

РОБИН ДЖЕЙ

# **БИЗНЕС-ЛАНЧ: ИСКУССТВО СОВМЕСТНОЙ ТРАПЕЗЫ И ИНСТРУМЕНТ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА**

*Как выстраивать деловые  
отношения с помощью ножа и вилки*



ДОБРАЯ КНИГА  
МОСКВА 2006

# СОДЕРЖАНИЕ

От автора.....	8
Введение.....	9
<b>Глава 1</b>	
<i>Зачем нужен бизнес-ланч?</i> .....	19
<b>Глава 2</b>	
<i>Внешний вид: что видите,     то и получаете</i> .....	41
<b>Глава 3</b>	
<i>Первые встречи: как назначить деловое     свидание</i> .....	57
<b>Глава 4</b>	
<i>Автомобиль для клиента: сочетайте     приятное с полезным</i> .....	77
<b>Глава 5</b>	
<i>Правильный выбор ресторана</i> .....	85
<b>Глава 6</b>	
<i>Мобильный телефон:     секреты этикета</i> .....	105
<b>Глава 7</b>	
<i>Ход переговоров: приготовьтесь пуститься     в плавание при попутном ветре</i> .....	111

<b>Глава 8</b>	
	<i>Никогда не становитесь другом, который приходит лишь в хорошую погоду . . . . .</i>
	131
<b>Глава 9</b>	
	<i>Что можно и чего нельзя делать . . . . .</i>
	139
<b>Глава 10</b>	
	<i>Не касайтесь этих тем. . . . .</i>
	169
<b>Глава 11</b>	
	<i>Как узнать, когда пора закончить разговаривать, есть и продавать . . . . .</i>
	185
<b>Глава 12</b>	
	<i>Бесплатных обедов не бывает: умение оплатить счет . . . . .</i>
	193
<b>Глава 13</b>	
	<i>Вы будете удивлены, но таковы основы этикета . . . . .</i>
	205
<b>Глава 14</b>	
	<i>Обед ради денег: ланч-собеседование при приеме на работу . . . . .</i>
	231
<b>Глава 15</b>	
	<i>Совместные бизнес-ланчи — золотая жила для профессионального успеха . . . . .</i>
	245
<b>Глава 16</b>	
	<i>Прощание и завершение . . . . .</i>
	259
<b>Заключительное слово . . . . .</b>	267
<b>Алфавитный указатель . . . . .</b>	277
<b>Об авторе . . . . .</b>	283

## ВВЕДЕНИЕ

**Б**олее 18 лет я проработала сотрудником рекламного отдела. За это время я проводила бизнес-ланчи с клиентами более 3000 раз. Согласитесь, цифра не маленькая!

Благодаря этому я хорошо изучила, что и как оказывает влияние на людей. Я легко налаживала и успешно поддерживала профессиональные и личные контакты, и это помогло мне увеличить объем продаж более чем на 2000 процентов. Кроме того, в своем родном Лас-Вегасе я приобрела репутацию «королевы бизнес-ланча». Друзья и знакомые то и дело обращаются ко мне за советом о том, в какое место им лучше пойти и как поступать в той или иной ситуации.

В этой книге я расскажу вам о специфических способах общения с клиентом, которые помогут установить наиболее прочные и взаимовыгодные отношения. Один из лучших способов найти подход к клиенту — совместный бизнес-ланч. Перенеся деловые отношения в ситуацию естественного социального общения, вы ускорите динамику их развития и переведете на более прочную и конструктивную основу. Это открытие я впервые сделала во время игры в гольф с клиентом.

Те из вас, кто играл в гольф с клиентом, уже знают, в чем заключается секрет такой игры. Если же вы не играете в гольф, позвольте мне рассказать вам,

что происходит, когда вы проводите партию в гольф с партнером. Чтобы понять, почему эта игра как нельзя лучше подходит для бизнес-партнеров, вам совсем не обязательно любить гольф или играть в него. Дело в том, что во время игры вам, как правило, придется примерно в течение пяти часов ездить с партнером в каре\* (если вы не предпочтете ходить пешком). А в каре вы будете сидеть очень близко друг к другу. Возможно, ваша игра пойдет удачно, возможно — не очень, это не важно. Главное, в любом случае вы будете участвовать в ней вместе. А просидев так долго бок о бок с человеком, вы просто не сможете не узнать друг друга поближе.

