

КАК И КАКИМ ОБРАЗОМ МЫ ВЫХОДИМ НА КЛИЕНТОВ (НАША РОЛЬ)

Элита – область высоких идей, отмены социальных законов, отсутствие зашоренного мышления, абс. индивидуализация, нет понятия границы; ф-ция элиты – движит и определяет вектор развития человечества.

Цель: Нам нужно дело, которое приносит доход, повышает наш социальный и коммуникативный статус и при этом оставляет время для саморазвития.

Наша задача: себя продать через свои идеи

Ограничения: мы не должны быть такими же, как все;
Авторитет (знаки отличия)

Кому доверяют, кого слушают? :

Пророк – человек, близкий к экономико-военной (спец.) – властной элите

Учитель – тот, у кого когда то учился (научился)

С кем работал – соратник, кого знаешь

Врач – сила сверхрепутации

Ребенок – отвязный, креативный, бесхитростный

=> Среди них нет бизнесменов, на момент своего состояния- уже не у дел, не имеет своего бизнеса или **его бизнес в тридцатой области.**

По типу 1 надо: сценарий/состояние ШУТ царедворец, псарь («жалует царь, да не жалует псарь»).

1. Впереди области впереди планеты всей – сам себя достаточно признал, тупая уверенность в знании своей поляны.
2. Говорливость (сочный, интонированный, вкусный голос, с удовольствием говоришь, что делаешь) + нюх

Это шут – доверенное лицо, с правом говорить королю все что он считает нужным о придворных и о самом короле. Шут всегда очень информирован (сбор слухов, сплетен, попойки, семинары, саммиты, etc.) Для того, чтобы быть шутом, надо везде побывать, понюхать, **НО** при этом шут сам в элите. Шут никого не учит, а проучивает и публично опускает + анекдоты (байки). Плохо играет на инструментах, при этом знает, как ими пользоваться. Исследования – это способ шныряния в личных интересах. Шут – интриган в собственных интересах, он безобиден **ТОЛЬКО** для короля.

«Ребята, зачем вам это знать? Как зачем, Я же консультант ...»

По типу 2 надо: сценарий/состояние БРАХМАН – включается, когда ты понимаешь, что тут нет ни одного клиента.

1. Мессианство с элитой всегда работает. Все варианты общения, когда ты себя не продаешь. «Я великий пророк в моей области». Надо выработать самовосприятие, что мы входим в область высокой науки. Нельзя впадать истину в неподготовленные уши.

Резюме: Наше образование и воспитание не позволяет нам относиться к людям плохо, так как они этого заслуживают. Плохо, но вежливо. Выработать ощущение, себя поднимать, остальных того... опускать.

Насчет инструмента, то бишь нас. Т.к. покупать будут не наши мозги, а покупать будут нас!

Мы д.б.:

- Выспавшимися
- Энергетичными – мы д. работать на своей энергетике. Не уставший, не выбитый из колеи, состояние внутреннего благополучия
- Вальяжными, спокойно-медленными, излучать здоровье и благополучие
- Быть в курсе простых вещей и не стесняться этого
- Проявление душевности есть признак гордыни. => **вы все ... -ки, вы ничего не понимаете!**
- В глубине мы все самодостаточны, состоявшиеся люди, знающие себе цену – поэтому, нам не доставляет бессознательного удовольствия доминировать и чморить, мы склонны договариваться => **МЫ ДОЛЖНЫ ДОМИНИРОВАТЬ**, демонстрировать уверенное доминирующее поведение, СНОБИЗМ, требовательность к окружающим, требовательность к ситуации в которой мы находимся. **ВЫРАЖАТЬ** наше отношение не словами, а **ДЕЙСТВИЕМ** (крючить лицо, вставать и уходить).

