



АНДРЕАС ВИНС

Наш бывший соотечественник, имея многолетний опыт успешного предпринимательства в Европе и являясь на протяжении многих лет одним из лучших продавцов мира, построил серьезный бизнес и стал основателем собственной международной Adler Academy – «Академии Орлов», которая специализируется на виртуозных продажах. Сегодня семинары, где он делится опытом и дает ценные советы, посещает огромное количество уже состоявшихся предпринимателей и начинающих бизнесменов. На одной из таких встреч, недавно проходившей в Алматы, нам удалось встретиться с Андреасом Винсом и записать это интервью.

{ ДОСТУЧАТЬСЯ ДО СОЗНАНИЯ }

Беседовал Бахрам Авулов | Фото: Макс Галаев

1 Расскажите о себе, как Вы сделали карьеру в продажах и стали бизнес-тренером?

☉ Моя карьера в продажах началась в 1986 году, когда я еще жил в Казахстане. Позже, в 1989 я с семьей переехал в Германию, где через три года начал сотрудничать с американо-германской компанией АМС. Мы продавали посуду производства АМС, в которой можно было «жарить без жира, и варить без воды» и т.д. В этой компании я достиг своего первого крупного успеха, став лучшим продавцом среди 18 000 сотрудников в 19 странах мира.

1 Что нужно было сделать, чтобы стать чемпионом?

☉ За один год я продал посуды на миллион марок. Для понимания: в те годы в среднем один комплект стоил 2500-3000 марок, а миллион – это порядка 300 клиентов в год. На следующий 1996 год я стал чемпионом в «командном зачете». С командой из пяти коллег мы вновь обошли все 19 стран.

1 Чемпионство помогло Вам понять, что пора начинать работать на себя, и вы основали Adler Academy?

☉ Да, это был следующий карьерный шаг. Тогда на моем профессиональном пути встретился Бодо Шеффер, обучившись у которого, я ушел в область финансов. С командой соучредителей, втроем, мы построили мощную структуру с миллионами продаж, но уже в страховой и инвестиционной системе, в которой я проработал 11 лет, семь из них был вице-президентом компании. Параллельно я начал создавать свою Adler Academy и разрабатывать программу из 12 восьмичасовых семинаров по виртуозной продаже. Являясь президентом Академии, с 2004 года регулярно провожу семинары в Западной и Восточной Европе, в Центральной Азии. Иногда бывает так, что по 70 раз в месяц сидишь в самолете. (Улыбается).

1 Что для Вас значат продажи?

☉ Для меня это жизнь. Без продаж любой бизнес мертв, поэтому я помогаю людям достигать высоких

результатов именно в этой области. Без применения НЛП, без системы нагнетания и навязчивости, без работы на возражение.

1 В чем суть продаж «без нагнетания», чем они отличаются от общепринятых методов на рынке?

☉ Психологическое осознание очень важно. Когда клиент на основе своего мышления принимает решение о приобретении, а не потому, что кто-то манипулировал его сознанием. То есть, он осознанно понимает, что и зачем покупает. В этом суть моей программы. Естественно, есть много авторов, чьи книги я читал и что-то почерпнул для своей системы, но ее основа – это моя повседневная практика, мой личный опыт в бизнесе и опыт успеха. Я убежденный практик.

1 Это что-то вроде позитивистской психологии в сфере продаж?

☉ Можно сказать и так. Работа без привычного навязывания и доказывания, без споров. Принцип такой: человек, понимая, что перед ним находится, понимая ситуацию, сам



принимает осознанное решение. Моя задача – помочь человеку достучаться до его сознания.

■ Кто главный «потребитель» Вашей системы?

☉ Я работаю с разными компаниями прямых продаж, обучаю всех, кто продает продукты и идеи, кроме финансовых пирамид и компаний, связанных с эзотерикой. Это мое железное правило.

■ Что Вас связывает с брендом «Термомикс», который был сегодня представлен на семинаре?

☉ С этим продуктом я впервые встретился в Германии, потом сотрудничал с компанией в России и вот теперь в Казахстане. Я знаю, что Vorwerk – хорошая компания и Термомикс – хороший продукт, поэтому мне приятно им помогать. Я уверен, что он приносит пользу, поскольку для меня очень важен принцип – если я сам несу благо, то буду благополучен. Он созвучен библейскому что посеешь, то и пожнешь и в полной мере работает в продажах.

■ О чем, вкратце, был Ваш сегодняшний семинар?

☉ О том, что все начинается с головы. У нас была тема «Бизнес – мой жизненный шанс» и «Постановка цели», посвященная тому, что, к сожалению, основная масса людей сегодня не умеет ставить цели. Говорят о желаниях, о мечтах, но не целях. Мы изучали тематику, и мои слушатели получили конкретные инструменты, как ставить цели. Вторая половина дня у нас была отведена теме «Виртуозные продажи», где мы разбирались, как продается идея. И последняя тема «Золотые ступени к лидерству или построение собственного замка». Есть такое высказывание: «В предпринимательстве можно построить собственный дворец, или вырыть себе финансовую могилу». Основная масса предпринимателей, к сожалению, делает второе.

■ Почему так происходит? С чем, на Ваш взгляд, связан такой парадокс, что мы живем в эпоху максимальных

возможностей, при этом сейчас наибольшее количество финансово неуспешных людей?

