

Александр Залогин, Эльвира Юсупова

**УБОЙНЫЕ ТЕХНИКИ
ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ В ОПТЕ**

поиск поставщиков в опте

2012



ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВНЫЙ ВОПРОС: ЗАЧЕМ ВЫ НУЖНЫ ПОСТАВЩИКУ?	5
ВЕДЕНИЕ БАЗЫ ПОСТАВЩИКОВ	9
КАК "ГРЕТЬ" ПОСТАВЩИКОВ?	12
ОНЛАЙНОВЫЕ СПОСОБЫ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ	13
ДОСКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ	16
СПИСОК БАЗОВЫХ БЕСПЛАТНЫХ РЕКЛАМНЫХ ПЛОЩАДОК	19
ЯНДЕКС–ДИРЕКТ ДЛЯ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ	21
КАК НАЙТИ ПОСТАВЩИКА НА ВЫСТАВКАХ?	23
NETWORKING КАК СПОСОБ ПОИСКА ПОСТАВЩИКА	25
ЖЕЛТЫЕ СТРАНИЦЫ	29
ПОИСК ПОСТАВЩИКОВ ЧУЖИМИ РУКАМИ	31
ДЕЙСТВИЯ РЕШАЮТ!	34
ЗАПАС КАРМАН НЕ ТЯНЕТ	36
ПРО КИДАЛОВО В ОПТЕ!	37
КАК ПОЛУЧИТЬ СВОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ?	41
ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ СМОГ	43

ВВЕДЕНИЕ

Здравствуйтесь, уважаемый читатель.

В данной книге речь пойдет о том, как Вы, будучи посредником в мире опта, можете легко и безболезненно искать поставщиков.

В отличие от традиционных способов поиска поставщика, в данной книге рассмотрены несколько совершенно не стандартных, но тем не менее, достаточно эффективных и действенных способов поиска и нахождения поставщиков.

Все способы, о которых речь пойдет в данной книге, целиком и полностью опробованы нами лично, и обкатаны практикой десятков наших учеников по всему СНГ.

Но, хотим Вас предупредить для того, чтобы у Вас были результаты – Вам нужно делать. От того, что Вы что-то новое узнаете – все равно ничего не изменится.

Поэтому узнавайте, внедряйте и получайте результаты.

С Уважением, Александр Залогин и Эльвира Юсупова.



Александр Залогин

Владелец всероссийской дилерской сети по оптово-розничным продажам небесных фонариков fonariki5.ru (20 филиалов по России).

Долгое время занимался продажей инертных материалов (щебень, песок, гравий, отсеб) nerks.ru. В данный момент занимается оптовыми поставками сельхозпродукции по всей России stu93.ru

Автор 6 книг, по продажам и маркетингу в интернете.



Эльвира Юсупова

Генеральный директор оптовой компании "АгроСбыт" (оптовая реализация крупного рогатого скота по России).

Ведущая Всероссийского Интенсива "Быстрые деньги на агентских договорах".

Автор и ведущая курсов и вебинаров "Старт с нуля или как заработать на агентских договорах"

Наши контакты:

Александр Залогин

Страница вконтакте – <http://vk.com/zalogaaa>

Блог – a-zalogin.com

Электронная почта– im@a-zalogin.com

Эльвира Юсупова

Страница вконтакте – <http://vk.com/yuselvira>

Блог – <http://elvirayusupova.ru>

Группа вконтакте – <http://vk.com/optbiz>

Электронная почта– [info@ elvirayusupova.ru](mailto:info@elvirayusupova.ru)

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС: ЗАЧЕМ ВЫ НУЖНЫ ПОСТАВЩИКУ?



Итак, предположим, вы уже решили продавать что-то оптом. Уже оттестировали нишу, и у вас встал вопрос о том, что вам необходим поставщик. Прежде всего, вам нужно задать себе очень важный вопрос, **почему поставщик должен хотеть работать с вами?**

Почему когда вы приходите к поставщику, он должен согласиться с таким, зачастую алчным посредником. И тем более с новичком, который только начинает развивать ту или иную нишу.

Если у вас есть ответ на этот вопрос — хорошо, значит, вы понимаете схему работы.

На самом деле вы должны четко преследовать следующую схему работы: **вы приводите клиентов, увеличиваете продажи, снимаете заботы с поставщика, которыми ему лень заниматься самому, делаете крупный заказ.**

Тем не менее, у многих новичков на начальном этапе закрадывается следующая мысль: «А не пошлет ли поставщик меня?»

На самом деле, когда мы тоже начинали свой путь в опте, у нас был абсолютно аналогичный страх того, что с нами даже не будут разговаривать.

Александр Залогин о начале работы в оптовых продажах:

«Мне на тот момент было полных 19 лет. На меня психологически сильно давил тот факт, что мне придется ехать к этим мужикам, которым по 40—50 лет. Они ездят на Мерседесах последних моделей, а я приехал на маршрутке. И они меня будут взглядом пожирать просто».

Тем не менее, как далее показала практика, не такие уж это страшные мужики. Единственная причина, по которой возникает данный страх – это страх неизвестности. Т.е вы скорее всего никогда этого даже не пробовали, и поэтому боитесь неведомых последствий.

Анализируя рынок сельскохозяйственной продукции, мы заметили с одной стороны очень забавную, а с другой очень печальную тенденцию:

Вспомните, как это бывает, когда вы за городом едете куда-нибудь по трассе. Проезжаете различные хозяйства, совхозы, питомники и так далее.

Вспомните, что из себя представляет реклама этих организаций?

Зачастую реклама представляет собой следующее: вы едете по трассе, слева на обочине большая вывеска, белая стрелочка, на которой черным шрифтом написано «овощи». И эта стрелка указывает куда-то на противоположный конец дороги в лес.

И для многих поставщиков это единственная реклама, которой они себя продвигают.

Когда приезжаешь к ним и начинаешь с ними общаться, узнавать, как у них дела, интересно или неинтересно с нами работать. Они, во-первых, говорят, что очень интересно, а во-вторых, говорят, что у них уже который год большие проблемы со сбытом. Они собирают крупные урожаи, и потом не знают куда его деть. Нет покупателей.

На самом деле, большинство из таких поставщиков действительно страдают. Нет клиентов, им некуда сбывать свою продукцию, которую они произвели. Поэтому им очень-очень интересно, когда мы приходим к ним, приводя за собой новых клиентов. Разумеется, в этом случае, поставщики с удовольствием делятся деньгами с нами.

И даже если у поставщика есть свой отдел продаж, со своими менеджерами, которые вроде как тоже что-то продают, то все равно у вас есть огромное преимущество.

Подумайте, ведь сейчас поставщик сам тратится на рекламу, на телефонные разговоры, визитки, плюс менеджер по продажам получает оклад вплоть до 40 % от прибыли компании.

И тут приходите вы, энергичный, целеустремленный. Говорите, что вы берете все расходы на себя, приводите клиента. В курс дела его вводите, продукцию рекламируете, все объясняете. И в этом случае не работать с вами, отказываться от клиентов, от оборота, от денег, на самом деле, очень глупо.

