

Антиинструкция для продавцов

> Универсальное пособие для адаптации, работы и безбедного существования работников прилавка

Общая часть

Начнем с того, что «продавец – это звучит гордо», это престижно, что работники прилавка – люди, «сидящие» сплошь на дефиците, поэтому они – истинные хозяева этой жизни... Все это полный анахронизм (здесь опечатка типографии, следует читать: «анахронизм» – ошибочное или условное приурочение событий и черт одной эпохи к другой. Примечание разработчика). Сегодня эти эпитеты не применимы к данной профессии.

Ушли в прошлое времена очередей, когда с прилавков сметали все, вплоть до морской капусты. Поэтому в нынешних рыночных условиях нужны новые подходы, новые отношения между покупателем и продавцом. В этом задача данной антиинструкции.

Описание условий работы

1. Нужно помнить, что граница между продавцом и покупателем – линия прилавка, порог магазина. Она незыблема. За этой чертой ваша зона, зона для любого сюда зашедшего. Эти рубежи нужно охранять, здесь должны действовать ваши порядки и законы. Законы государства – вне этих стен.

2. Нужно исходить из того, что торговых точек на сегодня достаточно, если не сказать: больше, чем надо. А вот покупателей, несмотря на их огромное количество, не хватает. Нужно в буквальном смысле бороться за своего покупателя. Все способы хороши. Но особенно действуют способы, которые используют при выборах. Можно полить немного грязи на конкурентов, распушить нужные для вас слухи и т.д.

3. Помните: покупатель предпочитает не отходить далеко от дома. Что называется, покупает товары в «шаговой доступности». Берите их тепленькими сразу из подъезда. Для этого можно бросать различные рекламные листовки в почтовые ящики, расклеивать их на дверях подъездов и лифтов, просто раскидывать там, где ходят потенциальные ваши жертвы, простите, покупатели. Ничего, что это многих раздражает. Как говорится: «От ненависти до любви – пару десятков листовок».

4. Старайтесь привлечь покупателя на подходе еще с улицы. Помните, чем громче хлопнешь, тем больше людей вас услышат. Вывешивайте красочную рекламу на вашу торговую точку, крупно пишите о скидках и качестве товаров. Помните: чем меньше ваш магазин, тем больше и весомее должны быть наружные плакаты, чем скромнее ваш ассортимент – тем длиннее предлагаемый рекламный список, чем хуже качество – тем ярче и «громче» краски скидок. Ваша задача

сначала заманить ничего не подозревающего обывателя в застенки вашего заведения, а уж там вам надо постараться сделать так, чтобы он не вышел живым. То есть – довольный приобретенным.

Порядок работы

1. Старайтесь, чтобы... Для начала просто: «старайтесь», что для вас очень трудно.

2. Не показывайте своего настроения покупателю, чтобы не радовать последнего. Черты своего характера лучше вообще спрятать в складках... одежды.

3. Не вступайте в родственные отношения с покупателем, это нанесет вред вашему святому делу.

4. Следите за каждым движением покупателя. Любой их них только и ждет момента что-нибудь стащить, попортить, облатать грязными ручонками.



5. Подзовите покупателя, если видите, что он колеблется: в какую сторону ему идти. Привлечь внимание можно пальцем, резким выражением, типа: «Эй, чего вылиплился, заходи, не стой в проходе!»

6. Если удалось заманить покупателя, старайтесь не отпустить его без покупки, вплоть до хватания за когти, выкручивания рук. Надейтесь на свою инстинктивную болтовню, не давая тем самым опомниться и сосредоточиться. Машите перед его глазами руками, хвалите его или ваш выбор. Но – не давайте товар в руки, пока не оплатит.

7. Подсовывайте сначала второсортный товар за большую сумму. Если попался привереда – имейте терпение: с удвоенной энергией «впаривайте» ширпотреб, будьте настойчивы и непреклонны. В конце концов этот хлюпик сдастся и купит то, что ему совсем не нужно. Если вы сумели подсунуть очередную «туфту» – то можете гордиться собой, это говорит о вашем профессионализме.

8. Проверено, что волевой солидный покупатель сам укажет вам, что ему нужно.

Избегайте таких «умников». С ними лучше не вступать в дискуссии, отдать и сделать все, что они требуют, иначе проблемы будут уже у вас.

9. Улыбайтесь, хоть вы и ненавидите всех к вам входящих. Старайтесь, чтобы улыбка не была похожа на сжатый ручной эспандер.

10. С покупателями старайтесь не ругаться, поскольку они очень пугливы и обидчивы и могут побояться прийти к вам в следующий раз.

