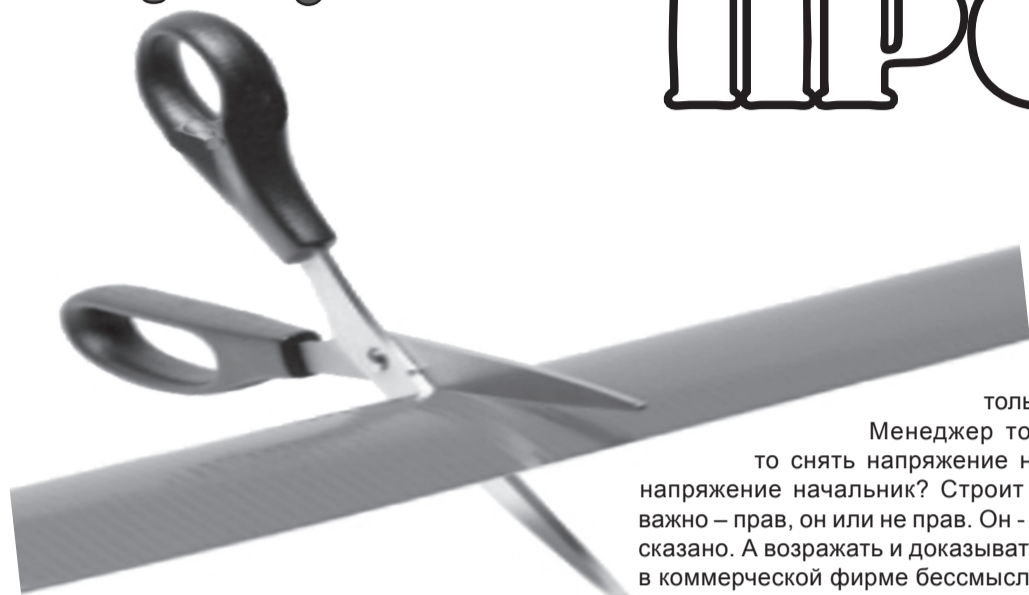


УДАЧИ ТЕБЕ ПРОДАВЕЦ!



ОТКРЫТИЕ

Главный день. Самый яркий, самый напряженный, и, порою, как это ни парадоксально, для продавца-консультанта самый разочаровывающий. Но об этом чуть позже.

Лично мне довелось поработать в составе «встречающей стороны» дважды. Еще о нескольких открытиях слышал от своих знакомых. Этот день, как правило, запоминается. Пусть не целиком, а на уровне фрагментов, впечатлений – но запоминается.

Одна девушка-продавец на вопрос: «Как прошло открытие?», пошутила:

- Как в первую брачную ночь.

- ?

- Ожидаешь праздника. А в результате – неудобно. В последний момент оказывается, что многое не предусмотрено... И в результате огромное удовлетворение от того, что все закончилось.

Как правило, большой магазин перед открытием широко рекламируется. По почтовым ящикам разбрасываются открытки-приглашения (не обязательно, но, как правило, с обещаниями больших скидок, подарков и т.д.), по телевидению и радио идут ролики – мол, скоро будет счастье. Потирают радостно руки и местные наши газетные «магнаты» - под рекламные блоки удаётся продать четверть, а то и полполосы.

Кстати, лично убедился – мода существует не только на одежду или автомобили. Мода существует и на открытие. Так, несколько лет назад было принято приглашать в «час икс» молодоженов. Что бы сразу из загса в магазин, а по памяткам и прочим «ленинским местам» - уже потом. Обычай странный, но что поделать. В жилой дом в первую очередь кошку пускали, а в магазин невесту и жениха. Это отошло. Теперь молодоженов приглашают не всегда. А жаль, как правило, хорошие подарки дарили. Начинаящим обустроить семейный быт ребятам они очень кстати приходились. Но что делать, времена меняются. Сейчас в моде привозить звезд. Эстрады и телевидения. Не самых «крутых». (Деньги господ предприниматели считать умеют. А «крутые» звезды народ, ох, какой дорогой). Впрочем, в последнее время, когда в городе стало не хватать свободного места до такой степени, что супермаркеты открываются практически друг напротив друга, статус поощряющих гостей вырос. Чего один оливковокожий Рустам Солнцев стоил...

Но арки из воздушных шариков, выступления ратоборцев, девушки в коротких сарафанах и кокошниках, говорящие что-то со ступенчатые первые лица, разрезания ленточек – все это фасадная сторона праздника. Ее все видят. А вот изнанка доступна взору немногих. Продавцы и администрация магазинов в то время, когда на улице проводится «раздача слонов», судорожно делают последние приготовления. В последний раз просматривают – на месте ли ценники, в последний раз осматривают друг друга – все ли в порядке с формой. В последний раз менеджер отправляет продавцов полировать и без того сияющие стекла

витрин. Смысла в этом действии нет только на первый взгляд.

Менеджер тоже человек. И как-то снять напряжение надо. А как снимает напряжение начальник? Строит подчиненных. И не важно – прав, он или не прав. Он - начальник. Этим все сказано. А возражать и доказывать что-то руководству в коммерческой фирме бессмысленно. Даже чревато. Впрочем, о том, какими действиями продавец-консультант губит свою карьеру, чуть позже. А сейчас вернемся в торговый зал.