Вы должны это в первую очередь сами понимать. У нас в коучинге есть человек, который занимается фруктами. Как то он приехал на овощную базу в Питере, пообщаться с потенциальными поставщиками.

В ходе разговора с поставщиками сказал им, что будет их продвигать. Им это, конечно, стало интересно.

Тут поставщики решили узнать, а как собственно этот человек в принципе собирается их продвигать, и где он будет брать клиентов?

Он не долго думая сказал, что будет продвигать их через интернет. Поставщики в этот момент сильно удивились: «Ого, там на самом деле клиенты есть? Их в интернете можно найти?»

Это на самом деле этот случай наглядно говорит о том, что в России рынок, бизнес и особенно B2B рынок находится в зачаточном состоянии. И здесь, как говорится, деньги под ногами валяются.

ВЕДЕНИЕ БАЗЫ ПОСТАВЩИКОВ

Первое, с чего начинается работа с поставщиками, как ни странно, это база поставщиков. Потому что, если вы будете вести базу потенциальных и реальных поставщиков где-нибудь на огрызках газет, на туалетной бумаге, то эффекта не будет.

Потому что когда в один прекрасный момент, когда вам понадобится найти нужного поставщика под нужного клиента, у вас не будет возможности это реализовать, придется просто сливать клиентов.

Первый важный аспект при работе с поставщиками – это база поставщиков, которую нужно вести.

На самом деле, когда мы говорим про поиск поставщиков, вы должны понимать, что **просто сохраненные в закладках ссылки на сторонние сайты не являются базой.**

Очень важно, чтобы вы понимали, что такое база и что такое база поставщиков и база покупателей, как она должна выглядеть. Базой, которая ведется в электронном виде, должна лежать на жестком диске или хотя бы на флешке. Вести ее можно там, где вам работать удобнее. Кто-то делает это в Мегаплане, кто-то в Excel, кто-то в google-документах, принципиальной разницы здесь нет.

Эльвира Юсупова о личном опыте ведения базы поставщиков:

"На самом деле я сама лично все базы держу в google-документах, просто в виде таблиц, где у меня открыт доступ мне и моей сотруднице. При этом я вижу в онлайн режиме, когда у меня сотрудница что-то заполняла, когда она заходила, когда выходила. Это очень удобный вариант следить за ней и, соответственно, общую базу иметь".

Существует несколько пунктов, которые вы обязательно должны указывать при составлении базы поставщиков.

Это: полное название поставщика , адрес склада, адрес офиса, сайт (если есть), e-mail, телефон. Все это должно быть систематизировано, храниться на вашем компьютере, и, даже если вы только-только начинаете, должны понимать, что вам нужно расти, масштабироваться и делегировать это сотруднику.

Вам нужна такая база, которую вы откроете, покажете сотруднику и скажете: «Вот полная база, начинаем с ней работать». А не так, что там что-то записано, здесь что-то записано, тут перечеркнуто, что-то в кармане, что-то дома, что-то еще где-то. Это не база, вы должны понимать.

Кроме тех колонок, которые должны быть обязательно, вы так же можете внедрить такие полезные колонки как **«Дата последнего звонка»** и **«Дата следующего звонка»**.

Вы ставите дату, когда вы позвонили этому поставщику, и когда будет вам необходимо совершить следующий звонок. Например, если у поставщика сейчас нет товара на продажу, то вы можете перезвонить ему через месяц.

Пример таблицы поставщиков :

Название	Адрес офиса, адрес склада	Имя руководителя	Контакты, рабочие телефоны. Сотовые, Ф.И. контактного сотрудника, должность	Дата звонка последнему	Комментарии Всё, что смогли узнать, подробно	Дата следующего звонка
ОАО «Макфа» г. Георгиевск	Георгиевский район, г. Георгиевск, ул. Мельничная, 1	Эдуард Максимович	8 (87951) 5-11-24, приемная - 6-35-97 отдел маркетинга. Дмитрий (старший менеджер) 5-11-30	01.10.2012	«Дочка» общероссийской компании. Производит пшеничную муку 1,2 и высшего сорта (расфасовка от 5 до 50 кг). Работают с НДС по 100%-й предоплате. Условия доставки – самовывоз и ЖД-отгрузка. Проблем с вагонами нет. ПЕРЕЗВОНИТЬ 10 ОКТЯБРЯ - будут сформированы новые цены на весь ассортимент и известен объем производства на октябрь (все зависит от закупок зерна по новым ценам).	11 ОКТЯБРЯ
ОАО «Ставропольский мукомольный»	г. Ставрополь, ул. Железнодорожная, 1	Дмитрий Горохов Иванов	8 (8652) 28-15-77, 28-15-78. Коммерческий директор – Иван Иванович, 8-962-440-23-30. stavmil5@stav.ru	01.10.2012	Завод производит 3-5 тыс. тонн муки в месяц. Мука 1 и высшего сорта (расфасовка 2, 5, 10 и 25 кг). Работают с НДС по 100%-й предоплате, далее возможны отсрочки платежа. Доставка: ЖД, авто и самовывоз.	11.11.2012
ООО «Ставмука»	Россия, г. Ставрополь, Старомарьевское шоссе, 13.	Директор – Денис Владимирович.	(8652) 298-377, (962) 441-06-82. Менеджер – Марина.	01.10.2012	Работают с НДС по 100%-й предоплате (во всяком случае первые несколько сделок). Производят пшеничную муку высшего и первого сорта по ГОСТу.	11.11.2012

КАК "ГРЕТЬ" ПОСТАВЩИКОВ?

Поставщиков надо тоже «греть», поддерживая с ними контакт. То есть в любом случае, если вы просто нашли его, и просто взяли, продали ему что-то, потом забили на него, то, соответственно, это будет неэффективно.

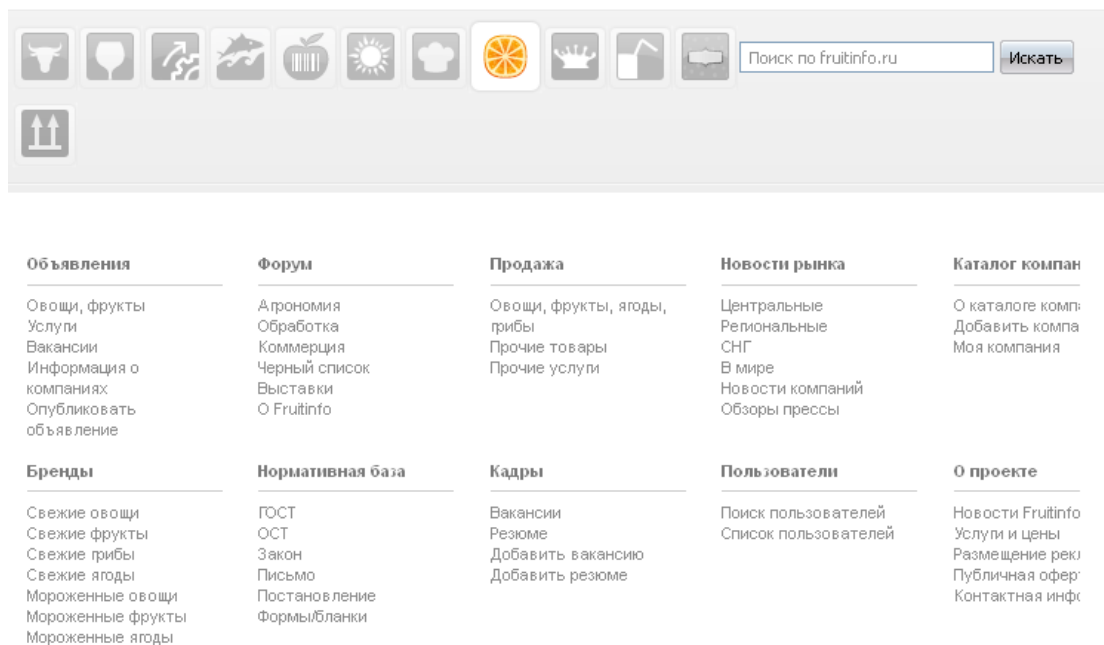
То есть тут же «рулит» тема с двухшаговыми продажами, с многошаговыми продажами, когда вы одного лида сгенерировали, и, соответственно, потом его «греете». То есть периодически звоните, интересуетесь, какие у него есть потребности.

