

Елена Хворова

**«Антислив» Библио
турагента: 101
Инструмент чтобы
перестать сливать
клиентов**

Елена Хворова

**«Антислив» Библио турагента:
101 Инструмент чтобы
перестать сливать клиентов**

«Автор»

2024

Хворова Е. П.

«Антислив» Библио турагента: 101 Инструмент чтобы перестать сливать клиентов / Е. П. Хворова — «Автор», 2024

Сказки про «лёгкие миллионы» в туризме закончились. Добро пожаловать в реальность. Ты думал, что профессия турагента — это вечный отпуск, кофе и красивые отели? Реальность оказалась жёстче: ковид, закрытые границы, истерики клиентов и бесконечное «я подумаю». Розовые очки разбились о скалы турбулентности. Эта книга — твой спасательный круг. И это не очередная мотивационная лекция. Это жёсткий антидепрессант и рабочий инструмент от эксперта с 20-летним опытом в продажах. Мы перестаём быть «подборщиками туров». Мы становимся Тревел-коучами—которые управляют сделкой, читают клиента с полуслова и становятся своими в его семье. Без воды. 101 ответ, который поднимет твой чек и сохранит тебе рассудок:— Как выстроить границы с теми, кто пишет в 3 часа ночи, и не выгореть?— Что делать, если клиент орёт в трубку из аэропорта?— Как назвать цену в миллион и не дрогнуть?— И как, наконец, победить синдром самозванца? АНТИСЛИВ. Хватит просто перебирать отели. Прочитай за вечер — внедри утром.

© Хворова Е. П., 2024

© Автор, 2024

Содержание

Предисловие	5
Введение	6
ЧАСТЬ I. ПОЗИЦИЯ ЭКСПЕРТА	7
Глава 2. Три вещи, без которых ты никогда не продашь дорого.	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Елена Хворова

«Антислив» Библио турагента: 101 Инструмент чтобы перестать сливать клиентов

Предисловие

Я долго откладывала написание этой книги. Не потому, что мне нечего было сказать. Как раз наоборот: за моими плечами были продажи, недвижимость, ритейл, консалтинг, телемаркетинг и страхование. Я прошла их все. Я сама много продавала, обкатывала каждую технику на себе, набивала шишки, а потом много лет несла этот опыт в массы, обучая тысячи менеджеров. Опыт был огромным, но я никак не могла решить, где он принесет максимальную пользу. Куда именно его направить?

Ответ пришел сам, когда я вернулась в туризм. В свою любимую сферу. Я увидела хаос и тотальный слив сделок, отсутствие четкой структуры и контроля за лидами. Я начала решать этот кейс по своим технологиям — и у меня получилось. Технология показала успех и здесь. Я поняла, что больше нельзя молчать и держать эти наработки в голове.

Правда, даже сейчас эта книга могла бы остаться в моих черновиках. Если бы не моя подруга. Она как раз закончила свою книгу. И когда я смотрела на нее — на человека, который прошел свой путь и смог это сделать, — я подумала: «А почему я до сих пор не написала свою? У меня ведь тоже есть опыт. И он может помочь другим». Так родилась эта книга.

Ты приходишь в профессию, потому что любишь путешествия. Любишь рассказывать про отели. Любишь видеть, как клиент возвращается из отпуска счастливым.

А потом проходит год. Два. И ты понимаешь, что половина твоего времени уходит не на мечты. А на то, чтобы догонять клиентов. На то, чтобы объяснять, почему ты не даешь скидку. На то, чтобы сидеть в три часа ночи и отвечать на сообщения.

И где-то внутри начинает копиться усталость. И вопрос: «А зачем я вообще это делаю?»

Эта книга — не про то, как продавать больше. Хотя и про это тоже. Эта книга про то, как не потерять себя в этой профессии. Как остаться человеком, который любит свое дело. Как выстроить границы. Как назвать цену в миллион и не дрогнуть. Как работать с клиентами, которые кричат, молчат, уходят и возвращаются.

