КАК ПРИВЛЕЧЬ ЗАКАЗЧИКА.

УЛОВКИ КЛИЕНТОВ В РЕМОНТАХ КВАРТИР.

https://www.youtube.com/watch?v=NDrCEB3wr

**Антон**: Всем привет, любители бизнеса, интересных историй.

Сегодня мы будем снимать интересный видеоролик о том, как понравиться заказчику. То есть, что можно ему предложить, какими приемами можно воспользоваться для того, чтобы привлечь клиента, привлечь заказ к себе.

Об этом мы будем говорить с Иваном Турчиновым, владельцем компании по ремонту квартир. Но будем стараться давать информацию более комплексно, чтобы она была полезна не только тем, кто занимается ремонтом и строительством вообще. А, вообще, всем людям, которые занимаются там бизнесом ли, работают, например, в продажах. Надеюсь, всем вам будет интересно. В конце поведаем пару интересных историй, которые произошли на стройке Ивана. Ну и, возможно, я тоже что-нибудь в процессе всего этого дела вспомню.

Иван, ну расскажи, пожалуйста, самые вот такие моменты полезные, которые могли быть полезны как клиентам, которые выбирают строительную бригаду. Так и строительным бригадам, которые хотят понравиться клиентам. И как вообще привлекать, какие слова тебе говорили люди, которые были твоими заказчиками. Обратная связь то есть. Ну, прокомментируй, пожалуйста, поделись своим опытом с нами.

**Иван**: Спасибо за очень интересный вопрос. На самом деле он очень многогранен. Постараемся мы вкратце изложить. Я думаю, что не только в строительной сфере, но и во всех, во всех остальных сферах услуг, которые предоставляются населению и заказчику, есть какие-то основные такие глобальные темы или вопросы, которые волнуют потребителей, заказчиков. Ну, в первую очередь это ответственность. То есть ответственность за свою работу. Если ты взялся это делать, то, будь добр, доделай до конца. И сделай ещё немножко больше чуть-чуть, чтобы заказчик уже точно был твоим.

**Антон:** Сделать немного больше, чем тебе платят. Да?

**Иван:** Обязательно. Без этого тебя просто не порекомендуют никогда. Ты просто будешь обычным. Обычная бригада, которая, скажем так, будет зависеть только от, я не знаю, от гороскопа, наверное, скорее всего.

**Антон**: Давай пару примеров сразу. Вот что ты сделал такого сверх того, за что тебе заплатили. Ну, за что потом люди были благодарны. Возможно, это позволило им обратиться к тебе ещё, то есть зацепило.

**Иван:** Ну, у нас всё-таки отношение к заказчику более, скажем так, человеческое. Чем это оно более, наверное, если брать две такие системы глобальные, то оно более советское, чем капиталистическое. Более социалистическое, скажем так. То есть оно более направлено в сторону человека, в сторону решения его проблем, задач. И я думаю, что в этом.

**Антон**: Ну например (неразбр.) ( 3:29)

**Иван**: К примеру, мы никогда не откажем заказчику в том, чтобы в его просьбе. То есть мы можем, мы можем пожертвовать своим временем. Мы можем сделать что-то бесплатно. Мы можем сделать так, чтобы заказчик в любом случае остался доволен тем, что он нас просит сделать.

**Антон:** например, он говорит: «Вот покрасьте мне батарею». А вы об этом не договаривались, в смете этого нет. И ты говоришь: «Ну, понимаете, этого не было смете». А он тебе скажет: «Ну, я-то думал, это входит», как они вот любят говорить, заказчики. Что ты в таком случае будешь просить у них? Добавить тебе за покраску батареи или скажешь: «Ладно, я покрашу батарею бесплатно».

**Иван:** Ну, на самом деле, если, если со всем, со всем соглашаться, со всеми прихотями заказчиков, конечно, это тоже будет не очень хорошо. Они сядут тебе просто-напросто на голову, свесят ножки и будешь ты им их вечным рабом. И они ещё будут думать, они у тебя выбьют всю скидку, всё максимально выжмут полностью. И даже по завершении контракта и, скажем так, срока действия гарантии они будут думать, что раз они тебе заплатили эти деньги, то ты по жизни обязан выходить и пожизненный сервис предоставлять. Конечно же, так не нужно делать. Всё нужно, скажем так, прописывать, всё нужно обговаривать на берегу. Но если они тебе сделали, они тебя попросили покрасить батарею, то будь добр, сделай это так, чтобы это было лучше, чем он ожидал. Вот так вот я думаю.

