

Содержание

| | |
|--|-----------|
| Об авторе | 17 |
| Посвящение | 18 |
| Благодарность автора | 18 |
| Введение | 19 |
| Об этой книге | 19 |
| Соглашения, используемые в книге | 20 |
| Что можно не читать | 20 |
| Кто вы, мой читатель? | 20 |
| Как построена эта книга | 21 |
| Куда двигаться дальше | 23 |
| Часть I. Закладываем прочную основу умения продавать | 25 |
| Глава 1. Процесс продажи | 27 |
| Что такое продажа | 27 |
| Основные способы продажи | 29 |
| Прямые продажи | 29 |
| Телемаркетинг | 29 |
| Электронная почта | 30 |
| Продажи онлайн | 32 |
| Прямая почтовая рассылка | 32 |
| Для чего вам умение продавать | 33 |
| Глава 2. Семь этапов цикла продажи | 35 |
| Этап 1. Разведка | 35 |
| Этап 2. Установление первоначального контакта | 37 |
| Этап 3. Оценка потенциальных клиентов | 39 |
| Этап 4. Презентация | 40 |
| Этап 5. Разрешение затруднений | 41 |
| Этап 6. Закрытие сделки | 42 |
| Этап 7. Привлечение клиентов по рекомендации | 42 |
| Глава 3. Любовь к своему делу: как превратить продажи из работы в увлечение | 45 |
| Как совместить полезное с приятным | 46 |
| Что отличает хобби от работы | 47 |
| Все дело в отношении | 48 |
| Любовь к своему делу делает его значимым | 49 |
| Век живи — век учишься искусству продавать | 50 |

| | |
|---|----|
| Найдите время для обучения навыкам продаж | 51 |
| Как справиться со спазмом восприятия | 52 |
| Учитесь на своих ошибках | 53 |
| Выход из зоны комфорта | 53 |
| Превращение гусеницы в бабочку | 54 |
| Неосознанное незнание | 55 |
| Осознанное незнание | 55 |
| Осознанное знание | 57 |
| Неосознанное знание | 57 |
| Как продавать то, чем ваши клиенты хотели бы обладать | 58 |

Часть II. Домашнее задание для будущих чемпионов **61**

Глава 4. Как понять своих потенциальных клиентов **63**

| | |
|--|----|
| В чем ценность предварительного сбора информации | 64 |
| Начните с нуля и узнайте о клиенте все | 65 |
| Покупатели бывают разные... | 67 |
| Покупатель №1. Верный Барт | 68 |
| Покупатель №2. Ловчак Фредди | 68 |
| Покупатель №3. Придирчивая Полли | 68 |
| Покупатель №4. Скользкий Эд | 69 |
| Покупатель №5. Зануда Грег | 69 |
| Покупатель №6. Педантичная Анна | 70 |
| Покупатель №7. Властная Донна | 70 |
| Покупатель №8. Дотошный Карл | 70 |
| Покупатель №9. Неверчивая Синди | 71 |
| Покупатель №10. Рассеянный Дэн | 71 |
| Особенности общения с представителями разных культур | 72 |
| Организация встречи с потенциальным клиентом-иностранцем | 74 |
| Особенности международного дресс-кода | 74 |
| Правильное произношение имен | 75 |
| Поведение при знакомстве | 75 |
| Этикет обмена визитками | 76 |
| Не вторгайтесь в личное пространство собеседника | 77 |
| Разные подходы к проведению презентаций | 77 |
| Искусство вручения подарков | 78 |
| Этикет деловых обедов | 79 |
| Опасения клиентов и сила убеждения | 80 |
| Боязнь продавцов | 80 |
| Боязнь неудачи | 81 |
| Боязнь переплатить | 82 |
| Боязнь быть обманутым | 82 |
| Боязнь попасть в неловкое положение | 83 |
| Боязнь неведомого | 83 |
| Боязнь повторить прошлые ошибки | 84 |
| Страх, вызванный чьими-то словами | 84 |
| Сила слова — используйте ее мудро | 84 |