Отсюда, сфера нашей деятельности:

Категория	Как они покупают других	Как их использовать
1. Обслуживание крутанов за их крутые бабки (Царь, Лэнд-Лорд)	Эти люди покупают многих дешево за то, что позволяют с собой общаться «на равных», дружить. Ты не стал под него подстраиваться («шрифт хороший»)	(сценарий/состояние ШУТ) Уважаемый, вы конечно молодец, вы гениальный тот то, однако я не менее гениальный в своей области и... собственно, какие у нас могут быть дела? Есть дело для общения? Даже если вы сейчас богаче меня, ваше время для вас дорого, как и мое время для меня. Я могу лежать в ванне, загорать на природе, писать книжку, общаться с перспективным клиентом. Ваше время дорого? Вы очень занятой?! ☺ Вы не элита! Элита говорит «Иван Иванович сможет уделить вам время тогда то». Он должен нам доказать свою крутизну, он должен нам заплатить. Благодарю.
2. Истеблишмент, который истеблишмент и	Они включают, что себя не на помойке нашли. Доказывают, что они крутые. При этом тратят время собеседников на этот показ.	Им нужны определенные посредники, не мальчишки, а уважаемые люди. (сценарий/состояние ШУТ) чтобы они понимали, что ты заходишь и в другие места, что общение с тобой ПРЕСТИЖНО в его картине мира.

<p>платит за все.</p> <p>И. – это люди, у которых есть устоявшаяся репутация, бэкграунд и, самое главное, они инф.-ый фильтр, определяющий состояние общества на данный момент времени.</p> <p>(купец 1-ой гильдии, нувориш, который прорвался из mainStream, это те, кто успел)</p>	<p>«И что, вас акулка не покусала!?» – см. ну что показывай, показывай, выставляй себя идиотом. Стеб здесь уместен.</p> <p>Разговор по душам не понимает. Для него все просители.</p>	<p>Он более узко мысли, более ведется на знаки, нужны медали и все связанное с визуальным (беседы, намеки). Нужно, чтобы все, кто с ними общаются, были крутанами (это нувориши).</p> <p>Их ломает, когда они видят, когда (сценарий/состояние ШУТ) вхож в элиты.</p> <p>Их нельзя пугать, они зациклены на их высоком статусе – мы д.б. демократичными, расхлябанными и не крутыми.</p> <p>Платят за все, НО у нас д.б. все атрибуты: часы, рубашки, галстуки, портфели, обувь. Поэтому индивиды класса БВВ, ЛСА не понятно каким образом, вызывают у них доверие.</p> <p>Итого: заходить, как шут, язвительно, используя при этом всю знаковую систему (одежда, атрибутика). Профессорский (западный) стиль, а ля папа Индиана Джонса.</p>
<p>3. Молодое, динамичное, уже с деньгами. Дела идут как паровоз. Уже выстрелило. Самонадежное.</p> <p>Это новый молодой истеблишмент (майнстрим истеблишмента). Уже стабильно</p>	<p>Как правило, у них деньги инвестиционные, либо большие первые. Хотят все шикарное, прекрасное. Как правило, играют в то, что они есть.</p> <p>Покупают по дружбе, не глядя.</p> <p>Любая нечеткость воспринимается как угроза.</p> <p>Им нужна инициатива масс, им нужен запуск энтропии. Не интересны совместные проекты.</p> <p>Любое предложение воспринимается как попытка переманить меня, как успешного менеджера.</p> <p>НЕЛЬЗЯ показывать заинтересованность.</p> <p>Интерес к моей территории воспринимается как «меня хотят поглотить». О деньгах не думает.</p> <p>Им хочется поиграть во все бизнес-процессы</p>	<p>(сценарий/состояние БРАХМАН) Пристройка только сверху.</p> <p>Брать на понты, на слабо. Полная имитация элиты.</p> <p>Не любят все старое, отвергают опыт и при этом страшно нуждаются в героях и авторитетах. Запугивать бесполезно бизнес-вещами. Больше всего на свете боятся не успеть. Понимают, что сели в уходящий поезд и хотят в нем остаться.</p> <p>Это все, кто выходят на рынок.</p> <p>Им надо показывать, что у нас есть большой потенциал и если вы его примените, то явите чудо людям – special for you.</p> <p>Мы им говорим, что можем сделать их еще уникальнее, еще передовее. У нас есть фишка, которую здесь еще никто не применял.</p> <p>Начинаем соблазнять, запутывать, как ...-ть.</p> <p>Хорошо переходить на псевдо близкий контакт.</p>