11. Если у вас расшатаны нервы – а это профессиональная болезнь, – то психологи рекомендуют разряжаться через пять-шесть покупателей, на старушках, детях и инвалидах. Не связывайтесь с женщинами среднего возраста – те могут ответить, и ваша нервная система пойдет в разлад до конца рабочего дня.

12. Чтобы к вам кто-то приходил за покупками,

обвешивать, обманывать, подсовывать нужно или через раз, или в малых количествах, чтобы у покупателя при обнаружении обмана не возникло желания прийти и высказать вам все, что он о вас думает.

13. Если же это случилось, попытайтесь скромно промолчать, прикинуться, что вы не нарочно, что это вообще были не вы. Можно попытаться разжалобить недовольного, сказав, что у вас большие неприятности в семье, дома, с хозяином, с властями... Народ у нас сердобольный – простит.

14. Если и это не помогает, смотри пункт десятый.

15. При работе с покупателями помните, что все они очень разные люди. Именно поэтому все жаждущие что-либо купить кажутся вам немного странными, даже психами. Дело не в вас. Это жизнь их так изувечила и покорила. Поэтому нужно прощать им слабости в том, что они хотят за небольшие деньги и улыбку от вас, и вежливые слова по делу, и чтобы товар был качественным, да еще и подходил каждому. Да, это, с вашей точки зрения, чистый идиотизм. Но будьте снисходительны.

16. Помните: не покупатель вас кормит, а вы его, что бы он вам ни говорил. Это вы делаете его счастливым и довольным, это вы обеспечиваете его всем необходимым. Требуя элементарного уважения к себе. Если этого не происходит, смотри пункт десятый.

17. Смотри пункт № 1. Берегите себя.

Заключение

1. Разработчики уверены, что выполнение хотя бы некоторых пунктов этой антиинструкции приведет к повышению вашей квалификации, процветанию отдельно взятой семьи продавца за счет горе-покупателей.

2. Разработчики не рекомендуют приходить к тем продавцам, которые взяли на вооружение данный документ, во избежание порчи вашей нервной системы.

3. За все, что изложено выше, разработчики не несут никакой ответственности ☹

АЛЕКСАНДР ШАРАПОВ,
работник ЦПАШ ОАО «ММК»

> СЛЫШАЛИ АНЕКДОТ?

Когда вспоминается вечность

Генетик показывает журналистам институт.

– У нас недавно скрестили муху и слона.

– И что?

– Сейчас я вам покажу, как оно в стекло бьется...

– Зашел в ресторан, а там все палочками едят!

– Так это, наверное, китайцы были?

– Я тоже сначала так подумал. Потом присмотрелся: лыжники.

Курящий сын слышит за дверью шаги матери, выкидывает сигарету, брызгает освежителем воздуха. Потом, потупив глаза, говорит ей:

– Мам, я не курил! Честное слово!

– Сынок! Пей, кури, води девок домой, пусть одна даже залетит. Только найди наконец себе жену – тебе уже 42!

Чаще всего слово «вечность» вспоминается перед закрытой дверью туалета.

Поздний вечер. Мама укладывает спать дочку, та никак не хочет засыпать, хнычет:

– Ма-ма, ну расскажи мне какую-нибудь ска-а-а-зочку...

– Вот придет наш папа – он и расскажет сказочку.

Поспорили русский и американец, у кого машина быстрее. Американец взял «роллс-ройс», а русский – «Запорожец». И на старте русский взял и потихоньку привязал «запор» к «роллс-ройсу». Старт! Поехали.

Едут, американец оглядывается и говорит водителю:

– Джим, давай быстрее, русские нас догоняют!

Поехали быстрее, русские не отстают...

Американец опять оглядывается:

– Джим, давай быстрее, русские нас догоняют!

Поехали еще быстрее. Вдруг впереди крутой поворот.

Американцы вписываются в поворот, а у русских отлетели колеса...

Американец оглядывается, кричит:

– Джим, давай быстрее, русские уже шасси убрали!

По соотношению «качество – цена» «пиво на халяву» вне конкуренции.

– Ало, это психиатрическая больница?

– Да.

– У меня угнали машину, помогите найти вора.

– Это не к нам, звоните в милицию.

– Понимаете, угнали «Запорожец» 86-го года выпуска.

Одна старушка делится с другой:

– Я от воров, когда уйду, включаю радио, чтобы в доме слышались голоса.

Вторая отвечает:

– А я на двери оставляю записку: «Юрий, все змеи расплозились. Собери их, я не успела».

В операционной.

– Доктор, мне больно!

– Тихо! У нас экзамен!

Тощий полковник, готовясь стать генералом, сделал пластическую операцию по наращиванию живота.

Я начала ходить на шейпинг и достигла колоссального результата: за месяц сбросила целых 20 тысяч рублей!