И при всём при этом можно посоветовать какие-то свои видения, там со стороны. То есть может быть в такой цвет лучше. Может быть так, и ещё бонусом сделать что-нибудь за батареей. То есть, чтобы это всё окультурилось. Не просто нате и мы побежали. Нет, нужно подойти, нужно это всё, нужно уважить клиента и расстаться с ним в отличных отношениях. Даже не расстаться, надеяться на следующее сотрудничество.

**Антон**: Отлично. То есть первое – это, получается, выполнять то, что хочет клиент. Делать немного больше. И предлагать какие-то вещи, интересные решения ему, которые возможно он для себя изначально не предполагал. То есть делиться опытом в процессе.

**Иван**: Безусловно, это очень важно. И многие просто для себя делали открытия. У них просто Inside проходил: «Блин, как же, как же я не догадалась до этого раньше». Это было.

И, на самом деле, они тебя по таким вещам запоминают намного больше и по сарафану передают друзьям, знакомым.

**Антон**: Понял. Что ещё? То есть что клиент тебе говорил? «Блин, ну вы такие»? И вот что говорил хорошего после этого?

**Иван:** Хорошего? Ну, на самом деле просто сделайте то, что вы взялись, то за что вы взялись, и вы будете уже хорошими. Если вы сделаете чуть больше – это будет, это будет просто супер. Я могу сказать то, что то, что мы в себе исправили.

У нас очень много было возражений по поводу чистоты на объекте это, это, это очень.

**Антон**: Это свинячили все?

**Иван**: Это больная тема, да. То есть если, если у нас поджимают сроки, а это всегда фактически есть на объектах, то инструмент лежит, где попало. Всё везде полностью всё разбросано. За этим нужно следить каждый день. Нужно, нужно убирать на объекте хотя бы, хотя бы приблизительно там. Хотя бы делать вид, чтобы, чтобы бы заказчик хотя бы не спотыкался, можно было хотя бы пройти. Очень важно уборка в конце, в конце объекта. Да, вы сдали. Сделайте хотя бы, пусть это будет не чистовая, пусть не клининговая компания. Ну, хотя бы, сделать так, чтобы это всё было максимально.

Женщины и мужчины очень отличаются по своим предпочтениям. С женщинами, честно говоря, сложнее работать.

**Антон**: особенно категория учителя были проблемные и врачи. Типа были такие вот с категорией, что у нас в ремонте было наибольшее количество проблемы. Все даже мастера об этом говорили. У вас есть какие-то профессии, помимо пола, с которыми сложно работать? Ну, военную полицию брать, это, конечно понятно. Это сами по себе люди такие сложные.

**Иван**: Очень, очень специфические заказчики. Ну, в целом женщины очень ценят порядок на объекте. Если они заходят и видят что там что-то, что-то не то, им неважно, какие вы стены им сделали, как вы им там разрисовали, расписали, занесли и уложили плитку. Если у вас там где-нибудь что-нибудь валяется это всё, это вам дизлайк.

**Антон**: Нам дизлайки не надо, ставьте лайки под этим видео.

Такой вопрос: Вот когда тебе звонят впервые, вот как раз вернемся к изначальному вопросу. То есть что мы делаем такого, вот что вы делаете такого, что заказчик говорит вам «Да»

Ну, то есть он звонит, например и говорит: «Добрый день, Иван! Вы тут делали моему знакомому ремонт, и я вот хотела к вам обратиться и ну вот мне… Ты подсознательно слышишь, что человек хочет услышать какие-то аргументы, почему я должен выбрать тебя. Вот что ты в таком случае ему говоришь? То есть вопрос ни с точки зрения нахваливания своей компании. А с точки зрения того, какие вот наши подписчики могут использовать такие фишки крючочки, которые тоже смогут применять в своей деятельности, необязательно строительной.