<p>начал работать бизнес. Молодые выпускники престижных вузов. Яппи. Здесь все выскакивают из штанов. (купец 3-й гильдии) Они стараются красиво стоять в стойле.</p> <p>Типичный игрок.</p>	<p>самим. «Вписался, если бы меня с моей площадкой пригласили куда то!» «Хочу вытащить каштаны из огня чужими руками, но никогда не скажу, где каштаны.»</p>	
---	--	--

RS.:

1. начать заботиться о гардеробе. Одежда: формализованная, но свободно контрастная. Выглядеть эстетично. Цвет к лицу
2. закрывать информацию о себе.

Что нами предлагается ? (наша область) на 2010 год	Что входит в предложение ?	Общее предложение	СПА	СПА	СПА	МиЗ	МиЗ	Рест.	Рест.
			“Профи-wellness”	“Профи-salon”	“Профи-studio”	«Профи-лактика»	«Интенсив-ная терапия»	«С-нуля»	«Разви-тие»
1. Обучение									
1. Концептуальным вещам	Обучение на базе ФДПО и партнера по специальности 080507 «Менеджмент организации»		550, гс.д.2во						
2. Управление предприятием в сфере услуг	Обучение на базе ФДПО и партнера по специальности 080507 «Менеджмент организации»		150, св.г.п.к.	100, св.г.п.к.	72, уд.г.п.к.				
3. Формирование управленческого мышления	На базе «КМБ» 2010		72	72	72	72	72	72	72
2. Исследования									
1. Социальных тенденций и трендов в сфере услуг									
3. По маркетингу									
1. Анализ положения предприятия на рынке	ниша, конкуренты, локация, преимущества								
2. Разработка или уточнение оптимального позиционирования компании на рынке – Разработка бренда	отстройка от конкурентов, повышение узнаваемости, система визуальной идентификации – фирменный стиль, коммуникативная стратегия, сценарии продаж, увязка с ценовой политикой								
3. Организация маркетинговой и рекламной службы предприятия	Внутренний ПР, обучение продажам, внешние протоколы (брифы),	Прейск. усл. по прод. 4 (6-9 мес.)	Прейск. усл. по прод. 4 (9 мес.)	Прейск. усл. по прод. 4 (6-9)	Прейск. усл. по прод. 4 (6 мес.)				

	стандарты работы с поставщиками			мес.)					
4. Разработка Веб-проектов									
5. Организация, проведение мероприятий и рекламных акций									
6. Обучение продажам	В конкретном месте, под конкретную задачу								

* НП – наша поляна

Сокращения:

гс.д.2во – государственный диплом о втором высшем образовании; св.г.п.к. – свидетельство государственного образца о повышении квалификации; уд.г.п.к. – удостоверение государственного образца о повышении квалификации;

Позиционирование НАС любимых на 2010 год?

1. Группа успешных профессионалов, которая объединила усилия в разработке специализированных бизнес-технологий для сферы услуг и сервиса (СПА, медицина, рестораны, etc.)
2. Нами разработаны и применяются гибкие бизнес-технологии, которые нами же адаптируются и внедряются под конкретные бизнес структуры.
3. Большой опыт в изучении феномена успешности бизнеса, на основе построения классификаций его успешности в т.ч. на основе локации, сезонности, изменчивости внешних воздействий, позволяет нам гарантировать клиентам снижение рисков недостижения поставленных целей и утечки стратегической информации.
4. А ещё у нас есть большие связи, которые позволяют нам иметь инсайдерскую информацию.
5. Практическая ценность наших разработок в том, что без нас Вы нифига не добьетесь.
6. Наши разработки позволяют проводить анализ и прогнозирование объекта инвестирования (бизнес, бизнес-сообщество, мода, спрос на ч.-либо, предмет инвестирования) в условиях априорной неопределенности.
7. Этим занимаемся, потому что ИНТЕРЕСНО.
8. Наши достижения – набор уникальных технологий и бизнес-инструментов, которых у Вас не было и в помине.