

Съдържание

За автора	6
Предговор	7
Най-необичайният фактор, който сме решили да подминем	12
Ключът от вратата	27
Силата на идеята	44
Вашият най-ценен ресурс	55
Пътят към правенето на качествен бизнес	72
Как да направим предлагането си изумително	88
Създаване на професионален "конвейер за хранване"	98
Впрегнете в работа психическата си устойчивост	110
Силата на общуването	124
Създаване на бизнес-яснота	134
Седемте смъртни гряха	147
Когато животът хвърли ръкавицата	158
Корпоративният пазар и заможните клиенти	171
Бъдещето е тук и сега...	180

Предговор

През 1976 г., когато бях само на седем години, баща ми, който беше прекрасен, грижовен човек, получи диагноза рак на белия дроб. Неизлечим, в последен стадий. Тогава бях само едно малко момче, така че не разбирах ужаса, пред който се изправяше баща ми, докато се бореше с болестта.

За съжаление той си отиде две години по-късно. Остави майка ми и четири деца, от които аз бях най-голямото. Приживе беше изградил отличен ресторантски бизнес. Ние живеехме в голяма къща и няхаме нужда от нищо. Но според условията на семейното споразумение бизнеса наследи сестра му; за майка ми остана къщата, но нямаше никакви други финансови облаги. Неизбежно, тя вече не можеше да си позволи такъв дом и след две години го продадохме, за да изплатим растящите си дългове, а ние петимата се преместихме в социално жилище – двустаен апартамент.

Както става понякога, когато една врата в живота се затвори, друга се отваря, и малко след това майка ми срещна Дейв, също очарователен човек, когото приех като свой баща. И докато растях, непрекъснато си обещавах, че няма да допусна семейството ми отново да премине през такива изпитания, така че когато влязох в животозастрахователния бизнес през 1989 г., имах възможността да осигуря пари за семейството, ако се случи най-лошото – ако светкавицата удари два пъти.

Колко пъти сме избягвали да се обърнем към някого поради страх от отхвърляне – особено от страна на човек, когото обичаме? В продължение на две години се въздържах. Собствените ми родители имаха нужда от застраховка живот, децата вече бяха седем, а аз се чувствах виновен, че протакам и определям предварително какво ще кажат, ако говоря с тях за това.

Можеше ли светкавицата да удари два пъти? Разбира се, аз се надявах да не е така, но можех ли наистина да стоя настрана и да наблюдавам майка си да премине през същото отново, ако това се случи?

Обещах си, че ще се погрижа за това, че поне ще говоря с тях за защитата, от която знаех, че имат нужда. Тогава бях на двадесет и четири, а най-малкото от децата беше само на три. Първото нещо, което Дейв каза, беше, че никога няма да са в състояние да плащат премиите и че има куп други неща, които биха предпочели да направят с малкото пари, с които разполагат. Аз обаче не се примирих с първоначалното поражение и просто предложих да изготвим и представим формуляр за застраховане и да видим какви условия се предлагат. Донякъде колебливо Дейв се съгласи, макар и да заяви, че нищо не обещава.

Всъщност той като че ли харесваше идеята за безплатни лекарства, но при прегледа се установи, че има диабет. Беше на ръба да бъде отхвърлен, но аз успях да договоря условия – 300% увеличение на премията – и след това се опитах да им обясня защо сега има още повече смисъл да се инвестира в застраховката: застрахователните компании не са склонни да увеличават премията, освен ако е налице нарастнала нужда от покритие. При троен размер на премията знаех, че може би вода вече изгубена битка. Притеснявах се, разбира се, дали ще могат да си позволят вноските по премиите, но след много обсъждане се съгласиха. Съгласиха се, защото знаеха какви могат да бъдат финансовите последиствия, ако светкавицата удари отново. Спазих обещанието си, но – и то беше много по-важно – постъпих правилно. Знаех, че майка ми може да спи малко по-спокойно нощем...

Тогава светът ни се разпадна

Само два месеца след получаването на полицата Дейв се разболя – и диагнозата беше рак на стомаха. Не можех да повярвам, че това се случва отново. Този път обаче ракът прогресираше бързо. Очевидно е бил там от известно време, скрит по ирония на съдбата под симптомите на диабета. Нямах да има двугодишна битка. След седмица той беше в болница и само четири дни покъсно умираше. Един ден седях сам до леглото му, той агонизираше и беше в безсъзнание. Накрая събра отпадащите си сили и ми прошепна: „Синко, благодаря ти за онова, което направи за семейството си. Толкова съм горд с теб.“ Това бяха последните му

думи.

