



OREN KLAFF

Flip The Script:
Getting People To Think
Your Idea Is Their Idea

ОРЕН КЛАФФ

Змініть звичний сценарій:
як змусити людей вважати
вашу ідею своєю

Харків



2021

УДК 658
К47

Серія «Бізнес»

Перекладено за виданням:
Klaff, Oren. Flip The Script: Getting People
to Think Your Idea Is Their
Idea / Oren Klaff. — New York : Portfolio / Penguin, 2019. — 256 p.

Переклад з англійської *Вікторії Ярмольчук*

Дизайнер обкладинки *Оксана Федько*

Клафф О.

К47 Змініть звичний сценарій: як змусити людей вважати вашу ідею своєю / Орен Клафф ; пер. з англ. В. Ярмольчук. — Х. : Віват, 2021. — 224 с. — (Серія «Бізнес», ISBN 978-966-942-862-2).

ISBN 978-966-982-419-6 (укр.)

ISBN 978-052-553-394-8 (англ.)

Презентувати свою роботу, проявити себе під час співбесіди чи ділових переговорів, зацікавити потенційних партнерів своїми ідеями — усе це потребує особливих умінь. То як навчитися продавати, а не втелюшувати товар, підштовхувати інших до ухвалення рішень на свою користь, а не змушувати до цього? Експерт з продажу Орен Клафф, який укладає успішні угоди на мільярди доларів, допоможе вам стати переконливим. Ви дізнаєтеся, як навчитись вирізнятися з-поміж інших та змінювати звичний сценарій переговорів. Секрети Орена ви достоту зможете застосувати на практиці: чи то в розмові з босом, чи то під час пітчингу проєкту перед інвесторами, ба навіть у спілкуванні з друзями.

УДК 658

ISBN 978-966-942-862-2 (серія)

ISBN 978-966-982-419-6 (укр.)

ISBN 978-052-553-394-8 (англ.)

© Oren Klaff, 2019

© ТОВ «Видавництво "Віват"», видання українською мовою, 2021

Мамі

Ти захищала нас, багато чим жертвувала, щоб ми могли ходити в хорошу школу та подорожувати світом. Ти завжди була поруч. Один гудок — і ти завжди брала слухавку в будь-який час доби. Більшість дзвінків надходили вночі: це були повідомлення про погані новини та прохання надіслати гроші.

Часом мені потрібна була порада щодо того, на чому ти не дуже зналася. Ти віддавала, віддавала й віддавала. А тоді з терплячістю святої 30 років чекала, поки це оцінять.

Отже, ця книжка для тебе. Знаю, це зовсім мало порівняно з тим, що гала ти. Але, з іншого боку, вона принаймні не про тебе.

Ось важлива думка, викладена в 63 словах.
Мене дуже дратує, коли примушують щось купити. Протягом десятиліть нам щось утлющували, продавали й брехали, і ми всі навчилися опиратися вмовлянню продавників. Відчувши, що на нас тиснуть, ми відступали. Якщо нам казали, що робити чи думати, ми захищалися. Отже, покупці не надто вірять вам та вашим ідеям. Але, хай там як, усі вірять власним.

Отже, сьогодні продукти купують, а не продають.

Домовлятися за таких умов досить важко. Покупці скептично сприймають нові продукти та послуги, а якщо ви намагаєтеся їм їх продати, то вони й до вас скептично ставитимуться. Вони перевірятимуть усе, що ви їм казатимете, подеколи навіть під час розмови. Покупці завжди намагаються знайти кращу пропозицію, вважають, що можуть якось покращити вашу, хоч би якою хорошою вона була.

Замість втлющувати ідею покупцям, ви можете змусити їх до неї прийти, повірити в неї й зацікавитися. Тоді вони захочуть її купити й радітимуть можливості працювати з вами.

Мета цієї книжки — показати вам, як донести ідею до іншої людини, щоб вона нею зацікавилася, оцінила й полюбила.

Але за допомогою стандартних методів продажу ви цього не зможете домогтися. Вам треба взяти ситуацію під контроль.