Мы, когда внедрили эту технологию в свои бизнесы, то очень сильно удивились. Как оказалось, хотя очевидно, что человек может взять, поднять трубку и позвонить нам, но, тем не менее, они не звонят. Когда мы звонили, выясняли их потребности, они говорили: «Да-да. Почему вы нам не звоните? Мы так ждали вашего звонка...». Поэтому клиентской базы нужно касаться в любом случае.

ОНЛАЙНОВЫЕ СПОСОБЫ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ

Итак, теперь перейдем к непосредственному поиску поставщиков.

Первая техника, которую мы рассмотрим — это поиск поставщиков на так называемых тематических площадках.



Тот, кто уже работал или пробовал заниматься какой-либо оптовой нишей, понимают, чем именно опт отличается от розницы. Основным главным различием опта от розницы является то, что **любая ниша очень узконаправленная**.

Есть, например, рынок производителей сахара, где покупатели и поставщики занимаются только производством, продажей сахара. Они не продают мясо, они не продают параллельно картофель. И в результате того, что людям, занимающимся определенным направлением, нужна площадка для общения в сети, возникают тематические площадки, где объединены какие-то узконаправленные ниши.

Такие площадки обычно содержат и объявления, и форум, и новости рынка, и каталог компаний, и возможность регистрации пользователей.

Если вы уже определились с нишей, то обязательно, первым делом Вам нужно найти и зарегистрироваться на тематических площадках в своей нише.

Большим плюсом подобных площадок является наличие форума, где есть черный список недобросовестных покупателей и поставщиков

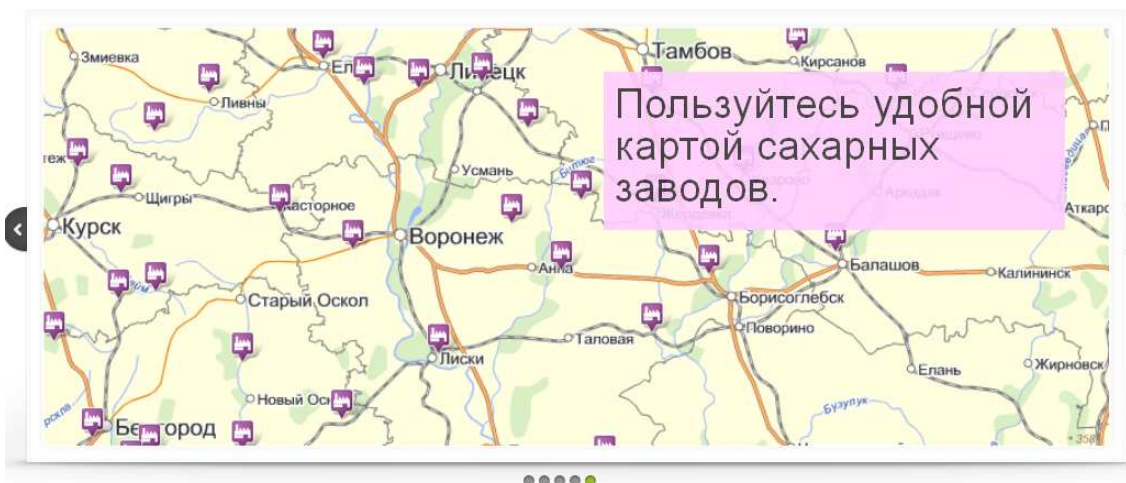
В качестве примеров можно привести тематическую площадку для продавцов и покупателей мяса— это www.meatinfo.ru. Для овощей и фруктов это www.fruitinfo.ru.

По любым нишам такие тематические площадки есть. Надо их поискать, надо там зарегистрироваться и использовать.



[Регистрация](#) [БОИТИ](#)

[Главная](#) [Новости](#) [Объявления](#) [Отрасль](#) [Цены на сахар](#) [Форум](#) [Компании](#) [Аналитика](#)



Еще один способ найти эти площадки — ввести в Google, например: «Тематические площадки строительство» (если вы занимаетесь строительством). По каждой нише, если вы начнете разбираться, вам не удастся пройти мимо тематических площадок, если будете искать информацию. В конечном итоге вы придете к качественным тематическим площадкам. Потому что они очень хорошо индексацию проходят в поисковых системах, хорошо рекламируются и имеют

платные какие-то платные услуги, их не заметить нельзя. Но для этого, конечно, надо погружаться в свою нишу.

ДОСКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Наверняка, многие из вас уже знакомы с досками объявлений. Как вы понимаете, это такие сайты, которые принципиально отличаются от тематических площадок. Доски объявлений — это такие ресурсы, на которых представлена «сборная солянка».



Взять то же Avito (это самая, наверное, известная доска объявлений в России): там можно купить и кроссовки, и старый шкаф, и какие-нибудь асбестоцементные трубы. И всевозможных досок неимоверное количество.

Рассмотрим основные принципы работы с ними. Как показала наша практика, **не нужно бояться работать со старыми объявлениями**. Вы открываете доску объявлений, начинаете там искать какой-то товар (какого-то поставщика).

И основное правило, о котором вы должны всегда помнить: вы не должны брезговать объявлениями, добавленными год или два назад. Особенно это касается не очень раскрученных площадок. Многие думают: «Зачем я буду звонить, если человек год назад объявление размещал?» Никакого смысла в этом нет».

Тем не менее, как показала практика, смысл в этом есть! Мы нескольких поставщиков именно так и нашли. В процессе работы у них интересовались: «А почему вы давали объявления, а потом перестали?».

Обычно история такая: есть поставщик. У него есть сын, которого зовут, допустим, Серега. Его отец попросил: «Серега, я сейчас продаю это и это. Ты мне в интернете расположи по поводу моей ниши какие-то объявления, потому что я слышал, вроде в интернете клево все продается». После чего Серега берет, добавляет папино объявление.

Потом Серега куда-нибудь уезжает, например, на учебу в город. Проходит 2 года, Сереги нет, никто больше объявления не выкладывает. Но поставщик по-прежнему этим занимается, у него так же «движуха» идет, производство никуда не делось, просто объявление выкладывать некому.