За много неща съм имал късмет. Осъзнавам, че едва ли очаквате да кажа такова нещо, но е вярно. Ако можех да върна времето назад, естествено, че бих го направил. Но не мога. Мога само да разсъждавам, дали всъщност щях да се сдобия с това, което имам в момента, ако нещата стояха иначе. Щях ли още да съм в бизнеса с финансови услуги? Едва ли. Щях ли да имам две красиви деца? Вероятно не. Съдбата е странно нещо.

Понякога едно трагично събитие като онова, през което преминах заедно със семейството си, може да окаже положително влияние върху живота на човека. За мен това влияние се изрази във фокус и решителност да успея, като започнах с това да казвам на всеки срещнат какво се е случило с нас, окуражавайки го същевременно да предприеме положителни действия за собствените си финанси.

Тази книга не е просто за моята „история“. В крайна сметка много хора са преживявали подобни неща. Тя е по-скоро за практическото приложение на няколко идеи, които превърнаха един съвсем обикновен бизнес (прекарах доста години в „джунглата“ на бизнеса) в нещо креативно и изключително успешно. Застрахователната полица, която продадох на родителите си, означаваше, че майка ми, сега омъжена за трети път, има финансовата сигурност, която винаги съм се опитвал да проповядвам.

Гордея се, че бях поканен да споделя тези идеи пред различни групи слушатели по света, а сега и под формата на книга. Обмислям тази книга от известно време насам, но едва когато ме попитаха за хиляден път дали ще изложа най-сетне идеите си за бизнеса и продажбите на хартия, аз си го поставих за цел и започнах да пиша.

Сега, след като изпълних задачата си, имам възможността да благодаря публично на неколцина сред многото хора, които направиха тази книга възможна.

На първо място благодаря на родителите и роднините си – на всички тях, включително на леля си – за жертвите, които направиха и за неотклонната подкрепа, която ми оказваха по време на няколко доста „пъстри“ години на оформяне. На семейства Меткалф, Мог и Айзък – добри приятели, които винаги са ме карали

2

Ключът от вратата

Достигането до ключа от вратата и установяването на успешна практика е тема на тази глава. Какво искате при изграждането на сериозна практика в областта на финансовите услуги: множество клиенти, или малко, но действително добри? Тук няма правилен и грешен отговор, а и аз не мога да отговоря вместо вас.

Което и да изберете, има ползи и предизвикателства. С множество клиенти полето, което засявате, ще бъде много плодовито, с огромни възможности за жътва всеки месец. Предизвикателството е, че при тази възможност е необходима повече работа.

От друга страна, някога познавах изключителен консултант, който имаше само четиринадесет клиенти, всичките мултимилионери, които виждаше сигурно веднъж месечно. Поне веднъж годишно правеше бизнес с всеки клиент... което беше напълно достатъчно, за да му осигури солиден годишен оборот. Разбира се, опасността се състои в това да изгубите няколко от тези клиенти по каквато и да е причина, което ще означава драматична разлика в приходите ви.

Вторият въпрос за достигането до ключа от вратата на бизнес-възможностите е да се запитате дали искате да направите търсенето на клиенти – иначе казано, изкуството да създавате мрежа – лесно или трудно. Може би си мислите, че това е глупав въпрос, тъй като със сигурност искате да го направите лесно. Тогава не е ли странно, че има множество финансови консултанти, които явно не са си го задавали, и така са направили сами живота си потруден? Лично аз обожавам проучването на нови клиенти, но трябва да призная, че колкото по-успешен ставам, толкова по-

5

Пътят към правенето на качествен бизнес

Няма съмнение, че хората, които познават бизнеса ми и как работя, свързват работните ми практики с правенето на качествен бизнес. Тъй като се занимавам много с инвестиране, понякога за милиони лири, това означава, че работя с избрани лица или фирми, сред които се ползвам със сериозно доверие. Очевидно това не е станало за една нощ, а за напълно начинаещ финансов консултант би било повече от забележително да успее да пробие на този пазар за една нощ. Ако и да съм убеден, че това до голяма степен е вярно, аз все пак си спомням един момент, в който реших, че стратегията ми за привличане на клиенти трябва да се промени. И тя се промени... за една нощ!