**Иван**: Ну, на самом деле, в этом самое главная задача стоит в бизнесе – это хорошо упаковаться. То есть ваша упаковка – она показывает как раз то, к чему в идеале вы должны прийти.

Наша задача показать, скажем, так, выгоды, которые заказчик получит, сотрудничая с нами. Мы хотим объяснить то, что если вы сделаете ремонт качественно, если это всё сделать, если вы даже чуть-чуть больше потратите времени, но сделаете те или иные узлы качественнее или надёжнее, то с течением времени вы очень много сэкономите.

**Антон**:То есть ты говоришь, что типа, давайте мы чуть больше времени возьмем. То есть все, например, говорят, что: «давайте мы вам сделаем быстрее», ты говоришь: «давайте не торопиться». То есть вот у тебя такая фишка. Да?

**Иван**: Нет, мы можем, мы стараемся освещать полностью весь процесс и показывать на те или иные проблемы. То есть если мы подошли к ремонту ванной, а там у нас есть какие-то проблемы с либо с водопроводом, либо с водоотведением, либо со стенами и так далее. Нам нужно остановиться и заказчику показать: «Смотрите, вот мы бы могли это сделать и проехать и уложиться в сроки. Ну, мы вам бы хотели рекомендовать это заменить, поскольку у вас через пару лет с этим будут большие проблемы. И мы бы не хотели, чтобы так случилось. Мы бы хотели с вами дальше дружить».

**Антон**: Как вот ты борешься с такой историей, очень важный вопрос на мой взгляд. Заказчик звонит пяти фирмам разным, хочет принять решение. Вот он звонит первым: «За сколько вы мне сделайте ремонт однокомнатной квартиры?» Тот говорит: «Ну, за 2 месяца сделаю». Другой там говорит: «Ну, я там, вообще, за 2 недели, наверное, сделаю, ну максимум за 3». Третий говорит: «За месяц». А ты понимаешь, например, что с его требованиями, как он хочет там меньше 3 месяцев вообще никак. И в этот момент ты ему может сказать честно, вот как ты говоришь: «я стараюсь говорить на весь процесс честно». И скажешь: «три месяца». Он скажет: «О.., эти вообще какие-то медленные». Все говорят там три недели, месяц. Хотя, это априори. Понятно, что делать невозможно. Как ты вот в это этой конкурентной борьбе планируешь выжить. Он просто скажет: «Но, тогда я буду работать с теми, кто 2 месяца». Всё равно он будет делать три, но он уже заплатит им, а не тебе получается, наверное.

**Иван**: Ну, на самом деле, это очень распространенное такая ситуация. Мы в этой в этой связи поступаем всегда аналогично. То есть всегда в одностороннем порядке мы говорим вилку, скажем так, времени. Мы можем сделать это за 2 месяца, можем это сделать за 4 месяца. Но с вашими, скажем так задачами, скорее всего, по опыту, это будет столько-то и столько-то.

**Антон**: Но он же может уйти тогда, другого найти мастера. Пускай уходит тогда?

**Иван**: Да, мы его отпускаем. Мы его отпускаем. Мы знаем, что мы уверены в своих силах, мы не хотим, скажем так, терять свою репутацию и свои стандарты, которые у нас уже есть.

**Антон**: Ну, ещё один вопрос тогда вдогонку, вот по деньгам. Когда говорят там: «Вот сколько у вас за квадрат?» Ты там знаешь, что твоя работа, к примеру, стоит там 10.000 за метр квадратный. А он звонит первым, они говорят 6.000, рассчитывают потом четыре докрутить там на доп.работы. Кому-то звонят, он работает за 4000: «У нас там столько много объектов, так настроены процессы, поэтому у нас так дёшево». А ты вот хочешь сказать честно. Вот и сейчас ляпнешь десятку, и они скажут, «что… 10.000! За 4000 делают, тут за 10. Но я тогда пойду к тем, у кого за шесть». Вот средненькая цена будет. Как так с этим поступать?

