

Глава 9

Как позвонить по телефону незнакомому человеку

Необходимость позвонить незнакомому человеку приводит даже самых уравновешенных людей в состояние, близкое к неврозу. Некоторые мои знакомые впадают в ступор от одной только мысли, что им предстоит сделать такой звонок.

Как же справиться с этой задачей?

Во-первых, все зависит от вашего отношения к проблеме. Вы никогда не будете полностью готовы к тому, чтобы познакомиться с новым человеком. Для этого не существует идеальных моментов. У вас всегда будет присутствовать какая-то доля опаски, так как никто не может исключить возможности отказа. И всегда найдется сотня причин, чтобы отложить момент знакомства на потом. Поэтому надо просто решиться и прыгнуть в воду. Помните: если вы с самого начала не верите в результат, которого пытаетесь достичь с помощью звонка, то успех, скорее всего, и не придет. Поэтому будьте смелее и заранее представляйте себе благополучный исход дела.

Любое знакомство с новыми людьми следует рассматривать как стоящую перед вами очередную задачу, которая дает дополнительные возможности. Сама эта мысль должна порождать в вас азарт и устранять ненужную робость, которая живет в каждом из нас и влияет на наше поведение.

Звонки незнакомым людям часто называют «холодными» звонками. Я абсолютно не согласен с этим и создал стратегию, которая позволяет мне любой звонок сделать «теплым».

Позвольте привести пример. Основатель компании WebMD Джефф Арнольд — мой друг. Недавно он купил эксклюзивные права и патент на технологию по производству миниатюрных DVD-дисков. Они настолько малы, что их можно прикреплять на крышки бутылок с прохладительными напитками. Представьте себе, что вы заказываете бутылку с напитком в McDonald's, а на ее крышке прикреплен диск с компьютерными играми, музыкой и видеофильмами. Если учесть, что каждый год продаются десятки миллиардов бутылок, то это прекрасный способ распространения компакт-дисков среди потребителей.

Беседа с Джеффом и его партнером Томасом Таллом, я узнал, что недавно они заключили контракт с сетью кинотеатров на распространение их дисков вместе с напитками, продаваемыми в этих заведениях. Джефф и Томас считали, что, если принять во внимание контингент посетителей кинотеатров, эта технология распространения может заинтересовать, к примеру, Sony. Но они не знали, с кем можно связаться в этой компании, и решили обратиться за советом ко мне.

Я несколько раз встречался с президентом Sony Говардом Стрингером, поэтому позвонил в его офис и оставил для него сообщение. Однако, не дожидаясь, пока он свяжется со мной, я решил поискать и другие пути. В то время в числе моих знакомых больше не было никого, кто мог бы свести меня с кем-нибудь из сотрудников Sony, имеющих право принимать решения. Я решил обратиться к агентствам, обслуживающим эту компанию, и обнаружил, что есть такое маркетинговое агентство Brand Buzz, у которого компания Sony числилась в ряду самых крупных клиентов.

Далее выяснилось, что как раз это агентство возглавляет Джон Партилья, мой близкий друг.

Я позвонил ему:

— Привет, Джон, у меня есть для тебя две новости. Во-первых, я хотел бы, чтобы ты встретился с моим приятелем Джеффом Арнольдом. Это отличный специалист и большой выдумщик, и мне хотелось бы, чтобы вы познакомились. Он основал компанию WebMD, а в ее рамках — фирму Convex Group, которой со временем могут понадобиться твои услуги. Во-вторых, Convex использует совершенно необычную технологию распространения цифровых записей. Я полагаю, что Sony должна этим заинтересоваться.

Обращаясь к Джону, в определенном смысле я сделал ему два предложения: предоставил возможность познакомиться с человеком, который может быть для него полезен в плане будущих деловых контактов, и дал шанс проявить себя в лучшем свете перед его деловым партнером Sony, раскрывая для компании новые перспективы.

Джон с радостью ухватился за эту возможность. Он знал в компании Sony отличного парня из отдела средств массовой информации, Сержа дель Гроссо. Я попросил Джона предварить мой телефонный звонок Сержу кратким сообщением по электронной почте и выслать мне копию его ответа. Этим я как бы включал Джона в игру и ускорял весь процесс организации встречи. Теперь Джон был так же заинтересован в моей встрече с Сержем, как и я.

Как часто случается в мире бизнеса, одного этого оказалось мало. Серж был занят, и я не получил от него ответа ни на это, ни на последующие послания. Это обычное дело. Люди часто просто не желают выходить на контакт. В этом случае надо отодвинуть свое самолюбие в сторону и продолжать звонить или писать. Когда контакт в конечном итоге будет установлен, постарайтесь не свести на нет все

свои усилия и не проявляйте раздражения по поводу того, что вы вовремя не получили ответ. Не пытайтесь также извиняться за свою настойчивость. Просто ведите себя так, словно у вас все получилось с первого раза. Не ставьте в неловкое положение ни себя, ни своего собеседника.