Класическа е историята за консултанта, който посещава клиенти „частни лица“ или „семейства“ късно вечерта в домовете им. Като много току-що квалифицирали се финансови консултанти и аз навремето направих грешката да слушам някои не чак толкова успешни професионалисти, които ме уверяваха, че пътят към успеха се състои в това да работя вечер с двойки и семейства. Ако и да смятам този пазар за изключително важен, определено не е добра идея да се специализирате в него, ако същевременно искате да уголемите драматично бизнеса си и да увеличите оборота си два или три пъти.

Така че аз често се връщам в мислите си към онази вечер, в която се връщах с колата си, след като бях пропилял три часа и поло-

вина в здрава работа, опитвайки се отчаяно да убедя женен мъж с две малки деца, че има нужда от застраховка живот. Накрая, след една почти изгубена битка, той се съгласи на някакво мизерно покритие, което беше по-добре от нищо. Дори и след това аз се чудех каква е ползата от това за моето собствено семейство, което си беше в къщи и очакаше моето късно прибиране.

На следващия ден реших, че нещата трябва да се променят. Започнах да търся нова стратегия и реших, вместо да прекарвам 80% от времето си на домашния пазар, а 20% – на бизнес-пазара, да обърна съотношението. Сериозно започнах да разглеждам възможността да посветя 80% от времето си на корпоративния пазар и на пазара, в който са налице хора с много свободни авоари за инвестиране или с други думи – заможни клиенти. Днес там отива 90-95% от времето ми, и когато сравня днешния ден с миналото, сега съм много по-успешен, по-малко стресиран, имам повече време за семейството си и съм десет пъти по-щастлив. Ето че в моя случай аз направих избор, за който много финансови консултанти смятат, че е недостъпен.

Може би точно сега се чудите каква е вълшебната формула. Как с някои малки мисловни промени можете драматично да промените шансовете си, а и начина си на живот? Първо бих ви препратил към главата с похватите за промяна на психиката и бих ви предложил да използвате някои от тези основни инструменти като част от процеса. Второ, започнете да използвате няколко прости, но наистина високоефективни техники, за да си пробиете път навън от „домашната джунгла“.

За да го направите, ще имате нужда от карта. Тази глава описва създаването на тази карта, а след като я хванете в ръце, ще ви обясня как да направите така, че да следвате правилната посока, за да пристигнете на набелязаното място.

Преосмисляне на основите

Нека да прегледаме някои от методите, които горещо ви препоръчвам да разгърнете в новата си стратегия за пазара със заможните клиенти.

Има много пространство да се отличите от останалите

По-горе описах някои от начините, по които наистина можете да се отличите от останалите. Един от тях беше свързан с използването на телефона. Дълбоко съм убеден, че начинът, по който отговаряте по телефона и говорите с хората, подчертава качеството и мащаба на вашия бизнес. Той е вашата витрина – онази, която хората гледат и получават реална представа с кого си имат работа.

Още веднъж ще повторя, че съм изумен от някои от най-големите организации в света, които като че ли напълно са забравили стандартите за употреба на телефона в бизнеса им, които уж подкрепят. Служителите изглеждат зле обучени, не разбират важността на разбирателството и съобразяването със събеседника, а в някои случаи дори сякаш си просят скандал! Това е доста смущаващо. Понякога ви говорят с открито покровителствен тон, ако и да знаете, че човекът отсреща всъщност не мисли онова, което казва. Класическият пример е „С какво мога да ви помогна?“, последвано от поведение, което направо крещи, че изобщо не им пука.

Ако управлявате собствен бизнес, може да помислите да накарате подставени събеседници да се обаждат по телефона, за да проверите колко добър е екипът ви. Бъдете внимателни в това, защото не е добра идея да го правите по такъв начин, че да подкопаете доверието на колегите си. Все пак този подход може да ви даде представа за това колко добре работи телефонната ви „система“ по отношение на възприятията и удовлетворението на клиента.