**Иван**: На самом деле нужно, я считаю, что нужно всегда честно говорить. Надо сказать, что мы можем вам назвать любую сумму, которая приятна вашему худо. Но в реальности будет вот такая сумма. Многие делают ошибку называя цену, скажем так, если вас просят просто цену назвать, многие называют вместе с материалом, доставкой и со всеми остальными. Да, у них там получается сразу там тысяч 30-40. У некоторых фирм там от 40 до 60 и люди идут, всё равно покупают. То есть на каждого покупатель есть, на каждый товар есть свой покупатель. Ну, на самом деле я считаю, что нужно честно это говорить. Что смотрите, ребят, вы сейчас пойдёте на эту уловочку, но не надейтесь, что когда вы зовете материалы, когда придут строители, вы в конце вы на этой же сумме и остановитесь. То есть это, скажем так, немножко такая, такой не хороший маркетинговый ход со стороны.

**Антон**: То есть ты предупреждаешь о том, что другие обманывают, а ты говоришь правду.

**Иван**: Ну, скажем так, я никогда ещё никого сильно не поливал грязью. Ну, мне неприятно, когда это делают. И мне хотелось бы, чтобы всё-таки строительный рынок чуть-чуть отошёл от этого. Чтобы он более цивилизованный стал, и за каждую копейку не приходилось людей обманывать.

**Антон**: Клиенты тоже хороши же. Зачастую это рождается от того. что здесь ответ на это, уже идет противостояние. То есть клиент тебя приглашает, а потом начинает: «А какие скидки?». Начинает накидывать доп. работы. Начинает что-то придумывать, например, там всю свою семью приводят в какой-то момент, где «у меня дядя строитель, этот там прораб в пятом поколении, этот участковый, этот адвокат». Вот делегации заходит посреди ремонта, на который ты договорился уже. А ремонт у тебя подписывала бабушка 60 лет, ты ей сказал одну цену. Потом принимать приходят другие люди со своими, со своей шириной между указательным пальцем и мизинцем. И тебя начинают короче вот грузить «да вот стройте». Как вот с такими, когда тоже ввязался в эту ситуацию?

**Иван**: Ну, на самом деле здесь ничего не нужно выдумывать, здесь надо говорить правду. Если это если это не твой клиент просто расставаться и всё. Потому что, если уже начались такие разговоры, то это ни к чему хорошему это не приведет. То есть нужно говорить начистоту: «Смотрите ребята, мы, наша фирма зарабатывает, у нас такая маржа – строители забирают столько-то и то, что вы нас сейчас просите, это ни в какие рамки не вписывается. Ни о какой гарантии, никакой, в принципе, не может идти речи. Вы если понимаете это, то мы работаем. Если нет, извините, пожалуйста. Мы поехали дальше. У нас есть еще чем заниматься.

**Антон**: Даже такие хитрости идут в ход типа, например, ты говоришь: «Вот мы договаривались, там такого не было». Они: «А как? Это не было предусмотрено? Или вы увидели, что это бабушка и вырешили её обмануть?».

То есть заказчики на самом деле, особенно с агрессивной позицией – это продуманный план. То есть они вместе собираются за столом там, решают, как сделать. Не все, но иногда вот такие люди встречаются. Зачастую, скажем так, это статистическая история, не единичный случай, когда вот это делают. У меня на объектах такое было регулярно. То есть люди заходили, и начиналось вот это вот, танцы с бубнами там на объекте. И это происходит, как правило, в тот момент, когда вот-вот приходит пора платить тебе очередной транш, ты уже не можешь уйти с объекта. Потому что ты деньги вложил, уже работа.

**Иван**: Да, ты уже вложил, тебе нельзя.

**Антон**: И ты типа, вот здесь вот момент, тебя вынуждают соглашаться, скажем, с этими условиями, вот с такими ситуациями. Как делаешь ты? Можешь сказать в этот момент: «Отлично, всё так и сделаю», получить транш и уйти. Но, в таком случае, это будет как бы сделка с совестью. Ты, получается, согласился, а потом их обманул, несмотря на то, что они тоже тебя обманули в ответ. Либо можешь сейчас прямо уйти, но при этом потерять.

**Иван**: Мы уходим, не теряем. Я сразу отвечу на этот вопрос, потому что ну, смысла никакого нету. По опыту ничего хорошего из этого не выходит. То есть мы с такими клиентами стараемся не работать, для них есть специальные, «специально обученные» люди, которых они могут найти по листовкам у себя в почтовых ящиках или на сайтах-агрегаторах. То есть там, в принципе будет проще с ними общаться, намного.

