных компаний, но когда я начала строить собственный бизнес, я оказалась в невыгодном положении. Я знала, как продвигать всех и вся, кроме себя.

Как и нетворкинг, «продажи» были для меня мерзкой, связанной на манипуляциях штукой, практикуемой продавцами подержанных автомобилей и актерами из ночных рекламных роликов. Я не продавала себя, да и не хотела этого делать. Я думала, что, если я буду умным, хорошим человеком и действительно стану помогать людям, мне и так будут платить.

Как наивно.

Я бы хотела, чтобы это было правдой, но это сказка. После успеха моей книги «Как стать сильным объединителем» (How to Be a Power Connector) — одной из десяти лучших книг 2014 года по версии Inc. — люди начали мне звонить с просьбой выступить в их компании или на мероприятии. Я была новичком в платных выступлениях, поэтому сильно недооценивала себя и перегружала работой. Когда кто-нибудь спрашивал о моей ставке, я замирала, а затем называла, как мне казалось, большое число (оно было смехотворно маленьким) за мою сорокапятиминутную «болтовню».

Мои клиенты ценили то, что я делала. Они любили меня, а я любила их. Но независимо от того, сколько я помогала другим, мой банковский счет, казалось, никогда не соответствовал той пользе, которую я приносила.

Однажды я случайно наткнулась на статью о мягких продажах от Мэтью Полларда. Это была одна из лучших статей о правильном подходе к продажам, которую я когда-либо видела.

Прочитав другие статьи Мэтью, а затем поговорив с ним лично, я почувствовала, что могу ему доверять. Это специалист по продажам, который не пытался быстро уговорить меня на... ну, на что угодно. Он не хотел использовать людей. Он не хотел обманывать. Он искренне хотел помочь. Он вел бизнес так, как мне самой нравилось вести бизнес: сосредоточившись на том, чтобы дать людям то, в чем они действительно нуждаются.

Мэтью бросил вызов моим основным убеждениям в отношении продаж. Например, то, что я считала всего лишь сорокапятиминутным выступлением, на самом деле включало несколько дней подготовки и написания речи, по крайней мере два дня в дороге и альтернативные издержки от невозможности работать с другими клиентами во время поездки. И эта концепция еще не учитывает ценность идей и опыта, которыми делятся в самой презентации или в ходе дискуссий один на один с участниками после нее.

Неудивительно, что некоторые клиенты опасались меня нанимать — я стоила слишком дешево!

Как интроверт и особенно как женщина, которую всегда учили ставить других выше себя, я инстинктивно уклонялась от вопроса: «Сколько вы берете?» Бывший руководитель нескольких компаний не мог уверенно ответить на основной вопрос о собственном бизнесе.

Мэтью предложил одну фразу, которая все изменила.

Вместо того чтобы ждать, пока кто-нибудь спросит о цене, я предупреждала этот вопрос, спросив: «Теперь, когда вы подумали о том, чтобы нанять меня или пригласить выступить