Я знаю это чувство. Я через него проходила. Помню, как страшно. Помню, как больно. Помню, как хочется все бросить.

Но я нашла то, что работает. И я хочу этим поделиться.

Эта книга — разговор. Не лекция. Не инструкция. Разговор двух людей, которые понимают друг друга.

Если ты готов — давай начнем.

Хворова Елена, осень 2026 года

Введение

Дзинь. Дзинь. Телефон на столе вибрирует, не переставая. На экране — 5 непрочитанных чатов.

Один требует срочно подборку в Турцию. Второй пишет капсом: «ПОЧЕМУ ТАК ДОРОГО?!». А третий просто молчит после того, как ты отправил ему шесть идеальных отелей.

Ты вгрызаешься в систему. Перебираешь отели, сравниваешь цены, читаешь сотни отзывов, выстраиваешь логистику. Тратишь на это полдня. Отправляешь красивую подборку. И получаешь: «Спасибо, мы подумаем».

А через сутки случайно узнаешь, что он купил этот же тур в соседнем агентстве. Потому что там дали скидку в три тысячи рублей. Три тысячи. Ты сидишь, смотришь в монитор, и в голове бьется одна мысль: «За что?».

Но это, скажем так, цветочки. Настоящий экшен начинается, когда ты в туризме не первый год. Когда ты постоянно живешь в зоне турбулентности.

Помнишь, как в один день схлопнулись границы? Телефон раскаляется докрасна. Ты не спишь трети сутки, вытаскивая клиентов из чужой страны, пробивая возвраты, успокаивая тех, кто в один миг потерял деньги и остался без отдыха.

Помнишь, как закрывали небо? Как отменяли рейсы, и туристы застревали в аэропортах? А ты сидел в три часа ночи с телефоном, вдалбливаясь в системы, пытаясь найти хоть один свободный борт, чтобы вывезти их домой.

А эти утренние скачки курса? Ты открываешь систему, а тур подорожал на сто тысяч прямо на глазах. И клиент визжит в трубку, что это ты его обманул. Хотя ты вообще ни при чем.

А ежедневные истерики? «В отеле не тот вид из окна!», «Кондиционер шумит!», «Анимация слишком громкая!». И ты стоишь между ними и отелем, как боксерская груша.

Ты не просто продаешь путевки. Ты психолог, кризис-менеджер, спасатель и жилетка для бития в одном лице. И иногда посреди ночи от этого настолько выматывает, что хочется швырнуть телефон в стену и уйти работать в лес.

Я знаю это чувство. Я через него проходила. Много раз.

Я 20 лет в продажах. Изучала психологию людей. Работала с теми, кто хлопает дверью. Кто молчит неделями. Кто торгуется до последнего, а потом уходит к другому. Я обучила не одну тысячу сотрудников. И обкатала свои технологии во всех сферах — от недвижимости до ритейла.

А потом я вернулась в туризм. И увидела то же самое. Те же ошибки. Тот же слив. Те же «тупые клиенты», которых на самом деле просто никто не услышал. И тот же хаос, в котором менеджеры выживают, а не работают.

Эта книга — не про то, как продавать больше. Хотя, используя методику АНТИСЛИВ, это неизбежный результат.

Эта книга про то, как перестать сливать. Как перестать выгорать. Как перестать чувствовать себя кнопкой «отправить». Как выжить в этой турбулентности и снова полюбить свою работу.

Я не буду учить тебя жизни. Я просто дам тебе то, что реально работает. 101 инструмент. Выстраданный и проверенный в бою. На мне. На моей команде. На тысячах моих менеджеров, которые перестали тонуть в этом хаосе.

Если ты устал. Если ты не понимаешь, почему клиенты уходят. Если ты хочешь, чтобы стало легче — листай дальше.

ЧАСТЬ I. ПОЗИЦИЯ ЭКСПЕРТА

Глава 1. Кто ты: подборщик или тревел-коуч?