**Антон**: Ну, понятно. Ну, и давай еще поделимся какие-нибудь интересными историями поучительными со стройки, пару слов.

**Иван**: Да, были. Очень много, очень историй, всех не пересказать. Ну, скажем так, со стороны заказчиков да, были такие, которые хотели скажем так, меня подвинуть как ответственного. Занять мой пост и с моей бригадой продолжить работу в том же направлении.

**Антон**: Эти люди типа выходцы из бригады, из этой которую ты поставил?

**Иван**: нет-нет, это заказчики. Это заказчики, которые хотели, скажем, так, продолжить.

**Антон**: Ну, напрямую да, сотрудничество?

**Иван**: Ну, не напрямую. Они хотели на этом зарабатывать, только меня подвинуть, а забрать всё. Все мои, скажем так, навыки, мою команду, которую я выращивал. Ну, так. Да.

**Антон**: А даже так. Ну, расскажи.

**Иван**: Очень было интересно. Это наш был первый клиент, скажем так, в Москве.

**Антон**: А ты приехал, получается, с Украины, решил здесь заняться бизнесом. Приходишь, и первый клиент тебе попадается (неразбр) (18:04)

**Иван**: Да, у нас очень-очень-очень, да, нас, такая, вот такая была, сразу нас бросило в такой каток. Ну, мы с честью вышли из этой ситуации, ребята меня не предали.

**Антон**: Ну, опиши, как это было. То есть вот, заказчик что им говорил? Типа говорит там «давайте там работать напрямую. Уберём Ивана, и я вам буду платить больше. Или как вообще? Ну чуть подробностей, красок.

Иван: Ну, было как. Мы еще не знали цен, которые здесь были в Москве. мы согласились на некоторые, подписались на некоторые виды работ, которые, скажем так, стоили намного больше чем то, на что мы подписались. Мы в итоге их выполнили мы их, выполнили с честью. Мы сделали очень красиво, ровненько всё. Но, скажем так, назревал бунт среди команды, которые недополучили свои денежки.

**Антон**: Ну, то есть когда поняли, что это стоит больше.

**Иван**: Да, а с другой стороны как бы заказчик тоже не особо хотел платить больше. Хотя он понимал, что это не стоит столько. Ну, то есть это чисто был такой их Дима Киреев. Хорошо называют отжиматели или как-то. Ну, в общем, люди, которые с тебя просто все сока выжимают.

И, в итоге, у этого заказчика были ещё амбиции на следующий объект. У него было очень много знакомых, как раз был момент кризиса, когда люди все вкладывали деньги в бетон. И очень много нужно было ремонтов делать, скажем так, в то время. Он решил на этом деле подзаработать и сказать: «Ребята, вот смотрите, вот такая ситуация назревает. У меня есть заказчики, вы будете обеспечены работой, давайте-ка наверно ко мне. то есть всех построил. Ребята сказали: «Нет, извините». Мы собрались и уехали. Мы потеряли там несколько десятков тысяч рублей.

**Антон**: И сейчас вместе с этими людьми продолжаете работать?

**Иван**: Да.

**Антон:** Ну, это отлично! Вот воспитание команды, которая преданна, которая вот это очень важный момент.

**Иван**: Причём мы не связаны никакими контрактными обязательствами, ничего не подписывали друг с другом, просто на честном слове.

**Антон:**  Вы все вместе приехали вот сюда Да? Работать.

**Иван**: Ну, кто-то здесь. Потом ещё приехал. да то есть это люди, в принципе, которые..

**Антон:**  Какие случаи «кидалова» у тебя были? Когда вот иногда бывают такие ситуации, когда спорные моменты**:**  ну, немножко там недоработали, заказчики немножко не доплатили. Здесь как бы можно до бесконечности рассуждать с одной и с другой стороны. Но бывают такие ситуации, когда однозначно идёт, прям, целенаправленное «кидалово». Когда даже заказчик зачастую это никак не вуалирует. В стройке я с этим встречался довольно часто, особенно, когда объект идут ну, не квартиры, а какая не какая история коммерческой типа клуб какой ты делаешь, магазин какой ты делаешь. Заказик он немножко приблатненный в этот момент Вот и у него уже может такие есть возможности типа взять тебя там и кинуть просто. Как вот? Есть такое? Встречалось тебе?