Наконец, стало слышно – входные двери открылись. В магазин входят первые покупатели. Разные они. Кто-то робко прячется за витрины, кто-то считает своим долгом подойти к каждому продавцу-консультанту и рассказать ему о том, что «глаза разбегаются»... А кто-то деловито сметает с витрины товар. И, между прочим, делает это абсолютно правильно. Я не знаю ни одного магазина, в котором на момент открытия цены были те же что в конкурирующих торговых точках. Мера эта чаще всего временная – для привлечения внимания и формирования имиджа. Рекламные и маркетинговые ухищрения, используемые в Шарье, тема для отдельного разговора и поговорим о них мы, Бог даст, в другой раз.

Вечер. Последние люди покидают торговый зал. Сейчас состоится планерка с разбором полетов. Кто и как отработал в день открытия. Первое слово руководству фирмы:

- Молодцы. Отработали как надо! Бла-бла-бла.

Потом в этом же духе что-то говорит менеджер (управляющий). До данного момента разницы между продавцом и менеджером не ощущалось – выполняли, практически, одну и ту же работу. Только вот номинальному начальнику приходилось в спешном порядке осваивать компьютерные программы учета и связи. Продавцы - люди молодые, и в компьютерных делах более «воцерквленные», посмеиваясь, помогали, как могли. То советом, то сами по «клаве» били. Теперь все. Субординация. Андестенд ми?

В общем: всем спасибо - все свободны.

Идешь домой. Вроде все нормально. Даже должно быть удовлетворение – начальство что-то многозначительно, но не очень внятно пробормотало про премию за открытие магазина. Что же не так? Отчего же «извели меня кручина, подколотная змея»? Внезапно понимаешь: те будущие заработки, о которой говорил «вербовщик» – это фикция. Вспоминая свои продажи, высчитывая сколько тебе причитается с проданного товара, понимаешь – сказочная зарплата в 30 тысяч достижима так же, как полет в космос. То есть в теории, конечно, оно так, да на практике...

Анализируешь дальше – ты и твои товарищи заменили бригаду специалистов по уборке, потом тех, кто профессионально может собрать оборудование, витрины, повесить стекла и т.д. С другой стороны, сэкономив для руководства фирмы солидные денежные средства, вы узнали много нового. О фирме, о товаре, о начальстве. За учебу теперь приходится платить. Это актуально не только в сфере образования.

КАК ИСТОРИЯ ОТНОШЕНИЯ С НАЧАЛЬСТВОМ

Очень просто. Во-первых, руководство сильно раздражают независимые работники. Торговля требует полного

подчинения. Если хоть на секунду об этом забудешь, рискуешь приобрести проблемы. Не стоит отстаивать свое мнение.

Один мой хороший знакомый говорил так:

- Всегда соглашайся. Какую бы фигню не предлагал сделать менеджер. Квадратное катать? Говори, что откатишь. Круглое кантовать? Говори: «Буду кантовать». Станешь начальником, тогда и делай, как тебе кажется лучше. Пока же соглашайся.

- Так это же и навредить может...

- А тебе какая разница? Хозяин потом спросит-то с менеджера. Ты ни причем будешь...

Так вот оно в чем главное отличие торговли от производственной сферы, внезапно понимаешь ты. На предприятии что-то производящем, ты отчасти невольно относишься к средствам труда, к продукции как чему-то своему, «родному». Каким бы не был циником, а происходящее на предприятии вольно-не вольно воспринимаешь близко к сердцу. Полетел пресс или движок у крана на соседнем участке. Беда, хотя твоего кармана это на прямую и не касается. Мастер не прав? Так и его в ответ выматерить можно. При нужде и начальника цеха покритиковать прилюдно. Была бы польза... В результате время проведенное на работе воспринимается, как часть жизни. В торговле не так. Там эти десять-двенадцать часов просто вычеркнуты. «Жить» начинаешь, только окончив работу.

Еще... Хотим мы того или нет, но работа в производственной сфере воспринимается как более почетная. И психологически гораздо увереннее себя чувствуешь, видя осязаемый результат своей деятельности. Будь то разделанное на доски бревно, отштукатуренные квадратные метры или вышедшая из-под прессы плита.

Во-вторых, не надо быть сильно умным. Хороший начальник – начальник не комплексующий. Хотя тут как в анекдоте:

« - Товарищ дворник, сбейте бороду – слишком уж Вы похожи на Маркса.

- Бороду сбрить не долго, а вот куда умище девать?»

Не особо смешно, но зато из жизни. «Умникам» не проколоться очень сложно.

Знаю случай, когда первые проблемы с начальством у продавца начались после того, как он быстро перемножил в уме двузначные числа. И подсказал ответ менеджеру, в отчаянии трясающему накрывшийся калькулятор.

Другой пример. Однажды в одном из шарьинских магазинов любопытный продавец-консультант поинтересовался у старших:

- А что означает надпись «made in PRC»?

- Я говорил, что Европа. Точнее не знаю. А, собственно, какая разница? Где-то в Евросоюзе сделано...

Разницы то, конечно, особой нет. Товар сейчас в Россию и из Австралии завозят. Рынок. Только вот чего нельзя делать – так это обманывать покупателя. Всей правды о товаре можно и не говорить. Только уж если на очень дотошного покупателя нарвешься...

Через несколько дней продавец поделился своим открытием

- «Made in PRC» это тоже самое что сделано в Китае. Народная республика Китай то есть.

Не факт, что переводится именно так. Знаю только - в этом магазине с причислением непонятной PRC к Европе стали гораздо осторожнее.

Молодой человек через месяц был уволен. Может напрямую это с «умничаньем» не было связано, но то, что «открытие» стало одной из капель переполнивших чашу терпения менеджмента магазина – вполне возможно...

М. ДАРБАШКЕЕВ.
Окончание следует...