Неща, които трябва да избягваме по телефона

- да не звучим искрено
- да изглеждаме неотзивчиви
- да използваме изрази като „в среща е“, „не знам къде е“ и т.н.
- да превеждаме изтощителни разпити на обаждачите се

Седемте смъртни гряха

След като разгледахме няколко ключови стратегии и идеи, които да ни помогнат за разгръщането на успешна бизнес-практика, нека погледнем сега нещата, които на всяка цена трябва да се опитваме да избегнем, ако искаме да постигнем тези си цели.



Първи смъртен грях: липса на ред или организираност

Много пъти съм чувал израза „ред в живота, ред в ума” и съм сигурен, че е верен. Понякога хората обичат безпорядъка, най-вече защото могат да се скрият в него и да изглеждат много заети! Разхвърляното бюро, бъркотията в календар-бележника, размъкнатият външен вид или незачитането на това колко важна е точността издават индивид, който не контролира бизнеса, ума или живота си.

Повечето от нас мразят бумажината, но трябва да приемем административния процес и да възприемем високи стандарти като път към постижими и разумни цели. А ако сме хора от предприемачески тип, които нямат време да бъдат подредени и организирани, трябва да инвестираме във висококачествен личен асистент, който от наше име може да постига тези жизнено важни стандарти.

Спомням си преди няколко години на търговско изложение посетих една фирма за PR. Бях впечатлен от техния щанд и от имиджа на марката им. Взех визитката им и един ден, случайно минавайки покрай офиса им, реших да се отбия без предупреждение. Какъв шок изживях само!

Когато животът хвърля ръкавицата

Винаги съм разглеждал проблемите като предизвикателства и все пак понякога хората се надсмиват на тази идея. „Защо не си честен със себе си?“ – казват те. „Имаш проблем и няма начин да се измъкнеш.“ И разбира се, това отразява точно тяхната гледна точка.

Съвсем просто аз съм си избрал друг възглед за живота. Видите ли, когато наречете един проблем предизвикателство, мозъкът ви започва да мисли на друга вълна – за решение, а не за неудовлетвореност. Вие сте избрали онзи команден бутон, който да ви даде отговор, а не да ви държи на едно място, докато сте се вторачили във въпроса така, че той да не може да си тръгне.

Ако вече сте постигнали всичко, което сте искали – и в бизнеса, и в живота си като цяло – тогава моите поздравления. Но по-скоро подозирам, че причината да инвестирате в тази книга са нещата, които още ви липсват. Ако случаят е такъв, тогава имам за вас един много мъчителен въпрос.

Още колко дълго искате да живеете така?

Способността ви бързо и успешно да се справяте с предизвикателствата е важна част от успеха в бизнеса и живота, особено когато – както е при повечето от нас – животът и бизнесът са неразривно свързани.

За повечето от нас събитията в Ню Йорк и Вашингтон на 11 септември 2001 г. и в Лондон на 7 юли 2005 г. ще оставят незали-

Корпоративният пазар и заможните клиенти

Тази кратка глава за корпоративния пазар и заможните клиенти има за цел да изостри апетита ви. За да отдам дължимото на тази тема, би трябвало да напиша няколко тома. И все пак с онова, което ви давам, можете да започнете отнякъде, а именно това е най-голямата стъпка, която повечето консултанти отказват да приемат.

Докато пиша това, моята компания „Forte Global Consulting” започва солиден проект за обучение на финансови консултанти както във Великобритания, така и в Далечния Изток. Любопитно е как финансовите консултанти по света се пробудиха за факта, че ако не овладеят работата с МСП (малки и средни предприятия) и заможните клиенти, нямат шанс да влязат в „голямата лига” или да станат признати играчи от световна класа в областта на финансовите услуги.

И така, защо във финансовите услуги хората по-неохотно играят играта с „големите риби”? В почти всяка друга индустрия всички се стараят да започнат с корпоративния пазар, а не да дозреят за него.

Мисля, че това има много общо с историята на финансовите услуги и по-точно казано със застраховането. Един от най-успешните продавачи на застраховки за всички времена е Франк Бетджър (Frank Bettger). Неговата книга за успеха в продажбите на застраховки е неувяхваща класика*.

*Франк Бетджър, „От неудачник към преуспяващ търговец”, изд. „Анхира”, 2006 г. (бел. ред.)