**Иван**: Антон, ну, на самом деле вот за 5 лет, которые здесь в Москве, ни разу не было. Вот это один единственный раз, когда мы потеряли. Когда мы нашли это первого нашего заказчика и всё. Вот именно такого не было. Всегда мы, опять же, ничего не подписывали, ни каких-нибудь там. Ну, в основном это всё делали на устной договорённости.

**Антон:** А ты сейчас без договоров работаешь?

**Иван**: Ну, если мы, в основном нас советуют по сарафанному радио, передают своим друзьям, знакомым. И с ними мы не ничего не подписываем.

**Антон:** Да, понятно. И всё нормально при этом.

**Иван**: Вообще у нас с этим никогда проблема не было.

**Антон:** Вот интересно, я работал только с договорами и у нас довольно часто были проблемы. Вот Иван работает без договоров, проблемы бывают редко. Вопрос подхода, наверное, и объемы всё-таки вопрос объёма.

**Иван**: Честность. Я думаю, что всё-таки осталось всё-таки у людей какая-то всё-таки честность, какая-то, что-то человеческое, остались какие-то качества. Я думаю, что только на них мы выезжаем и на них мы работаем сейчас.

**Антон:** Ну, давай напоследок тогда три совета людям, которые ищут бригаду и три совета бригадам, который ищут заказчиков. Именно по-человечески на что обратить внимание. У тебя глаз уже в этом деле наметанный, разбирается. Подскажи, пожалуйста, нашим подписчикам.

Давай начнём с того – три совета бригадам, которые вот приходят, и клиент такой смотрит на него и надо принять решение – работать с ним или нет. То есть на что обратить внимание при выборе клиента.

**Иван**: Ну, перво-наперво нужно понять, что заказчик хочет сделать быстро и за малую сумму ремонт. И в то же время он хочет как можно меньше туда включаться и нервничать по этому поводу. поэтому необходимо сразу же на этих позициях сделать акцент и полностью прописать, ну, я думаю, что лучше всё-таки в письменном виде все те работы которые вы договорились сделать.

**Антон:** Если вы первые, то есть записать всё. Да?

**Иван**: Но если вы работаете по квадратным метрам, то есть вы берете за квадрат по полу, то вы, я думаю, что в зоне риска. Потому что в такой схеме ну, мы не работаем. Потому что, потому что есть высокий риск недомолвок каких-то и дополнительных работ, которые, в конце концов, потом..

**Антон:** А ты ж вроде сам работаешь без договора. Или вы прописываете всё-таки работы?

**Иван**: У нас есть, у нас мы ведем полностью смету. У нас каждый шаг прописан в смете.

**Антон:** А, то есть, договора нет, но смета есть. Понятно.

**Иван**: Нет, мы подписываем договора иногда. Ну, в основном, то есть все шаги у нас прописаны в смете. Каждый этап работ, всё абсолютно и результатом этого идет оплата.

**Антон:**  То есть первое: обязательно заставлять заказчика подписывать смету. Второе?

**Иван**: Второе: Это пунктуальность и просто хорошие отношения. То есть вы должны быть всегда на связи. Вы должны исполнять то, что (неразбр) (24:27)

**Антон:** Сейчас мы тоже (неразбр) (24:31) для клиента. А как мы именно выбираем клиента? То есть вот, ты вот смотришь на клиента и думаешь**:**  «Вот этот человек, мне с ним работать или нет». Вот что ты выбираешь? Ну, то есть да, чтобы поработать, но смету предоставить. Так, ладно, ещё вот на что ты смотришь?

**Иван**: Ну, я считаю, что нужно расположить к себе просто клиента, показать ему свои, что ты можешь ему предложить. Если ты, если ты не компетентен в чём-то, то это сразу проявиться. Если ты пришёл, как замерщики, все с ноутбуками, показывает ля-ля тополя. Они смотрят, что ну, человек хорошо, красиво разговаривает, но в ремонте он.. То есть, в принципе, пора наводящих вопросов, они в принципе могут абсолютно вывести на чистую воду, абсолютно кого угодно. Поэтому нужно быть всё-таки в теме, нужно владеть всей этой информацией и максимально убедить. Ну, скажем так, не убедить даже, а показать заказчику, что ты компетентен.