И именно в этих старых, необновляемых объявлениях есть очень большой потенциал. Нам нравится больше всего работать с компаниями и с поставщиками, которые плохо рекламируются.

Продажи у них меньше, соответственно, нагнать можно больше. Если компания активно пиарится, то работать с ней для нас более проблематично, потому что начинают выкручивать руки, начинают гнуть свои условия: «Мы и сами неплохо продвигаемся, вы нам не так уж и нужны».

И поэтому тут основной принцип — это не брезговать старыми объявлениями и **просто напролом всем звонить**. Естественно, звонить по скрипту. И даже если человек сейчас этим не занимается, у него всегда можно поинтересоваться, кто сейчас занимается.

Можете сделать это сами, можете нанять фрилансера, можете заплатить своему сотруднику. Здесь не так принципиально, как вы это будете делать. Кроме того, можно написать по электронной почте.

Вы пишете типичное письмо: *«Добрый день, меня зовут Александр, компания «СельхозЮгТорг». Нашу компанию интересует взаимовыгодное сотрудничество с вашей компанией и закупки 50 тонн картофеля еженедельно такого-то сорта. Если у вас есть возможность таких поставок, то пишите нам на нашу почту, и мы обсудим этот вопрос».*

Пишем такое типичное сообщение, отдаем его фрилансеру, сотруднику, либо сами это делаем. И по формам обратной связи на сайте отправляем буквально повсюду. Как показала практика, если вы отошлете например 300 подобных писем, то вы в итоге сможете получить около 20—30 актуальных предложений от поставщиков, которые не поленились вам написать и, соответственно, заинтересованы в сбыте.

Как вы понимаете, на тематических площадках располагаются более продвинутые поставщики, которые разбираются в интернете. Но в первую очередь они бегут на доски объявлений, потому что это более очевидно и понятно (по телевизору рекламируют www.avito.ru, поэтому я буду продавать свою пшеницу, там). И потенциал досок объявлений действительно очень большой.

СПИСОК БАЗОВЫХ БЕСПЛАТНЫХ РЕКЛАМНЫХ ПЛОЩАДОК

В качестве бонуса к данной книге, мы решили дать вам список базовых бесплатных рекламных площадок, по которым вы можете как рекламироваться сами, так и искать поставщиков:

avito.ru

slando.ru

irr.ru

olx.ru

tiu.ru

212.ru

dorus.ru

baraholka.com.ru

24-on-line.ru

prodayslona.ru

mercatos.ru

6kontinentov.ru

world-page.ru

gazeta500.ru

bestru.ru

nashadoska.com

panura.ru

ruslist.ru

mylot.su

rarum.ru

doska.us

deall.ru

vdoske.ru

495ru.ru

pc01.ru

1000dosok.ru

ekspa.ru

vbo.ru

debett.ru

бесплатныеобъявления.рф

ruboards.net

bb.biznet.ru

pulscen.ru

allbiz.ru

ЯНДЕКС–ДИРЕКТ ДЛЯ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ

Одним из эффективнейших способов поиска поставщика в интернете является поиск с помощью яндекс–директа.



Для тех, кто занимается оптовой торговлей, этот способ очень актуален. Если у вас нет Яндекс Директ, настройте его в любом случае. Мы часть трафика гоним через Директ. Там движуха идет нормально, если его правильно настроить.

Основной принцип поиска поставщика через Директ — когда у вас есть большое количество объявлений о ваших товарах и есть заголовки. Например, вы продаете щебень — у вас заголовок «Продаю щебень».

Вы берете те же объявления, по которым вы просто рекламируетесь, и просто в заголовках меняете слова «Продаю» на «Закупаем» или «Куплю». Не просто «Щебень», а «Закупаем щебень гравийный, 5.20 оптом». В таких-то объемах. То, что щебень — оптом – это очевидно, в пакетах он не продается.

Основная задача — именно прописать заголовки. Когда вы это сделаете, то увидите, что поставщики начнут вам звонить сами.

В чем здесь фишка? Почему классно, когда поставщик звонит вам сам, а не вы звоните поставщику?

Во-первых, как мы это делаем? Мы сначала говорим: «Да, покупаем, конечно». Это стандартная фраза. «Мы сейчас работаем с тремя заводами московскими и с одним в Питере. Они постоянной основе берут такой-то объем еженедельно.

Нам интересны большие объемы. Какой объем вы хотите продать?» «Столько-то тонн».

Мы говорим: «О'кей. Мы готовы у вас все выкупить за такой срок. Что вы готовы предложить?» Тем самым мы поставщика ставим в такое положение, что он сам нам позвонил и ему самому приходится называть цену.

Причем мы ему сказали, что нас интересуют большие объемы. И ему с одной стороны не хочется продешевить, а с другой стороны включается алчность: три завода в Москве, один в Питере, черт возьми, надо же продать! И с этого начинается торговля. Поэтому **искать поставщика через Директ очень удобно: люди звонят вам сами.**

Но у некоторых эта ниша работать не будет. Например, если вы продаете сахар, а те, кто этим занимался, знают, что у поставщиков проблем со сбытом нет. На сахар спрос бешеный, и зачастую поставщики не будут звонить вам, предлагать: «Слушай, купи сахар». Может, и будут предлагать, но по какой-то нереальной цене.

У кого нет Директа, очень рекомендуем вам его настроить, потому что вы не получаете часть трафика, не привлекая людей через Директ. Из минусов этого способа. Он не бесплатен, стоит денег. И определенных навыков. Вам придется платить.

КАК НАЙТИ ПОСТАВЩИКА НА ВЫСТАВКАХ?

Следующий способ поиска поставщика — это поиск поставщика на различных выставках, конференциях.



Оффлайновые выставки проходят обычно в крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Краснодар. Специализированные выставки есть в любой нише. Следует иметь в виду, что **крупные выставки проводятся не каждую неделю, и даже не каждый месяц, надо за ними следить.**

В чем заключается основной плюс? Вам, как участнику, который придет посмотреть и просто познакомиться с компаниями-производителями это, чаще всего, ничего не будет стоить. Поэтому желательно туда съездить, посмотреть, оставить свои визитки, познакомиться, пообщаться.

Поставщики любого товара в основном представляют свои брошюры, свои визитки, примеры продукции, пробники.

Далее вы оставляете свои , набираете кучу визиток и брошюр поставщиков. Дома читаете, разбираетесь и перезваниваете им.

В чем основной плюс поставщиков, которых вы можете найти на выставках?

Во-первых, **все поставщики уже проверенные**, это не фирмы-однодневки, потому что участие в крупной выставке стоит очень дорого. Поэтому фирмы-однодневки там не могут присутствовать.

