

ВСТУП

До викладення на папері цих міркувань і рекомендацій мене надихнула робота у двох страхових компаніях і спілкування в якості бізнес-тренера зі страховиками та фахівцями з продажу в інших сферах, що триває вже майже тридцять років. Віддаючи належне страхуванню, хочу зазначити наступне. На першопочатках пропозиція мого давнього друга, Василя Махна, переходити працювати в очолювану ним страхову компанію, викликала у мене — військового, полковника — м'яко кажучи, подив і сміх. Але згодом, завдяки його наполегливості і захоплюючим розповідям про страхування, ми почали працювати разом. Я дізнався, що в цивілізованих, економічно розвинених країнах страхування, якому вже понад 4 тисячі років, вважається вершиною бізнесу. Жодна сфера нашого життя не охоплює стільки галузей науки, економіки, виробництва та інших видів суспільної діяльності: від фінансового аналізу, актуарної математики, ризик-менеджменту і права до медицини, транспорту, факторів довголіття і багатьох інших. А згодом я зрозумів, що процес продажу в страхуванні — один із найбільш цікавих та складних. Тому що тут продається обіцянка, яка має бути виконана через певний час: у ризиковому страхуванні — «якщо станеться... то виплатимо», а у страхуванні життя (накопичувальному) — «виплатимо, але через роки і роки...». А це вже вимагає від фахівців з продажу глибоких знань, вміння і навичок ділового спілкування, емоційної зрілості, витримки та відповідальності.

Спочатку, очолюючи підрозділи з продажу в страхуванні, а потім же професійно займаючись підготовкою продавців, я звернув увагу на надвелику плинність кадрів серед продавців-початківців. І ця плинність, за великим рахунком, не залежала ані від їх інтелектуального рівня, освіти й теоретичної підготовки, ані від життєвого досвіду, ані від початкових бажань. Спочатку прийшло розуміння великої

різниці між продажем у страхуванні і звичайним роздрібним, наприклад, у продуктовому магазині. Фактично, це зовсім різні види діяльності, які я згодом став називати і розрізняти — інтелектуальний продаж і оформлення, або «відпуск товару» (докладно описано в першій главі). Потім довелося провести чималий обсяг пошуків, досліджень, експериментів, опитувань і розмов з досвідченими продавцями, а також як з успішними новачками, так і з тими, хто прийняв рішення залишити професію продавця у страхуванні. При цьому почув і пересвідчився в тому, що якщо у страхуванні продавець успішно пропрацює один рік, то навряд чи він захоче залишити сферу продажу. Тому що з'являється досвід ефективного спілкування з клієнтами, зростають самооцінка, рівень задоволення від результатів роботи і, навіть, з'являється змагальний азарт — «зможу чи не зможу?».

А як же досягти такого стану? Як з кмітливого, активно-початківця, без спеціальної освіти з продажу підготувати успішного продавця? Та й чи є взагалі в університетських програмах відповідний курс? Пошук такої інформації в спеціальній літературі показав наявність сотень публікацій із методів та прийомів ефективного спілкування продавця з клієнтом («техніки продажу»), але інформації щодо завершеного, системного, логічного і послідовного процесу або курсу підготовки продавця з інтелектуального продажу я не знайшов. Це і стало основною причиною спроби викласти наступні поради і рекомендації у формі технології. Чому технологія (з давньогрец. τέχνη — майстерність, вміння + λόγος — думка, поняття)? Тому що це відповідь на питання як, якими ресурсами, методами та в якій послідовності дій досягти поставленої мети.

Згодом, у процесі бізнес-тренерської діяльності пересвідчився, що запропонована технологія повною мірою може бути застосована в інших галузях і видах бізнесу, з якими мені довелося працювати — від оптової реалізації продуктів нафтопереробки і харчування, комплектуючих та сировини для промислових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу і реклами до виробів і програмного забезпечення у сфері інформаційних технологій чи реа-

лізації фінансових продуктів (банківських, брокерських, колекторських). Отже, для тих, хто бажає стати успішним продавцем і фахівцем із міжособистісного страхування, шлях відкритий!

Висловлюю свою повагу і вдячність великим майстрам з інтелектуального продажу, з якими мене зводила доля, у яких я вчився, а інколи і їм передавав свої знання та вміння: Ромуальдові Холлі, Олександру Деревицькому, Володимирі Лісняку, Юлії Федіні, Андрію Тимофєєву, Наталі Хоменко, Наталі Листопад, Ірині Діхтяр, Олені Мудрієвській, Тохіржону Карімову, Мухібалі Сафарову, Фатхідіну Одінаєву, Любові Мелетич та багатьом іншим, навіть незнайомим, які окремими фрагментами в своїй поведінці демонстрували мені маленькі шедеври майстерності продажу.