Если ваш клиент не удовлетворен работой или у него домашние неурядицы, если его жизнь вступила в полосу неудач, будет очень странно, если вы об этом ничего не узнаете. Во время игры я слышала от моих собеседников такие вещи, которые никогда не открылись бы мне при других обстоятельствах. Так я случайно узнавала, что они подыскивают себе другую работу или что их начальник ищет себе новое место. О каких только деталях, личных и профессиональных, не узнаешь во время игры в гольф! Главное здесь — быть проникательным, гостеприимным и вести свою игру. Следуя этим трем правилам, вы растопите лед недоверия и увидите в тех, с кем работаете, реальных людей. Действуя таким образом, вы узнаете ваших клиентов «изнутри», а это облегчит работу с ними.

Но в гольф играет не каждый. Так как же найти подход к своим клиентам, если вы не играете в гольф?

---

\* Кар (car или cart) — небольшой электрический или бензиновый автомобиль для передвижения по полю во время игры в гольф. — *Прим. пер.*

Как, хотя бы отчасти, открыть для себя их внутренний мир и сломать стену отчуждения? Что ж, пригласите их на ланч!

## ВОЛШЕБСТВО ЛАНЧА

Пищу можно считать самым что ни на есть «общим знаменателем» для всех людей. Всем нам необходимо есть. Выбираем ли мы здоровую пищу, относимся ли к проблеме питания с безразличием или находимся где-то посредине между тем и другим — едим мы все. И стоит нам разделить трапезу с тем или иным человеком, как отношения с ним изменятся бесповоротно. Может оказаться, что он понравится вам гораздо больше, чем раньше, или, наоборот, вы в нем разочаруетесь. В зависимости от информации, которую вы от него получите, и от того, как он будет вести себя в ресторане, вы, возможно, проникнетесь к нему бóльшим или меньшим уважением. В любом случае вы узнаете об этом человеке много нового! Зная, как правильно вести себя с человеком и как заставить его раскрыться, вы сможете *оценить* значение совместной трапезы, организованной до того, как приступить к проблемам бизнеса. Это самый короткий путь узнать, что за человек перед вами; именно совместная трапеза позволяет за внешним лоском разглядеть настоящую сущность.

Именно по этой причине некоторые руководители предпочитают проводить интервью с претендентами на должность за бизнес-ланчем. Такой способ может многое им открыть. И кто бы мог подумать, что над обыкновенным сэндвичем витают магические силы?

Если же вам не верится, что разделенная с кем-то трапеза влечет за собой значительный сдвиг в отноше-

ниях, просто обратитесь к поисковой системе Google, набрав «breaking bread»\*, и вы найдете более миллиона ссылок. В ссылке на библейские источники говорится, что, делясь своим хлебом с другим, человек переживает поистине магический момент, т. е. именно такой, который навсегда изменит его отношения с этим человеком.

Эта книга научит вас проводить бизнес-ланчи таким образом, чтобы результаты сказались и на прибыли от продаж, и на удовлетворенности клиента, и на успехе дела в целом. Хотите упрочить деловые контакты и увеличить товарооборот? Получить удовлетворение от работы? Испытать радость от того, чем занимаетесь, чтобы бизнес стал приносить вам удовольствие?

Уяснив для себя, как важно уметь разделить трапезу с клиентом, вы увидите, какие знания даст вам книга для увеличения товарооборота, развития вашего бизнеса в целом и — как это ни странно — как отразятся эти знания на вашей личной жизни. Умение придать во время ланча неповторимые черты своему бизнесу, принесет вам большое удовлетворение во всем. Но при этом нельзя забывать об опасности неправильно выбранного стиля поведения за столом.

Ошибок в поведении за столом можно насчитать великое множество. Я объясню вам, за чем нужно следить, чтобы их избежать. Какие блюда ни в коем случае нельзя заказывать на ланч? Допустимо ли заказывать днем коктейль? Стоит ли обсуждать свои любовные проблемы или рассказывать скабресный анекдот? Действительно ли важно, во что вы будете одеты?