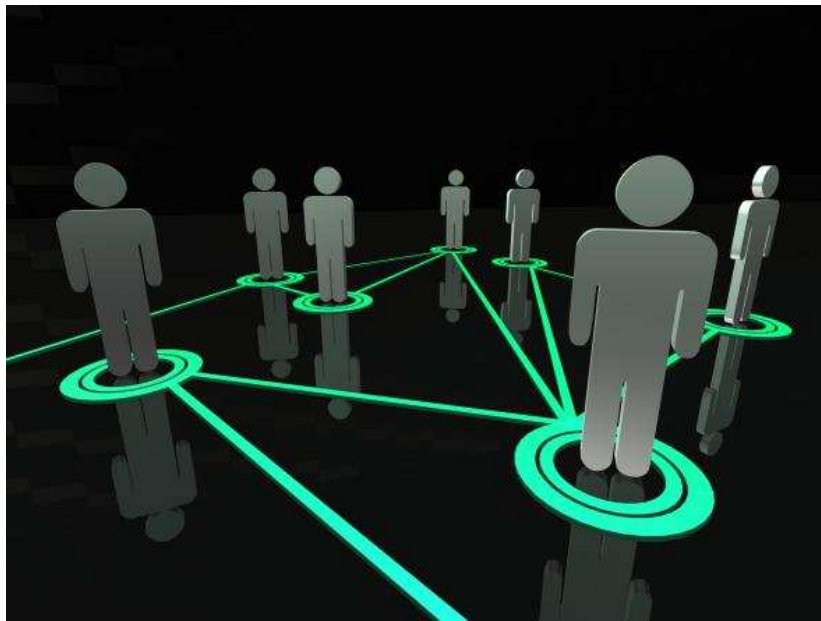
Вы получаете список участников, это 100 % поставщики, 100 % крупные проверенные компании.

Вам не надо бояться фирма-однодневка это или нет, а этот поставщик кинет нас или нет. Это способ на 100 % работающий и на 100 % эффективный. Можете его использовать, тем более выставки есть для любой ниши.

Если у вас есть хорошая база и надежные поставщики, полдела уже сделано, на наш взгляд. Советуем использовать эту технику, поскольку она повышает вашу экспертность в нише и за один день у вас появляется большое количество контактов.

NETWORKING КАК СПОСОБ ПОИСКА ПОСТАВЩИКА

Если личную жизнь как-то можно обустроить и в полном одиночестве (чисто теоретически), то бизнес – это всегда отношения людей. Тут без умения завязывать нужные связи вообще делать нечего. И вот, таким социальным связям, благодаря которым обеспечивается успех (или неуспех) любого дела, досужие американцы дали отдельное название «нетворкинг» (от англ. net – сеть, и work – работа).



Все мы знаем, как важны личные связи. Ну, знать-то знаем, а что делаем?

Или ничего, или Так, делаем хаотические «телодвижения», посещаем какие-то «мероприятия...»

На вопрос: «Что такое нетворкинг?» ответ можно дать довольно просто – это наука, как заводить необходимые, полезные для дела социальные связи. На вопрос: «Зачем это нужно?» тоже никто не затруднится ответить. Это просто необходимо!

Суть на самом деле очень проста – связи решают всё.

Через связи (особенно в опте) очень и очень многое можно сделать...

Используя нетворкинг, можно выйти на необходимых людей. Можно найти поставщика. Можно найти клиента и т.д.

Обычно в жизни так и получается, что почти у всех есть некий «дядя Толя, который знает дядю Мишу, у жены которого есть сын, тесть которого владеет заводом, который производит товар для нашей ниши»

На самом деле это наиболее простой способ и потому, что вас уже знают, пусть даже и через знакомых. А когда вы выходите на поставщика через «Холодный звонок» (вы ему звоните, а он вас не ждет), то разумеется доверия к вам ни какого, потому что вас никто не знает, и особо на уступки идти не захочет.

Поэтому, на этом этапе сразу же проанализируйте круг своих родственников, друзей и знакомых. Позвоните им, узнайте, есть ли у них знакомые, которые занимаются вашей нишей, например щебнем. Как правило, после 5–6 обзвоненных знакомых начинают появляться нужные люди.

Александр Залогин о личном опыте нетворкинга:

«Я 50 % своих поставщиков нашел именно через networking, через связи и общих знакомых. Очень круто если у вас есть возможность общаться со старшим поколением, кому сейчас 50—60 лет, потому что зачастую в опте как раз такие взрослые люди крутятся и работают.»

Я очень много поставщиков нашел через своего отца. У них бригада монтажников, периодически встречаются с разными людьми, общаются, узнают, чем они занимаются.»

И у него много контактов таких людей, которые что-то производят, что-то продают. Когда я инертом начинал заниматься, первый человек, к которому я обратился, был отец: «Слушай, пап, хочу продавать щебень, есть знакомые, которые этим занимаются?» — «Да, есть у меня заказчик, Женя, мы с ним хорошо общаемся, у него карьерой 300 км от Краснодара, давай я ему позвоню, возможно, ему интересно будет».

В итоге он позвонил дяде Жене, дядя Женя стал моим первым поставщиком, дал мне контакт исполнительного директора. В итоге он мне все объяснил, рассказал, как они работают. Основным плюсом было в том, что когда начинаешь, дико страшно с такими людьми общаться. А тут, когда я выходил на этого человека, он уже был лоялен ко мне, потому что он знает моего отца, потому что дядя Женя владелец и если исполнительный директор что-то не то скажет, то я пожалуюсь и ему, грубо говоря, по башке настучат. Он действительно ко мне нормально отнесся, всю эту тему разжевал, и я получил свою первую экспертность с этим человеком».

Основных принципов при использовании нетворкинга несколько, но первый принцип — это то, что **больше нужно общаться с людьми.**

Если человек гордый, и всех считает ниже себя, такая модель не прокатит. Нужно всегда общаться с людьми, интересуясь, чем они занимаются.

Опять же, тут возникает некий парадокс, и что теперь, нужно общаться только с обеспеченными людьми?

Вовсе нет! Это не значит, что вам нужно тусоваться с директорами заводов и ходить в дорогие рестораны, рядом с которыми преимущественно Лексусы припаркованы, и вы будете там со всеми ходить и заигрывать.

На самом деле, нужно общаться со всеми подряд и везде, где только можно. В магазине в очереди, с соседями по гаражу, с случайными знакомыми. Как показывает наш опыт, даже у простого работника могут быть выходы на директора завода.

Точки соприкосновения можно найти всегда. Поэтому первый способ найти таких людей — это банально взять в руки свой мобильный телефон.

Вы открываете свою телефонную книгу и начинаете обзванивать людей, которые потенциально могут быть связаны с тем или иным производством. Но нужно понимать, что если у вас в телефоне преимущественно школьники, то школьников нет смысла обзванивать, потому что, скорее всего, у них никого не будет. **Обзванивайте преимущественно старшее поколение.**

Второй вариант, вторая модель, когда вы знакомитесь со всеми подряд. Если у вас есть какие-то увлечения. Например, вы ходите в качалку. Вы можете больше общаться с людьми, выяснять, чем они занимаются, чем вы занимаетесь. И возможно будете находить точки соприкосновения.

