

ВЛАДИМИР ТОКАРЕВ

Революция в менеджменте 2020/14



ВЛАДИМИР ТОКАРЕВ

**ЛИЧНЫЕ
ПРОДАЖИ
НА РЫНКЕ
ВАКАНСИЙ**

ЖУРНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ, №2

Владимир Токарев

Революция в менеджменте 2020/14

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48896851

ISBN 9785005095688

Аннотация

Задача серии книг «Русское экономическое чудо» – способствовать развитию научного менеджмента в нашей стране, помочь начинающим и опытным предпринимателям вырваться вперед. Основная аудитория, на которую рассчитан выпуск, – это директора и предприниматели. Но он будет полезен и акционеру, и преподавателю, и студенту, и специалисту, и даже руководителю региона. Цель сборника – пригласить читателей принять участие в наших проектах.

Содержание

Аннотация	6
Содержание номера	9
Революция в мыслях (вместо введения)	10
Скидка	11
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Революция в менеджменте 2020

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2019

ISBN 978-5-0050-9568-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вы хотите повысить конкурентоспособность вашего бизнеса за счет изменения практики управления? Тогда для вас серия из 9 книг – «Русский менеджмент».



Рис. 1. Серия из 9 книг.

Лучший (с точки зрения экономической выгоды) вариант приобретения книг по управлению и любым другим темам – приобретать их в магазине издательства Ридеро.

Аннотация

*Любозн. гендир*¹. – А какое отношение личные продажи имеют к революции в менеджменте?

Автор – Самое прямое. Но мы рассмотрим в этой книге этот вопрос по порядку.

При этом мы будем придерживаться примерно тех тем, что последовательно рассмотрены в Главной книге —

Главная новость – издана книга, работа над которой шла давно:

¹ Виртуальный персонаж книг автора.



Рис. 2. **Главная книга**, которая поможет сотворить русское экономическое чудо даже на отдельном предприятии.

Причем издана, не как планировал в начале 2020 года, а до Нового 2020 года.

А это значит, вы уже можете приобрести новогодний подарок себе или своей второй половине, если вторая половина – занимается менеджментом.

Книга продается не только в магазине издательства Ридеро, но и на Литрес, на Амазоне и в электронной библиотеке Букмейт.

(любителей дорогих бумажных книг ждет технология «Печать по требованию» в издательстве Ридеро).

Бесплатно можно прочитать 25% книги, а также полностью ее некоторые части (см. ниже), изданные самостоятельными бесплатными для скачивания книгами. Пора творить русское экономическое чудо, время пошло!

Содержание номера

Революция в мыслях

Относительно личных продаж

1. Нетрадиционные методы получения глубоких знаний.

Социальные сети и обучение других.

2. Традиционные и нетрадиционные методы получения глубоких знаний

Издание своей книги и классическое образование

3. Приглашение в будущее

Новая специальность бизнес-школы «Практика 2.0»

Революция в мыслях (вместо введения) Относительно личных продаж

В начале своей предпринимательской деятельности (оказание услуг управленческого консультирования по вопросам стратегии фирмы с 1996 года) я полагал, что все техники продаж – это умение впарить продукт, который производит фирма. Вероятно, мне попалась такая книга по продажам, где предлагалось продавать именно так (например, при закрытие сделки не задавать закрытый вопрос – *«Так вы покупаете?»*), а предлагать несколько продуктов на выбор (задавать альтернативный вопрос, чтобы клиент обязательно купил один из них и т. п.)

Поэтому я несерьезно относился к техникам продаж. Но сам занимался личными продажами, и это приводило иногда к забавным находкам. Одна из них описана ниже.

Скидка бизнес-рассказ

Очень длинные переговоры в личных продажах

Они продолжались целых 3 года с 1994г. по 1997 г. Понятно, что с перерывами. Встречались мы с потенциальным клиентом и его заместителями где-то раз в полгода. А дело было так.

После 16 лет работы физиком и сдачи кандидатских экзаменов по экономике в 1992 году, я ушел в преподаватели управленческих дисциплин на кафедру экономики нижегородского иняза (в первый год на полставки, поскольку на 1,5 ставки меня приняли на работу в другом вузе). Случайно, вместе со своими студентами я попал на 2-х недельный семинар по маркетингу, который вели французы.