Иногда организация таких встреч занимает много времени. Инициатива при этом должна быть на вашей стороне. Иногда надо даже проявлять известную назойливость. Не получив ответа в течение нескольких недель, я позвонил в информационную службу Sony и получил прямой телефонный номер Сержа. Если я звоню незнакомому человеку напрямую, то стараюсь сделать это в неурочное время. Вероятность того, что мой собеседник сам снимет трубку, повышается, если позвонить ему в восемь часов утра или в половине седьмого вечера. Кроме того, человек в это время уже не испытывает такого стресса, как в обычные рабочие часы.

Я позвонил рано утром, но попал на автоответчик. Я оставил ему следующее сообщение: «Я хотел бы вновь выразить свое волнение по поводу нашей предстоящей встречи. Мне никогда не доводилось слышать, чтобы Джон так лестно отзывался о своем деловом партнере. Я понимаю, насколько вы заняты. Я не дождался ответа от вашего помощника, но уверен, что он не заставит себя долго ждать. До скорой встречи». Ни в коем случае нельзя ни в чем упрекать собеседника. Следует выражать только оптимизм и проявлять тактичную настойчивость в ходе всего процесса.

Так и не дождавшись ответного звонка, я позвонил Сержу напрямую спустя несколько часов, около шести вечера. На этот раз он сам снял трубку.

— Добрый вечер, Серж. Это Кейт Феррацци. Джон очень высоко отзывался о вас, и я в конце концов решил вам позвонить. Я звоню от имени своего друга Джеффа Арнольда,

основателя компании WebMD, который разработал новый и очень эффективный метод распространения цифровых записей. В сочетании с вашей новой продукцией это могло бы стать основой великолепного партнерства. Я буду в Нью-Йорке на следующей неделе. Давайте встретимся. Если вам это время не подходит, то я выкрою «окно» в своем расписании, когда вам будет удобно».

Всего за пятнадцать секунд я применил свои четыре правила телефонных звонков:

1. Создал обстановку взаимного доверия, упомянув общего знакомого или известную обоим собеседникам организацию (в данном случае Джона и компанию WebMD).
2. Сделал полезное предложение — рассказал о новой продукции Джеффа, которая поможет Сержу лучше продавать свои товары.
3. Выразил желание провести встречу как можно скорее и сам предложил ее время и место.
4. Проявил готовность к компромиссу, согласившись провести встречу, когда это будет удобно собеседнику.

Каков же был результат? На следующей неделе я был в кабинете у Сержа. Хотя его уже распланированный бюджет и не позволил принять решение по рассматриваемому вопросу в ближайшее время, он прекрасно понял возможности нового метода для своих клиентов. Так что не удивляйтесь, если в скором времени вам подадут в кинотеатре напитки с крохотным DVD-диском на крышечке, в котором будет содержаться новейшая технология фирмы Sony.

Ниже я более подробно раскрываю суть правил, которых надо придерживаться, звоня незнакомому человеку.

1. Представьте рекомендации

Причина, по которой звонок незнакомому человеку представляется многим кошмаром, очень живо изложена в книге Харви Маккея «Как плавать среди акул и не быть съеденным заживо» («Swim with the Sharks without Being Eaten Alive»). Читателю предлагается представить себя продавцом, который хочет продать по телефону некий товар, а на противоположном конце провода ему отвечает какой-то зануда:

«Я не знаю, кто вы такой.

Я никогда не слышал о вашей компании.

Я не знаю, чем занимается ваша компания.

Я не знаю клиентов вашей компании.

Я не знаком с продукцией вашей компании.

Я ничего не слышал о репутации вашей компании.

Так что вы там хотели мне продать?»

Вы сами чувствуете обстановку недоверия, которая часто возникает в ходе подобных звонков. Установление доверительных отношений — это главное, что вы должны сделать в ходе первого контакта с человеком. Никто у вас ничего не купит, пока вам не поверят. Если же у вас есть общий друг или хотя бы знакомый, то вас уже не будут рассматривать как абсолютного незнакомца, крадущего время у занятого человека.

Что я имею в виду? Если вы звоните по поручению президента, то я гарантирую вам, что любой зануда на другом конце провода вас внимательно выслушает. Ссылка на известное собеседнику лицо или организацию очень помогает преодолеть его первоначальную настороженность.

Однако мало кто из нас может похвастать тем, что работает в компании Microsoft или лично знаком с президентом фирмы, куда адресован звонок. В этом случае ваша задача состоит в том, чтобы перебрать все свои связи из числа дру-

зей, членов семьи, клиентов, соседей, однокашников, партнеров, прихожан вашей церкви и найти того из них, кто поможет проложить путь к человеку, с которым вы хотите познакомиться. Если вы упоминаете в разговоре общего знакомого, то у собеседника появляются некоторые обязательства по отношению не только к вам, но и к другу или знакомому, о котором идет речь.

Сегодня проложить путь в чей-то офис стало намного проще, чем в те времена, когда я только начинал работу.