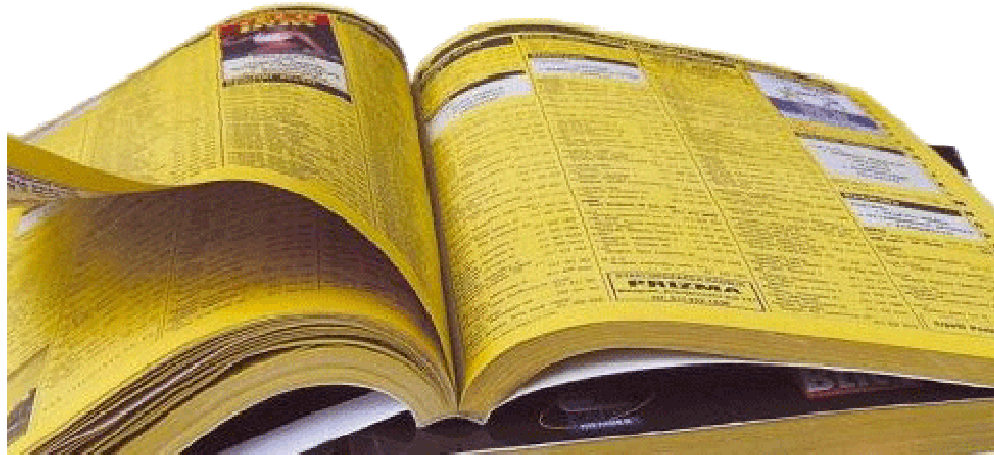
Есть 2 очень хорошие книги по теме нетворкинга.

Первая книга: автор **Дарси Резак «Связи решают все»**.

Вторая книга — **Кейт Феррацци и Тал Рэз «Никогда не ешьте в одиночку»**.

ЖЕЛТЫЕ СТРАНИЦЫ

Следующий способ, который мы вам рекомендуем использовать, который работает у нас, это способ поиска поставщика с помощью так называемых «Желтых страниц».



Желтые страницы – это своего рода справочники по товарам и услугам, в которых содержится информация по множеству отраслей и компаний.

В чем их основное преимущество? Они есть не только в бумажных версиях — старенькие такие многотомники. Есть они и в электронном виде — это сайты, которые называются «Желтыми страницами». Для каждой области, для каждого региона можно выбирать категорию.

Есть например «Желтые страницы», которые работают только для Петербурга. Вы выбираете свой регион, свою категорию, свой товар, и появляется список поставщиков или компаний, которые работают в вашей области.

Бумажные версии, на наш взгляд, даже лучше электронных.

Потому как выпускаются раз в год. Редакторы, выпускающие такие книжечки, обзванивают, проверяют информацию — она там всегда актуальная.

Эльвира Юсупова о своем опыте поиска поставщиков через желтые страницы:

«Как-то у себя дома, в республике Башкортостан, мне в руки попался телефонный справочник, который у нас дома лежит. Региональный — по нашему району только или по области. Я была удивлена, сколько всего в обычном телефонном справочнике.

Нашла совхозы, производителей крупного рогатого скота, которые никогда бы не нашла в интернете. Честное слово. Просто обычный телефонный справочник наподобие «Желтых страниц», только меньше и для одного региона — и там были все поставщики. Правда, это всегда зависит от ниши».

Но, как вы понимаете, именно в «Желтых страницах» находятся те поставщики, которые далеки от интернета. Они существуют, но интернет — вне их реальности. А с поставщиками, которые с интернетом не связаны, намного проще найти общий язык.

Для многих поставщиков очевиднее, что в какой-то журнал попасть эффективнее, чем в непонятный для них интернет. Во многих городах «Желтые страницы» лежат бесплатно в бизнес-центрах. Поэтому никакой проблемы нет.

Идете в ларек или в бизнес-центр, берете «Желтые страницы» и используете. Как говорится, не оцените, пока не попробуете.

ПОИСК ПОСТАВЩИКОВ ЧУЖИМИ РУКАМИ

Следующий способ поиска поставщика — это поиск поставщика чужими руками.

Пока у вас нет сотрудников, вы какую-то рутинную работу делаете сами. В интернете ковыряетесь, объявления какие-то рассылаете.

Но, тем не менее, есть очень крутой способ — это все дело делегировать. Причем делегировать за копейки.



Эльвира Юсупова о личном опыте делегирования рутины:

*« Сайт **workzilla.ru** очень полезен для тех, кто хочет заняться оптом или вообще бизнесом, кто параллельно учится, работает, и на все не хватает времени. Я, в общем-то, сайт **Workzilla** достаточно эффективно для себя использовала при сборе базы поставщиков.*

*Когда мы выходили на всю Россию, возникла проблема: нужны были поставщики из каждого региона. Я нашла сайт **Workzilla**, рекламирую его везде и всегда, всем ученикам, своим знакомым. Настолько мне приятно им пользоваться, настолько он мне нравится.*

В чем заключалась моя задача? Написать, собрать базу поставщиков, совхозов по Ярославской области — не менее 40. По тематическим площадкам я знала, какое количество поставщиков по этому региону может быть. Написала: не менее 40, оплата 150 рублей.

И приписка: «В случае если выполните качественно, если адреса будут правильные, телефоны настоящие, выкупаю еще три региона за 1 000 рублей».

Соответственно, у человека, который это выполнял, была мотивация. Не только 150 рублей заработать и подсунуть мне базу, которая не работает и скопирована непонятно где, а сделать качественно и потом в дальнейшем сотрудничать со мной и заработать 1 000 рублей. На то время у меня была сотрудница, которая обзванивала всех, проверяла базу — база действительно была качественная. И, действительно, я с этим же человеком набрала еще несколько регионов в базу поставщиков по этому методу. Человек работал очень быстро.

Там ребята сидят, которые около компьютера часами работают. Через час уже приходит ответ: «Все готово, скинем вам сюда». Ты отправляешь деньги, все замечательно. Это можно использовать не только для сбора базы. Всякие мелочи.

Вы потратите 50 рублей — вам картинку поменяют, объявления разместят. За такие деньги — 50 рублей, 100 рублей, 200 рублей — это очень удобно.

У сайта www.free-lance.ru задачи немного другие. Через фриланс я находила программистов, директологов и многих других. Я не люблю использовать своих друзей, навязываться, просить кого-то: «Сделай мне, пожалуйста, сделай мне подешевле, сделай мне по блату». Я лучше найму того же директолога через фриланс.

Заплачу ему нужную сумму и буду требовать с него качества. У меня такой принцип: все должно быть качественно, но за качество надо платить нормальные деньги. И Workzilla в этом плане — дешево, быстро и удобно.

Сейчас у меня есть помощница, зачастую она выполняет более важные дела. Не хочется тратить ее время на рутинные вещи — поднимать кучу объявлений или искать контакты, необходимые нам. Прибегаем к Workzilla: есть уже фрилансеры, с которыми три-четыре раза работали. Они достаточно проверены. Они знают нас, мы знаем их.

*Кроме этих сервисов **очень рекомендую, когда ваш доход от опта достигнет хотя бы тысяч 100 в месяц, нанять помощницу или помощника.** Как больше нравится. Хотя мужчины — помощники относительные. Лучше нанять помощницу и снять офис. Это вам упростит жизнь.*

Тогда вы разгрузите себя от всякой рутины, от ненужных звонков. Плюс зачастую клиенты интересуются: «А куда там можно подъехать, пообщаться?» И если у вас будет офис, будет человек, который может встретить клиента, то вам не придется по звонку клиента лететь через весь город, чтобы увидеться с ним.