Там я познакомился с владельцем группы компаний (автобизнес) – с которым, после завершения семинара, начал переговоры об оказании менеджменту этой группы компаний консультационных услуг. Переговоры длились примерно 3 года (после подписания договора – 4 года успешной работы). К тому времени я зарегистрировался (у нас было некоммерческое партнерство с 1996 г., с 2006 года мы зарегистрировали ООО).

Но лучше я это расскажу в художественной форме (имена героев изменены) – история того стоит.

НЕПОМЕРНАЯ СКИДКА

В этот раз встреча была короткой. Генеральный директор (группы компаний в сфере автобизнеса) назначил мне встречу на 10 утра. Но у него кто-то был в кабинете, и Алла, секретарь директора, извинилась и просила меня подождать:

– Не больше 20 минут, в крайнем случае, 25-ть.

Пользуясь этими минутами, я расскажу, как произошло мое знакомство с Иваном Михайловичем, так зовут генерального директора. И что за встречи были у нас с ним до этой – «решающей» – как назвал ее мне сам Иван Михайлович по телефону.

С 1993 года я работал в нижегородском инязе на кафедре экономики уже с трудовой книжкой. А до этого в 1992 году я работал совместителем – почасовым преподавателем. Читал относительно уникальные тогда (по крайней мере для иняза) курсы «Менеджмент» и «Маркетинг». Иняз только-только запускал отделение международного бизнеса и много экспериментировал в сфере международных бизнес-контактов.

Одни из таких экспериментов – организация 3-х недельного тренинга по маркетингу для предпринимателей. Ведущими были приглашены французские консультанты из компании «Cefri».

В целом точка безубыточности этого проекта была достигнута. Однако организаторов смущало то, что консультанты

приедут из Франции, а участников тренинга маловато. И тогда ко мне обратился декан факультета с просьбой – привести на первую встречу с французами небольшую группу моих студентов 5 курса. Они получали дополнительное образование на отделении международного бизнеса (их было всего человек 5—7). Узнав, что проект будет проходить ежедневно, я сделал встречное предложение – освободить моих студентов от всех занятий на 3 недели – на время всего тренинга. И декан без раздумий согласился на это.

Так, вместе со студентами я стал учащимся бесплатного для нас тренинга, где и познакомился с Иваном Михайловичем. Он был (вместе со своей помощницей) одним из тех немногочисленных предпринимателей, кто решил принять участие в дорогостоящем, с финансовой точки зрения, образовательном проекте.

Мероприятие проходило весело и содержательно. Хотя нового в области маркетинге для себя я не узнал (так как уже вел этот курс). Но сама форма тренинга произвела на меня сильное впечатление, поскольку я был знаком только с советской системой практических занятий в форме семинаров. Правда, сам я, имея в инязе очень большую свободу в выборе средств, привлекал студентов отделения международного бизнеса к практическим делам. Например, в ходе курса «Стратегический маркетинг», мы со студентами разрабатывали стратегию привлечения денег для коммерческой деятельности одного из факультетов иняза.

Познакомившись с Иваном Михайловичем, я предложил ему свои услуги по разработке стратегии группы компаний, которой он владел и руководил одновременно.

Его мое предложение заинтересовало, и он предложил мне приехать в офис, чтобы поговорить на эту тему более детально.

Офис фирмы занимал целых 2 этажа (первый и четвертый) четырехэтажного здания бывшего ателье. Ателье было специально для этого куплено, но на двух этажах продолжало заниматься пошивом – такое условие было при приватизации ателье.

Во время первой встречи я рассказал о выгодах разработки и реализации стратегии (увеличение дохода группы компании). А также подробно изложил технологию такой разработки.

Иван Михайлович сказал, что в целом ему эта тема очень интересна. Спросил о цене проекта и попросил позвонить через месяц.

Через месяц мы снова встретились, и Иван Михайлович попросил меня более подробно рассказать о моем предложении его заместителю по финансам – Сергею Михайловичу, как оказалось, родному брату генерального директора (как позже выяснилось, группа компаний принадлежали трем родным братьям Комодовым, они все работали в группе принадлежавших им компаний на разных должностях).

Эта встреча состоялась, я более подробно рассказал о тех-

нологии разработки стратегии Сергею Михайловичу. Выяснилось, что он, как и я, был кандидатом технических наук, вероятно это помогло лучшему взаимопониманию.

После этой встречи мне сказали, что позвонят, и через три месяца звонок действительно состоялся, но решение о начале работы так и не было принято.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.