

Субботнее февральское утро у сотрудников сети магазинов бытовой техники и электроники «Технодом» началось с необычной планерки. 21 топ-менеджер сети и президент компании Эдуард Ким (№34 в рейтинге самых богатых казахстанцев и №45 в рейтинге самых влиятельных бизнесменов страны) пришли в магазины в качестве продавцов-консультантов.

Задачей акции стало улучшение понимания бэк-офисом того, что происходит во фронт-офисе, повышение качества сервиса и подготовка к семинару приглашенного эксперта Джона Шоула. Вместе с тем акция преследовала еще одну цель – дать топ-менеджменту представление о сути работы продавца. «Многие недооценивают их вклад, а если попасть в шкуру продавца, то, я думаю, многие наши менеджеры и директора будут более уважительно относиться к ним», – рассказывает Эдуард Ким.

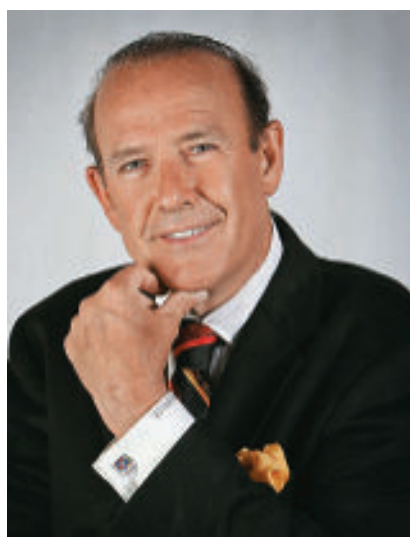
В течение всего дня Ким занимался прямыми продажами, объясняя покупателям, почему этот телефон смартфон и чем он лучше «того телефона». Для себя он выбрал отдел цифровой техники, чьи продажи уже много лет идут строго вверх. Если пять лет назад доля цифровой техники была порядка 25%, то сейчас – уже 48% от всех продаж «Технодома». Второй по темпам роста сейчас является категория малой бытовой техники. Эдуард Ким объясняет это тем, что если кухни советского образца были около 6 кв. м, то в современных уже появляется пространство для творчества.

«Я не стесняюсь, что и позволяет мне продавать. Самое главное – это психология продажи. Важно понять нужды и пожелания покупателя, создать настолько комфортную для него обстановку в разговоре, чтобы он подумал, что разговаривает с близким человеком», – раскрывает секреты продаж Эдуард Ким.

На самом деле процесс подготовки продавцов-консультантов довольно трудоемок. Этим в компании занимается отдельное подразделение с целой академией «Технодома»,

## УВОЛЬТЕ ВСЕХ

*Чтобы стать лидером рынка, «Технодому» предложено уволить каждого не улыбающегося продавца*



где профессиональные тренеры-консультанты обучают молодежь (средний возраст сотрудника – 27 лет) тому, как и что делать.

Несмотря на это, компания решила обратиться к американскому специалисту в области сервиса. «Семинар Джона Шоула должен просто пинка нам нормального дать. Вдохнуть новые силы, жизнь, желание. У нас очень большие внутренние резервы, нам есть еще чему научиться», – поделился ожиданиями Эдуард Ким.

Последние 40 лет Джон Шоул работает в области культуры сервиса, но он не продавец, и ему не принадлежит компания, которая занимается продажами, у него нет сети ресторанов или отелей, ничего из того, где сервис стоит первым в списке приоритетов для клиента. Джон – тренер. Он учит другие компании работать с клиентом так, чтобы он не просто вернулся за следующей

покупкой, но и забыл про существование других магазинов. Джон учит делать из клиентов фанатов.

«Технодом» ставит себе задачу в течение года завоевать львиную долю казахстанского рынка, сделав своим конкурентным преимуществом невероятный сервис. «А для этого необходимо делегировать полномочия своим сотрудникам», – рассказывает Джон Шоул.

Делегирование – один из основных пунктов на пути достижения сервиса высшего уровня по методу Джона Шоула, но не единственный. Всего Шоул отмечает четыре шага к потрясающему сервису: первый – создание систем, политик и процедур, удобных для клиентов; второй – скорость; третий – сокращение издержек; четвертый – обучение всего персонала работе с клиентами каждые четыре-шесть месяцев по новой программе. По словам Шоула, каждый из сотрудников должен понимать: продажи – это в первую очередь работа с клиентом, а клиент не хочет видеть угрюмые лица продавцов, которые бубнят что-то себе под нос. Шоул рассказал, что за время пребывания в Алматы посещал магазины как конкурентов, так и собственно «Технодома» и заметил, что ему улыбнулся всего один человек – охранник одного из магазинов.

По сути, принципы, о которых говорит Шоул, не новы, скорее фундаментальны. Почему же тогда никто ими не пользуется? Джон Шоул утверждает, что большинство организаций не доверяют ни сотрудникам, ни клиентам. Поэтому компания, освоившая эти навыки, поднимется на самую вершину. ■