У вас таких проблем не будет. Но, опять же, это не на начальном этапе. Это такой level up, когда у вас хотя бы соточка будет в месяц, тогда уже можно попробовать».

ДЕЙСТВИЯ РЕШАЮТ!

Понятно, что есть поставщики, которым потенциально не очень интересно с вами работать. Но, опять же, тут большую роль играет вопрос количества — сколько поставщиков вы обзвоните.

Нам тоже часто жалуются в стиле: «А вот знаете, я позвонил поставщику, а он сказал, что не хочет со мной работать. Блин, все, наверное, это не работает».

Это та же тема, мужчин касается, кто пикапом интересовался, то есть знакомством с девушками. Есть люди, которые в теории знают все, о фишках, о знакомствах с девушками, об отношениях, но по факту они боятся начать. И в опте то же самое.

Есть и мужчины и женщины, которые в теории знают все, но бояться начать, сделать первый шаг, позвонить первому поставщику. А если они звонят первому поставщику, и он их отшивает, то все, у них депрессия — «Это не работает, это какая-то ерунда, лучше пойду, повешусь» и так далее.

На самом деле, тут решает вопрос именно количество людей, которым вы позвоните и принцип, когда вы прете, как танк.

Вы берете базу ваших потенциальных поставщиков, контакты которых вы выписали себе например из «Желтых страниц». И далее вы тупо начинаете всех обзванивать. Когда вы начинаете, естественно, вы не будете нравиться поставщику.

Сразу смиритесь, что вы будете ему противны, скорее всего. Потому что скрипт не поставлен, вы звоните в первый раз. Наверняка волнуетесь.

Почему мы об этом говорим? Мы сами это проходили, и прекрасно понимаем, что поставщики нас просто ненавидели. Пришел какой-то

лысый мальчик и начинает что-то требовать. Поэтому вы по опту берете и **просто напролом обзваниваете кучу поставщиков. Сотни. Тысячи.**

Во-первых, получаете опыт общения, потому что когда вас слили 20 раз, вы уже понимаете, что ничего страшного в этом нет. Ну, слили и слили. А потом, на двадцать первый раз, поставщик откликнулся. Проникся вами, ему стало интересно. Вас это вдохновляет, и вы идете дальше.

Лично мы вообще и в бизнесе не считаем себя какими-то одаренными или очень умными, скорее, даже наоборот. Просто все, что у нас есть, мы берем и используем. Пробуем, прем и тестируем. Если что-то не получается, то мы просто получаем дополнительный опыт и обратную связь по своим действиям.

Согласитесь глупо до бесконечности субъективно рассуждать: «Это работает так, а, может, мне лучше такой скрипт сделать, а может, у меня голос нехороший, может, мне голос сначала надо поставить, а потом звонить». Это все отмазки. Просто начните делать, совершите первые ошибки, и получите первый опыт.

ЗАПАС КАРМАН НЕ ТЯНЕТ

Наиболее распространенный вопрос, который возникает у новичков: «Сколько поставщиков необходимо на начальном этапе?»

Мы всегда говорим, что на одного поставщика должно быть 3 покупателя, которые согласны с условиями, ценником и с ассортиментом. И на одного покупателя у продавца должно быть 3 поставщика в запасе.

Они могут как-то совпадать по условиям. На готовых рынках условия фактически одинаковые, ценники различаются не сильно. И имейте в виду, **чем больше поставщиков, тем вероятнее, что сделка случится, но не закливайтесь никогда на одной сделке.**

Многие, особенно вначале: сделку нашли (одного покупателя), поставщик есть, и все. Над ней работают, над ней парятся, а что-то с ней не получилось, что-то обломалось — все пропало.

Конечно, уже настроение не то, руки опущены, поэтому держите всегда в кармане несколько покупателей, поставщиков, чтобы было с чем сравнивать, с кем работать.

ПРО КИДАЛОВО В ОПТЕ!

Перед тем, как подписывать агентский договор с поставщиком, удостоверьтесь, что он вообще реальный, порядочный.



Александр Залогин о негативном опыте работы с поставщиком:

«У меня сложился негативный опыт работы с одним из поставщиков. В результате этой несостоявшейся сделки, клиент потерял почти 800 000 рублей, а поставщик потерялся с этими 800 000.

Расскажу об этой ситуации подробнее.

Единственная причина, по которой в опте можно «попасть на бабло», является обычная человеческая невнимательность и отсутствие опыта. Так получилось у меня – поставщик после получения почти миллиона рублей, куда-то неожиданно пропал... Т.е. мы договаривались встретиться в офисе в 11.00, и поехать на отгрузку на карьер. Помимо меня на отгрузку собирался ехать клиент, приехавший в Краснодар с другого города.

В итоге стоим мы с клиентом у офиса, ждем... 10 минут никого, 20... Я думаю, может в пробке стоят. Решил позвонить.

–Алло, друг ты где?

–Да нас тут на посту задержали, 10–20 минут будем на офисе.

–Ок, ждем.

В итоге, проходит еще 20 минут. Никого нет. Опять звоню. Телефон выключен. Звоню на другие телефоны, все бесполезно. Абонент оффлайн. Пришлось, сидя на лавочке у офиса, паниковать чуть ли не 6 часов, параллельно объясняя клиенту, что я не менее его удивлен происходящим, и меня тоже мучает вопрос «Где эти уроды??». В результате, мы остались ровно ни с чем. Разъехались до следующего дня.

Была надежда, что может быть их на посту «приняли» сотрудники ГИБДД, и сидят они где-нибудь в КПЗ, а позвонить не могут. Или, например, в аварию попали.

Но, эта версия быстро отмелась, т.к. я ждал от них перевода своих агентских. Уже был 3й банковский день, денег не поступило... А это означало, что денег мне никто не перечислял, они просто вовремя съехали. Сейчас их ищут серьезные люди, не знаю чем это все может закончиться...»

По этой ситуации сделаем несколько выводов:

- 1) Хорошо, что вся сделка проводилась через агентский договор.
- 2) Никогда никому не верьте в бизнесе. С этими поставщиками мы провели не одну сделку, все общение происходило на полном доверии, и в целом за них мы были спокойны. На деле все оказалось иначе.

Каким бы родным не был поставщик – ВСЕГДА проверяйте все его документы, основания для права подписи, все уставные документы и т.д.

В этот раз мы не стали звонить на карьер и проверять, идет ли отгрузка.

В итоге потом, когда мы ждали горе-поставщика 6 часов на лавочке у офиса, мы звонили. Карьер был в шоке, сказав что, в первый раз слышит об этой заявке. Им ничего не приходило.

3) Как выяснилось, этот поставщик замешан не в одном таком грязном деле. ВСЕГДА проверяйте, с кем имеете дело. Это касается что поставщика, что покупателя.

Вывод: Пробейте хотя бы его e-mail и ФИО через Яндекс или Гугл.

И еще, скажем напоследок – это был один из самых дорогих тренингов, реально обучающих бизнесу.)))

Собственно, все выводы даем вам бесплатно. Не пренебрегайте ими. Будьте осторожнее!

Кроме этой поучительной истории, хотелось бы добавить, что на самом деле поставщика проверить достаточно легко.