У всех нас есть коллеги и знакомые, которые, как нам кажется, никогда не увлекались вопроса-

---

\* Breaking bread — разделить хлеб с кем-то. — *Прим. пер.*

ми бизнес-ланча. И все же, несмотря на это, клиенты их очень любят, а дела их идут более чем успешно, так что несчастными их никак не назовешь. Причина здесь часто заключается в том, что эти люди помогают клиенту почувствовать его исключительность. Поэтому-то многие и предпочитают работать с ними, а не с их конкурентами.

Взгляните на дело под другим углом, поставьте себя на место вашего клиента. Посмотрите на все с его точки зрения. Поступив таким образом, вы сумеете понравиться вашему клиенту и вызвать его уважение, а сами получите от этого удовлетворение. В ваших интересах думать в первую очередь об интересах клиента: благодаря этому ваша клиентура расширится, а это, соответственно, приведет вас к успеху.

Искренне заботясь о других, вы обретете особый вкус к своему делу. Вы будете не просто исполнять свою работу, но ощутите, что вовлечены в жизнь других людей. Упрочится ваша репутация как человека, который заботится о людях и принимает близко к сердцу их интересы. Заставьте ваших клиентов почувствовать собственную значимость, и они пойдут по пути сотрудничества именно с вами.

Как мы уже говорили, совместная трапеза с человеком — это самый быстрый способ лучше его узнать. Арт Феттиг из компании Growth Unlimited\* рассказывал, что несколько лет тому назад у него был бизнес-ланч с президентом корпорации, которая занималась производством аудиозаписей, оказывающих действие на подсознание. Перед этим Феттиг обдумывал возможности сотрудничества с вышеназванной компа-

---

\* Growth Unlimited — компания, занимающаяся вопросами повышения квалификации управленческого персонала. — *Прим. пер.*



нией с целью производства аудиозаписей для детей. Однако он не чувствовал уверенности в необходимости сделки, к тому же за ланчем произошло нечто, убившее его в том, что нужно сказать «нет».

Официантка подвезла тележку с десертом, на которой было разложено около десятка блюд. Президент попросил ее упаковать для него по одной порции дорогостоящих десертов. Он хотел забрать лакомства домой и попросил записать покупку на его счет.

Арт решил, что вышеупомянутая фирма долго не протянет (если поведение ее президента каким-то образом говорило о состоянии дел), и шесть месяцев спустя она действительно обанкротилась. До совместного ланча Арту не один раз приходилось встречаться с этим человеком в офисах его компании, но ни одна из этих встреч не позволила ему обнаружить несоответствие этических норм так быстро, как сделал это один совместный ланч!

Точно так же, как и игра в гольф, бизнес-ланч может привести вас к разнообразным открытиям. В его атмосфере люди расслабляются, и большинство из них становятся менее сдержанными, что важно при создании взаимоотношений. Кроме того, это помогает понять, что человек представляет собой на самом деле.

Недавно я прочитала отрывок из бестселлера Джона Кремера, где он заявляет: «Весь маркетинг, весь бизнес ничего не стоят по сравнению с одной вещью — налаживанием отношений с людьми или, как я люблю говорить, приобретением друзей. Ваша работа состоит в том, чтобы завести друзей». Такое заявление застало меня врасплох. Он громко и открыто повторил мои мысли. Я считала, что нам было бы гораздо проще обозначить главную цель бизнеса (будь то продажа, менеджмент или любой другой, строящиеся на меж-

личностных отношениях) как «налаживание отношений с людьми». И чем больше я об этом думала, тем больше склонялась к выводу, что Кремер прав.

Как я уже упоминала, людям нравится иметь дело с теми, кого они любят. Думаю, все любят своих друзей. Поэтому, сделав клиента своим другом или по крайней мере завязав с ним дружеские отношения, вы владеете ключом к успеху в бизнесе. Джеффри Гитомер, автор «Маленькой красной книги продаж» (The Little Red Book of Selling), изложил это следующим образом: «Если вы продадите товар, то заработаете комиссионные. Если вы обретете друга, то заработаете состояние».