Мене звати Орен Клафф. Кілька років тому я написав книжку «Pitch Anything» («Презентуємо все»), у якій навчив читачів унікального методу підготування і просування продажів, які щоразу дивують покупців та інвесторів. Цей метод я розробив сам, спираючись на власний досвід у світі технологій, але він неймовірно корисний і для інших. Світом ширилися чутки про те, яка ця книжка ефективна, тож невдовзі понад мільйон людей користувалися нею щодня для бізнесу, і я не встиг отямитися, як мені вже телефонували з різних компаній, як-от «Google», «Amazon» та з Банку Америки, щоб сказати, яким корисним виявився для них мій метод.

Згодом почали телефонувати з німецьких, італійських та російських компаній. Мене запрошували допомагати укладати великі угоди в різних частинах світу. В мене й на думці не було, що мої ідеї можуть потрапити кудись за межі Кремнієвої долини.

Минуло багато років, відколи я написав «Pitch Anything», і ринок змінився. Покупці стали розважливіші, вони користуються певними технологіями, тож я змінився разом із ними і створив нові методи укладання угод. Саме їх я й описав у цій книжці.

Якщо коротко, то проблема така: сповнені ентузіазму продавці здійснюють разючу подачу, а тоді швидко перемикаються на «режим закриття»; небажаний тиск зірве угоду швидше, аніж ви встигнете промовити: «Підпишіть тут». Або ж амбітні продавці хочуть подати все якнайкраще, а тоді зупиняються, не знаючи, що робити далі, і сподіваються, що угода укладеться сама собою.

Обидва ці підходи стали нормою, і за ними боляче спостерігати. Тому я розробив революційний підхід, спосіб виграти всі угоди, не згаявши ані секунди на спроби продати продукт чи виконати угоду, спосіб продати, нічого не продаючи. Іншими словами, покупець вважає, що сам вирішив працювати з вами та укласти угоду. Ви не тиснете, не намагаєтеся подолати опір чи змусити людину до чогось.

Я хочу, щоб ви від початку усвідомили: укладання угоди без тиску — це не якась там премудрість. Це не суперсила, яка в когось є, а в когось немає. Укладання угоди — це поступовий процес, організувати який може будь-хто, хто здатен виконувати основні правила. Тому що, коли дізнаєтесь правила, вам не доведеться нікого ні до чого силувати. Натомість люди вважатимуть, що самі додумалися до вашої ідеї, — отже, угода укладена природно, ніби так і мало бути. Ця здатність *перевернути все догори дригом* допоможе вам у будь-якій ситуації та забезпечить закриття будь-якої угоди.

У цій книжці я навчу вас цих правил і покажу, як переконувати людей без тиску.

Перш за все я ознайомлю вас із *концепцією закорінення* вашої ідеї в голові іншої людини. По тому покажу, як користуватися ієрархією підпорядкування і правилами домінування, щоб змінити ситуацію й опинитися в сильній позиції — тоді всі козири будуть на руках у вас, а не в покупця. Потім продемонструю силу заздальгідь закладених ідей та навчу, як зробити так, щоб ваша ідея здавалася простою, ніби це найнормальніша та найбільш очевидна думка у світі — іншими словами, розповім, як зробити так, щоб вона легко оселилася в голові. Після цього ви дізнаєтесь, як із вигодою використовувати природний песимізм покупця і як бути переконливим у важливих ситуаціях. Зрештою ви

ОРЕН КЛАФФ. Змініть звичний сценарій: як змусити людей вважати вашу ідею своєю

побачите, як усе це працює разом, коли я детально опишуватиму те, що можна назвати «угодою всього життя».

Щоб захистити конфіденційність своїх клієнтів та ефективніше показати, як саме застосовувати ці ідеї, я змінив багато подробиць, що стосуються людей та компаній, про які писав. Утім, усі ці оповіді засновані на реальних угодах, під час укладання яких я ефективно застосовував свою техніку.

Наприклад, розповім про випадок, коли я намагався продати програмне забезпечення на десять мільйонів доларів одному з найвпливовіших людей Росії.