Для того чтобы узнать о том, как давно была учреждена фирма, с который вы имеете дело, достаточно заказать выписку из ЕГРЮЛ. Из данной выписки, самой ценной информацией будет информация о том, кто учредители компании, кто из них имеет право подписи. Каков размер уставного капитала, и сколько в целом сама эта компания существует.

НИКОГДА не заключайте сделку, пока не проверите эту информацию.

Проверить ее можно достаточно быстро и просто, онлайн. Можем порекомендовать сайт, где можно сделать выписку онлайн: www.k-agent.ru. На данном сайте выписка делается всего за пару минут, и стоит всего около 300 рублей. Это намного проще, чем ехать в налоговую инспекцию за этой выпиской.

Еще один крайне важный момент. Не пытайтесь за один вечер стать юристом. Не пытайтесь сэкономить на составлении агентского договора. Возьмите и съездите к своему знакомому юристу, который вас не только проконсультирует, но и поможет составить ваш АД под вашу конкретную нишу и ситуацию.

Тем более, как вы сами знаете, у большинства из нас всегда есть какой-нибудь знакомый юрист. Или знакомый, который знает юриста. Именно юрист поможет вам составить действительно правильный, защищающий ваши права АД.

Только, пожалуйста, не пренебрегайте этими мелочами!

КАК ПОЛУЧИТЬ СВОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ?

Напоследок хотелось бы рассмотреть денежный вопрос.



Поставщик может выплачивать вам ваши агентские проценты либо по факту отгруженного объема товара, либо по факту внесения, предоплаты потенциальным клиентом. Этот момент должен четко прописываться в агентском договоре, точно так же, как и прописывается, каким именно способом эти деньги попадут к вам. Либо это будет наличный расчет, либо безналичный.

Первый вариант – это когда он передаст вам их в руки наличностью. Этот вариант приемлем, если вы, например, с поставщиком находитесь в одном городе. Это проще, и зачастую быстрее.

Второй вариант – безналичным расчетом. Данный способ оплаты и расчета с вами оптимален в том случае, когда вы с поставщиком находитесь в разных городах.

В случае если деньги переводят вам по безналичному расчету, в качестве средства приема оплаты вы можете использовать обыкновенную дебетовую карточку российского банка (например, зарплатную карточку). У таких карт в обязательном порядке имеется свой счет (не путать с номером карты на лицевой стороне).

Собственно говоря, именно на этот счет и должны совершаться выплаты ваших агентских процентов.

Не забывайте, что безналичные платежи проводятся не мгновенно. Порой платежи идут по 3–4 суток, поэтому не стоит сразу через час после оплаты поднимать панику, и начинать обрывать телефон поставщику. В крайнем случае, вы можете попросить у него копию платежного поручения с отметками банка, с помощью которой, позвонив в свой банк, вы всегда сможете узнать, поступил ли платеж в обработку.

Получение наличности будем вашим завершающим этапом закрытия сделки клиент–поставщик, и получением ваших законных агентских процентов.

В целом, если ниша позволит, то вы сможете проводить подобного рода сделку с одним и тем же клиентом много раз.

ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ СМОГ

Мы рассмотрели различные техники, с помощью которых вы обязательно найдете отличных поставщиков. В бонусной главе поделились своим опытом и дали ответы на самые частые вопросы новичков.

Александр Залогин о шокирующей истории успеха:

"Эта история – историю нашего клиента из Москвы, руководителя крупной московской компании, которая занимается продажей фруктов, овощей.

Мы с ним общались, сначала он представился Романом, потом оказалось, что не Роман, а Рамзан. То есть он не россиянин.



Он из Москвы к нам приехал, в Туапсинский район, на побережье, там сады есть, с которыми мы работаем. Чтобы пообщаться по поводу отгрузок того, что они готовы на постоянной основе забирать.

Мы сразу сказали, что мы посредники, чтобы это было очевидно. Он говорит: «Ребята, это не вопрос, я сам начинал с этого». (С посредничества, то есть). «Я начинал без договоров, естественно, начинали все на честном слове».

К слову сказать, вот этот Рамзан приехал на шикарной АУДИ А 7, вместе с ним была такая молодая девушка симпатичная, спутница его. А Рамзану на вид, наверное, лет 50. Ну, в принципе, на вид такой обычный мужик.

По-моему, он азербайджанец. И он рассказал свою историю, которая реально просто порвала. Вкратце пересказываем:

«— Я начинал тоже как посредник. Приехал в 2007 году в Москву, у меня вообще ничего не было. Приехал с семьей, с тремя детьми. Когда искал работу, мне говорили, что для меня работы нет, и вообще меня здесь никто не ждет. Если хочешь – вон иди, мети улицы.

У меня дома жена, дети, и их кормить надо, а на зарплату дворника этого к сожалению не получится.

Так я и попал в нишу с овощами. Сначала продал одну фуру, заработал денег. Потом вторую. Потом раскрутился, зарекомендовал себя уже как порядочный поставщик. И открыл целую компанию со складами в Москве».

Что действительно поразило в этой истории: почему у него получилось? Ведь, казалось бы, человек сделал деньги не в 90-е, как большинство крупных компаний, в 90-е никого не убивал, не бегал с автоматом, чтобы сейчас ездить на хорошей машине и обеспечить себе комфортную жизнь.

Он начал в 2007 году, перед кризисом. Всего 5 лет прошло. Он не был молодым. Мы сейчас все умные такие, мы в интернете, мы во

всем разбираемся, мы все знаем и так далее. Но он ничего не знал. У него до сих пор сайта нет, у его компании.

Он ничего не знал, ничего не умел. Он приехал, у него не было ни знакомых, ни связей. Не будем в национальный вопрос ударяться, но вы понимаете, какое отношение было у окружающих людей к нему.

Но он понимал, что если он ничего сейчас не будет делать, то дети будут голодные, жена будет голодная и сам он в итоге пропадает. И он сделал. Несмотря на то, что ему было много лет, что начал с нуля, но человек за такой короткий промежуток времени все это сделал.

Почему нас эта история сильно потрясла? Потому что, до сих пор находятся мужчины, которым 25— 30 лет, молодые. Которые в интернете знают все, которые такие продвинутые, но они по-прежнему находят причины, чтобы ничего не делать, и находят какие-то отмазки. «Вот знаешь, меня отшили, и все, ничего не получается».

Зацикливаются на одной сделке, потом у них ничего не получается, потом они впадают в депрессию.

А вот есть Рамзан, который был как бы полный никто (традиционное отношение к таким людям), и то, что он сделал, потому что по-другому — никак.

И в чем вывод? Если Рамзан сделал такое за 5 лет, то надо быть полной бездарностью чтобы не сделать этого в вашем случае.

Потому что у вас есть и знания, и ресурсы, в частности, интернет, в котором вы разбираетесь, то есть у вас есть все возможности, чтобы сделать. Просто, было бы желание.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Надеемся, что наши советы, методы вам помогут. И вы найдете себе лояльных, добросовестных поставщиков. Главное, не бояться пробовать, находить новые свои способы.

Удачи вам!

По вопросам пишите.

С уважением Александр Залогин и Эльвира Юсупова