Во время ланча легче поделиться секретами, обменяться идеями, надеждами, разочарованиями и другими личными переживаниями. Важно запомнить, какую информацию можно выставлять напоказ, а какую следует держать при себе. Даже когда вы завязываете отношения и надеетесь, что они со временем перерастут в дружбу, все-таки необходимо быть сдержанным. Точно так же, как вы при незнакомых не оголяете интимные места, не следует обсуждать проблемы, над которыми вы работаете. Особенно это касается нового клиента. А вот если ваш клиент захочет поделиться с вами своими переживаниями и тяготами, то дело обретет совсем другой оборот.

Большинство людей любят посидеть в кафе или ресторане, а вы за это время можете узнать то, что никогда не узнали бы при общении в офисе. Однако следует помнить, что правила поведения за бизнес-ланчем различны и то, что подходит для вас, не всегда подходит для вашего клиента!

В своей книге я расскажу вам о том, как научиться чувствовать вашего клиента, а также о некоторых спе-

цифических способах, которые помогут вам достичь хороших результатов в деловых отношениях.

Занимаясь продажами, я с каждым годом увеличивала их объем. Я налаживала дружеские отношения как со своими клиентами, так и с их начальниками и коллегами. Иногда люди так хорошо умеют представить вам своего руководителя или сослуживца, что вы с этого самого момента считаете нового знакомого своим другом. Вы принимаете его как родного, потому что его вам так умело порекомендовали. А позднее, узнав человека ближе, вы начинаете понимать, в чем секрет его популярности и дружелюбия. Оказавшись рядом с ним, вы всегда чувствуете собственную значимость и ощущаете его расположение.

Встречаются люди, рядом с которыми окружающие чувствуют себя комфортно. Но большинство испытывают затруднения в различных социальных и профессиональных ситуациях. Вы научитесь не просто приспособливаться к обстоятельствам, а фокусироваться на других людях, что, в свою очередь, приведет к тому, что и их отношение к вам значительно улучшится.

Я проведу вас через этот страшный, вечно пугающий лес под названием «противостояние полов». Вы полагаете, его больше не существует? Ошибаетесь! В книге «EVAлюция: восемь истин женского маркетинга» (EVEvolution: The Eight Truths of Marketing to Woman), написанной Фет Попкорн и Лиз Мэриголд, авторы приводят следующее наблюдение: «Мужчина и женщина думают неодинаково, по-разному общаются, по разным причинам делают покупки... Он просто хочет сделать дело. Ее же интересует налаживание отношений. Куда бы ни пришла женщина, она устанавливает отношения».

С другой стороны, мужчина, совсем как в баскетболе, может поддержать тебя в нужную минуту; ухаживая, он способен оказать настоящую дружескую поддержку. Так от кого же в таком случае зависит налаживание взаимоотношений?

Все мы слышали заявление доктора философии Джона Грэя о том, что «мужчины прибыли с Марса, а женщины — с Венеры». И я не знаю ни одного человека, который стал бы отрицать, что женщины и мужчины абсолютно разные! Вопрос состоит в том, стоит ли учитывать эту разницу полов в деловых отношениях. А поскольку завтрак, обед и ужин — не что иное, как социальные ситуации, начинать все нужно с самого начала, ничем не пренебрегая. В главе 7 я расскажу вам о разнице в стилях общения женщин и мужчин и о том, какое это может иметь значение для вас во время бизнес-ланча.

Кроме того, я научу вас, как с помощью простых способов избежать неловкости при первой встрече. Если вас когда-либо одолевали сомнения, что лучше — заехать за клиентом в офис или встретить его непосредственно в ресторане, я расскажу вам, как сделать правильный выбор. Как вы полагаете, играет ли роль выбор ресторана? Несомненно! А какие нормы этикета существуют в разговорах по мобильным телефонам? Можно ли кому-то разговаривать по телефону, сколько заблагорассудится? Из подобных деталей, над которыми вам приходилось раздумывать, и складывается разница между простым перекусыванием с клиентом и созданием основы для длительных и прочных взаимоотношений.

Осознав однажды, *насколько* важно умение выстраивать отношения с людьми, вы поймете, что сделать

это за ланчем гораздо проще. Я постигла само искусство бизнес-ланча и смогу научить вас, как увеличить объем продаж, упрочить ваши взаимоотношения с клиентами и превратить ланч в полезное и приятное занятие. А уж будучи из Лас-Вегаса, я не могу при этом не заключить с вами пари!