Представь: восемь вечера. Ты третий час сидишь над подборкой. Пять отелей, три ссылки, два сравнения по цене. Отправляешь. И получаешь: «Спасибо, посмотрю».

А через два дня узнаешь, что клиент купил тот же тур у другого агента. Потому что там дали скидку в три тысячи.

Знакомо?

В этот момент внутри обычно звучит одна мысль: «За что? Я же старался».

И вот здесь — развилка. Можно сказать: «Клиент попался неблагодарный». А можно сказать: «Я где-то не дождал сделки». Первый путь ведет в бессилие. Второй — в рост.

Разница не в клиенте. Разница в том, кем ты себя считаешь в этой профессии.

Два разных человека за одним столом

Подборщик — это тот, кто обслуживает запрос.

Клиент говорит: «Скиньте варианты в Турцию». Подборщик бежит искать. Клиент говорит: «Дорого». Подборщик оправдывается: «Такие цены на рынке». Клиент молчит. Подборщик ждет. День. Два. Три.

Подборщик — это функция. А функцию всегда можно заменить. Или купить дешевле.

Тревел-коуч — это тот, кто управляет сделкой.

Клиент говорит: «Скиньте варианты в Турцию». Тревел-коуч останавливает: «А что для вас идеальный отдых?». Клиент говорит: «Дорого». Тревел-коуч объясняет ценность. Клиент молчит. Тревел-коуч пишет первым, договаривается о следующем шаге и ставит срок.

Разница — как между официантом и сомелье. Оба приносят вино. Только один получает чаевые, а второй — репутацию и постоянных клиентов.

Почему подборщик проигрывает

Потому что он боится задавать вопросы.

«А вдруг клиент уйдет, если я начну расспрашивать?» — думает он.

И не задает. И не узнает, что клиенту на самом деле нужно. И подбирает наугад. И клиент уходит — не потому, что дорого, а потому, что не увидел себя в этом отеле.

Тревел-коуч знает: если не задать вопросы — клиент точно уйдет. А если задать — есть шанс, что он останется. Потому что почувствует: здесь его слышат.

Одна фраза, которая меняет всё

Каждый раз, когда клиент ушел, не говори: «Он слился».

Говори: «Я где-то не дождал сделки».

Это не самобичевание. Это точка роста. Потому что пока ты отвечаешь за результат сам — ты можешь что-то изменить. А если во всем виноват клиент — ты бессилен.

Что сделать сегодня

Возьми последний диалог, который закончился ничем. Не чтобы себя поругать. А чтобы понять, где именно всё свернуло не туда.

Ответ на три вопроса:

Я спросил, чего он на самом деле хочет — или сразу побежал искать?

Я объяснил, за что он платит — или начал оправдываться за цену?

Я договорился о следующем шаге — или сказал «если что, я на связи» и отпустил?

Если где-то ответ «нет» — это не приговор. Это просто место, где ты потерял сделку. И теперь ты знаешь, где именно.

В следующий раз ты не будешь гадать «почему он ушел». Ты будешь знать: вот здесь я не спросил. Вот здесь не объяснил. Вот здесь не назначил шаг.

Клиент при этом может быть самым разным. Токсичным, неготовым, просто не твоим. Но пока ты смотришь только на него — ты ничего не можешь изменить. А как только смотришь на свои шаги — можешь.

Это не про «я плохой». Это про «я вижу, где могу стать лучше». Разница огромная.

Глава 2. Три вещи, без которых ты никогда не продашь дорого.

Вот сцена, которую я видела десятки раз.

Менеджер отправил подборку. Прошёл день. Два. Три. Он сидит и ждёт. Не пишет — боится показаться навязчивым. Не звонит — вдруг отвлекает. А на четвёртый день узнаёт, что клиент уже купил. У другого.

И менеджер говорит: «Ну, значит, не судьба».

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.