☉ Люди перестали выходить к людям, идти на улицу, идти к клиентам. Они сидят и ждут счастливого случая, надеясь на интернет, который все сделает для них и за них. Это неправильно. На самом деле интернет – это шикарная возможность найти клиента, но потом к нему нужно идти, а вот здесь и возникает загвоздка.

■ То есть, Вы учите людей коммуницировать с клиентами?

☉ Да, но сначала нужно поставить себе такую цель. Смотрите, здоровье для всех играет важную роль, но несмотря на то, что каждый человек понимает это, он относится к здоровью не серьезно, или вернее, начинает задумываться о нем тогда, когда начинает его терять. И даже тогда человек старается найти способы не решать этих проблем, а «отодвинуть» с помощью антибиотиков. Почему так происходит? Поэтому я учу людей задавать вопросы. Услышав правильный вопрос, вы начинаете думать об этой теме, у вас появляется интерес к чему-то, а я показываю, как к этому состоянию прийти.

■ Это отличается от того, что мы привыкли видеть в продажах.

☉ В основном продавцы настроены на то, чтобы объяснять, я же учу перестать рассказывать и начать задавать вопросы. В тот момент, когда мы начинаем рассказывать, люди перестают слушать, понимать и говорят «мне это не интересно, до свидания». Когда же мы задаем вопросы, человек начинает думать о сути разговора. То есть, моя задача – помочь человеку думать.

■ Это актуальная проблема для продавцов, а как за годы, проведенные Вами в прямых продажах, изменились сами покупатели?

☉ В XX веке были потребители, заинтересованные в том, чтобы купить, потому что, образно говоря, «не было ничего». А сегодня есть все! И люди стали более приверед-

ливые, более информированные, они неохотно расстаются с деньгами и хотят, чтобы им было интересно это купить. Поэтому сами продажи изменились, главная задача теперь продавать не продукты, а идею. Покупатель захочет купить продукт, который ему нужен, а для этого вам нужно сначала продать идею продукта. Я учу людей задавать вопросы, через которые они начинают понимать эту самую идею продукта.

■ Но продающей стороне не всегда выгодно, чтобы покупатель слишком долго раздумывал или обдумывал покупку.

☉ Вы имеете в виду подтолкнуть его к «рефлекторной» покупке?

■ Это один из самых эффективных приемов современного маркетинга...

☉ Возможно, но я не сторонник такого подхода. Я всегда против неправды, рано или поздно за нее придется платить. Как сказал Лев Толстой: «Самая мягкая подушка – это чистая совесть». Если ради бизнеса вам нужно поступиться принципами и совершить сделку с совестью – он не сделает вас успешным.

■ Как в таком случае стать успешным, сохраняя чистую совесть? Не в этом ли причина того, что многие Ваши коллеги, стремящиеся стать коучами, не добиваются таких результатов?

☉ Первая причина их неудачи – в отсутствии практики. Сегодня появилось огромное количество тренеров-теоретиков, которые даже не смущаются признавать это. Но люди моментально чувствуют, что у вас нет практического опыта. Если вы хотите чему-то учить, вы должны это пережить и пропустить через себя. Второе: когда я учу быть успешными, я говорю, как важно осознавать себя. Моя задача – не просто передать человеку какие-то бизнес-инструменты, а научить его мыслить правильно. Ну и третье, что в моей жизни играет огромную роль – это духовность. В 2010 году в моей жизни произошел духовный переворот, когда я изменил свое мышление и всю жизнь по отноше-



нию к Создателю, поэтому на семинарах я много говорю людям, что духовность должна быть в приоритете. Я помогаю и в этом вопросе увидеть для себя правильно поставленную цель. Научиться ставить цель – это важно, научиться ставить глобальные цели – еще важнее, а вот научиться поставить жизненную цель – это бесценно. А самая главная цель в жизни – это духовная.

1 Возможно, есть параллель между духовностью и продажами, ведь и то и другое основано на связях и обмене?

☉ Я не стараюсь проводить такую параллель, я просто говорю, когда у человека все в порядке с духовностью, он не станет делать плохо другим. В бизнесе такой человек не станет вас обманывать, ему это больше не свойственно, а ведь вы бы хотели общаться с продавцом, который искренен и не стремится вас подловить? Про-

дажи – это возможность заработка, но нельзя зарабатывать деньги в ущерб совести. Когда у вас на душе спокойно и мысли чисты, вы и в бизнесе делаете только правильные вещи.

1 При таком разностороннем подходе к ведению предпринимательства Вы можете выделить какую-то категорию людей, кому стоит прийти на ваш семинар, для кого это путь к успеху?

☉ Какой-то одной категории нет. Моя работа будет полезна любому человеку, которому надоело работать на автомате. Кому нужен рост личности и лидерские качества. Кто хочет учиться в этом направлении, развивая внутренний мир. Для тех, кто имеет проблемы с постановкой целей и готов их решать. Я со своей стороны постараюсь дать все, что могу от всей души и сердца. Без лишней теории и «воды». Только практика, только реальная жизнь. **1**

Пока человек живет, у него всегда есть шансы. Проблема в том, что мы эти шансы не видим, а когда видим, не умеем пользоваться, потому что не умеем концентрироваться. Человек хватается за все, пытается идти легкими путями и в итоге приходит в никуда. Вы не можете достичь ничего значимого, не сконцентрировавшись. Я называю людей, привыкших жить в расфокусе, «сетевыми колобками», которые катаются из одной компании в другую в надежде, что вот теперь-то повезет! Но сколько бы вы ни поменяли компаний, вы всегда берете себя с собой. Поэтому менять надо не работу, а себя.