**Антон:** Ну, это да. Это ты вот, как заказчик выбирает тебя. А вот как ты выбираешь заказчика, получается, на что вот ты обращаешь внимание?

**Иван**: Ну, я не знаю. Здесь, скорее всего, психология. То есть здесь только с опытом. Вам нужно всё равно будет, если вы на начальном этапе и вы, вас интересует это на самом деле этот вопрос, то вы всё-таки пройдите через всех.

Я рекомендую, наверное, набить шишки и поработать с каждым.

**Антон:** То есть, нет такого признака, по которому можно вот однозначно судить. Вот там человек матом ругается, с ним не надо работать. Или там он толстый, с ним не надо работать. Или он там, наоборот, слишком тонкий.

**Иван**: Нет, ну, видно всё-таки если человек искренен с тобой, то пусть он матом ругается. Но он искренне это всё делает, то ты понимаешь что он в принципе с тобой будет откровенен во всех вопросах. А если он зажатый и что-то недоговаривает, ну тут уже насторожитесь. Потому что что-то рано или поздно всплывет.

**Антон**: Ну, теперь давай так. Допустим, когда бригаду выбирает себе человек, сам заказчик. На что ему обратить внимание? Прям можно быстренько, раз-два-три

**Иван**: Ну, давайте начнём с того, что это самое, одна из самых дорогих покупок в жизни человека. И я бы хотел, чтобы заказчик представил себя на месте, если ему предстоит, или ему, или родственнику предстоит какая-то тяжелая операция. Как он, как он выбирает хирурга, который будет это делать? Я не думаю, что это будет первое попавшееся объявление на Авито или где-нибудь там.

**Антон**: Главное будет клиника, которая по полису у тебя прикреплена медицинскому.

**Иван**: Я думаю, что нет. Если это касается жизни и смерти, то он, скорее всего, будет искать, ну, мало того, что отзывы. Скорее всего, это будет через знакомых. Я считаю, что всё-таки все хорошие специалисты в области услуг, они передаются из рук в руки. То есть я считаю, что не нужно искать в рекламе. Это последнее, где нужно искать. Нужно всё-таки спрашивать. Благо, сегодня мы имеем возможность через социальные сети это делать. То есть это всё моментально делается. Напишите рассылку, соберите отзывы, сделать свой вывод, пообщайтесь. Обязательно нужно общаться. Обязательно нужно смотреть работы. Обязательно нужно, если они смогут, вам порекомендовать номера телефонов тех заказчиков, у которых они уже сделали ремонт, пообщаться с ними. Прийти на объект, посмотреть, как они делают ремонт. Это самое важное – познакомиться и всё будет хорошо.

**Антон**: Иван, спасибо, что зашёл. Спасибо, что так это доходчиво объяснил, какие-то интересные моменты по поводу того, на что обратить внимание.

Если вам понравилась эта информация ставьте лайк. Если не понравилось, ну вы уже досмотрели до конца, чем нам очень тоже помогли. Потому что YouTube продвигает видео, которое досматривают до конца больше. Так же хочу напомнить, что у нас есть проект бezdell.ru, где вы можете задать любые вопросы касательно бизнеса. Там даже Иван тоже участвует. Он задает периодически вопросы какие-то, он отвечает иногда на вопросы других. И вас я тоже приглашаю сделать то же самое. И в скором времени мы открываем телеграмм канал, где будем общаться между собой, для предпринимателей, будут собираться. Такое сообщество, друг другу помогать. Вот когда мы говорим о том, что передавать человек из рук в руки, это можно там будет найти человека хорошего. Который занимается ремонтом, который занимается рекламой. Который занимается тем-тем-тем-то и, в общем-то, помогать друг другу.

На этом у нас всё. Делитесь этим видео, если кто-то ищет себе бригаду. Делитесь этим видео, если какая-то бригада ищет и не понимает, как выбирать себя заказчиков.

И до новых встреч в следующих видео. Пока.

Видео находится [ЗДЕСЬ](https://www.youtube.com/watch?v=NDrCEB3wrUE)