Опять-таки бесценную помощь в этом может оказать поисковая система Google. Предпримите поиск по фамилии, и вы, скорее всего, найдете школу, в которую ходил нужный вам человек, узнаете о круге его интересов, в каких организациях он состоит. Вы сможете многое узнать о его жизни, и это наведет вас на мысли о том, где искать общих знакомых. Каким видом спорта он увлекается? Каким общественным объединениям он оказывает помощь? Знакомы ли вы с людьми, которые вращаются в этих кругах?

Сейчас появилось много новых компаний типа LinkedIn, которые специализируются на выявлении связей тех людей, с которыми вы хотите вступить в контакт. Фирма Capital IQ собирает данные о руководящих работниках компаний, и вам уже значительно проще определить, могут ли у вас быть общие знакомые. Другие компании, например Friendster, Ryze и ZeroDegrees, помогают выявить связи работников внутри компании и за ее пределами по всему миру. Какие-то из них сильнее в одних аспектах этой деятельности, какие-то в других, поэтому вы сами должны определить, какая из них вам больше подходит.

Раньше говорили, что существует шесть степеней взаимных связей людей. Сегодня для того, чтобы отыскать их, достаточно всего лишь один-два раза щелкнуть компьютерной мышью.

2. Изложите, чем вы можете быть полезны

Выявление общих знакомых — это всего лишь отправная точка, способная только помочь вам, так сказать, «переступить через порог нужного кабинета». Если собеседник согласился выслушать вас и уделить на это тридцать секунд, то надо успеть сказать, чем вы можете быть ему полезны. У вас будет слишком мало времени, чтобы объяснить собеседнику, почему он не должен сразу же бросить трубку телефона. Помните, что ваши аргументы должны его заинтересовать. Подумайте, что вы можете сделать для него.

Готовясь к знакомству с людьми, первым делом соберите подробную информацию о компании и отрасли, в которых они трудятся, о продукции, которую они предлагают потребителям. Торговля — это, по сути, решение проблем других людей. Для этого необходимо знать, в чем состоят эти проблемы. Когда мне в конце концов представился шанс поговорить с Сержем, я уже знал, что в следующем квартале он готовится запустить на рынок новую продукцию и ему потребуется помощь. Я также знал, что эта продукция нацелена на клиентов, которые посещают кинотеатры.

Я могу растопить лед телефонных звонков, упомянув в разговоре информацию, которая продемонстрирует собеседнику, что проделана большая подготовительная работа, а это значит, что я заинтересован в его успехе.

3. Умейте, говоря мало, сказать много. Выражайте свои мысли быстро, последовательно и убедительно

Вы должны настоять на том, чтобы ваша личная встреча с собеседником состоялась как можно быстрее. Вместо того чтобы заканчивать разговор словами: «Нам надо бы в ближайшее время встретиться», я предпочитаю сказать примерно следующее: «Я буду в вашем городе на следующей неделе. Как вы смотрите на то, если мы с вами поужинаем во вторник? Я знаю, что наша беседа важна и для вас,

и для меня, поэтому я готов обсудить и ваши предложения на этот счет».

Разумеется, вы должны сообщить собеседнику достаточное количество информации о том, какую пользу встреча принесет ему. Но не стоит слишком много разглагольствовать на эту тему. Если вы пространно начнете разъяснять ему суть предстоящей беседы, не видя при этом его реакции, то можете все испортить. Ваша беседа по телефону должна быть диалогом, а не заранее написанным монологом. Даже в своем пятнадцатисекундном представлении Сержу, о котором говорилось выше, я оставлял ему время на то, чтобы как-то отреагировать, пусть даже и междометиями, на то, что я говорю. Не давите на собеседника во время разговора. Дайте ему возможность подстроиться под ваш темп.

Помните, что в большинстве случаев цель телефонного звонка заключается не в том, чтобы окончательно о чем-то договориться, а в том, чтобы назначить время встречи, где все можно обсудить более подробно. Мой опыт показывает, что выгодные сделки, как и заключение дружбы, осуществляются только один на один, лицом к лицу. Постарайтесь, чтобы ваш разговор по телефону был как можно короче, но при этом позволил договориться о последующей встрече с человеком у него в кабинете, а еще лучше — за хорошими закусками и вином.

4. Предложите компромисс

В любых неформальных переговорах вы только выиграете, если продемонстрируете собеседнику свою готовность к компромиссу. Я закончил телефонный разговор с Сержем тем, что я готов встретиться с ним, чтобы выразить ему свою симпатию и уважение, даже в том случае, если он и не хочет ничего слышать о компакт-дисках.

В своей книге «Психология убеждения» («The Psychology of Persuasion») Роберт Чалдини демонстрирует, какой си-

лой обладает компромисс в человеческих взаимоотношениях. Один из примеров, иллюстрирующих эту мысль, описывает бойскаутов, распространяющих лотерейные билеты. Люди зачастую отказываются их приобретать, но когда скаут в качестве альтернативы предлагает им купить леденец по значительно меньшей цене, то они покупают его, даже если он им совершенно не нужен. Идя на такую уступку, люди чувствуют, что они как бы выполняют свои общественные обязанности по отношению к окружающим. Поэтому помните, что следует сначала запросить больше, чем вам нужно, чтобы потом иметь возможность немного отступить назад.