| | |
|---|------------|
| Правильно подбираем слова и фразы | 85 |
| Используйте только тот жаргон, который знаком вашим клиентам | 88 |
| Совершенствуйте словарный запас, чтобы создавать положительные образы в воображении клиента | 89 |
| Умение слушать своих клиентов | 92 |
| Глава 5. Знайте свой товар | 95 |
| Что вы должны знать о своем товаре? | 95 |
| Где раздобыть информацию о своем товаре | 98 |
| Посещайте тренинги и читайте печатные материалы о товаре | 98 |
| Общайтесь с уже имеющимися клиентами | 99 |
| Изучайте опыт коллег | 99 |
| Обратитесь к первоисточникам | 100 |
| Наблюдайте за конкурентами | 101 |
| Глава 6. Применение современных технологий в работе продавца | 103 |
| Не бойтесь перемен | 103 |
| Преодолейте свой страх | 104 |
| Найдите мотивацию для осуществления перемен | 104 |
| Как упростить свою жизнь с помощью современных технологий | 105 |
| Полезные технические приспособления | 105 |
| Помогите клиентам связаться с вами | 107 |
| Полезные сервисы для планирования путешествий | 107 |
| Создание презентаций с помощью программы PowerPoint | 109 |
| Компьютерные программы управления контактами клиентов | 109 |
| Часть III. Анатомия продажи | 113 |
| Глава 7. Разведка: поиск людей, которым нужен ваш товар | 115 |
| Откуда начинать поиск потенциальных клиентов? | 115 |
| Начинайте с простого | 116 |
| Поиск потенциальных клиентов среди своих друзей и родственников | 117 |
| Поиск в Интернете | 119 |
| Ваша компания тоже помогает вам искать покупателей | 122 |
| Как найти подходящих людей: проверенные на практике стратегии поиска потенциальных клиентов | 122 |
| Обратите внимание на круг своих знакомых | 123 |
| Используйте свои деловые связи | 124 |
| Поговорите с продавцами, у которых вы сами что-то покупаете | 125 |
| Используйте свой опыт покупателя | 126 |
| Потенциальные клиенты есть даже среди ваших бывших покупателей | 127 |
| Используйте список своих клиентов | 129 |
| Новые разработки продукта открывает перед вами новые возможности | 129 |
| Будьте в курсе новостей | 130 |
| Знайте основы сервиса и поддерживайте своих покупателей | 132 |
| Правило трех шагов | 132 |

| | |
|---|------------|
| Глава 8. Первая встреча с клиентом: ее организация и создание непринужденной атмосферы | 135 |
| Азы установления контакта с потенциальными клиентами | 136 |
| Начните с телефонных звонков потенциальным клиентам | 137 |
| Шаг №1. Приветствие | 138 |
| Шаг №2. Представление собеседнику | 138 |
| Шаг №3. Благодарность | 139 |
| Шаг №4. Цель вашего звонка | 140 |
| Шаг №5. Назначение личной встречи | 141 |
| Шаг №6. Еще одно “спасибо” в конце телефонного разговора | 142 |
| Шаг №7. Благодарственное письмо | 142 |
| Другие способы контакта с потенциальным клиентом | 143 |
| Почта | 143 |
| Электронная почта | 144 |
| Личное общение | 145 |
| Как встретиться с человеком, принимающим решение о покупке | 146 |
| Поговорите с секретарем компании потенциального клиента | 146 |
| Сотрудничайте с помощником человека, принимающего решения | 147 |
| Вырабатываем стратегию | 148 |
| Как произвести хорошее первое впечатление на клиента во время вашей встречи | 149 |
| Выбор подходящей одежды | 149 |
| Язык жестов | 150 |
| Пусть ваши потенциальные клиенты отнесутся к вам с симпатией и доверием | 151 |
| Шаг №1. Улыбнитесь искренне | 151 |
| Шаг №2. Установите зрительный контакт с собеседником | 152 |
| Шаг №3. Поприветствуйте потенциального клиента | 152 |
| Шаг №4. Пожмите друг другу руки | 153 |
| Шаг №5. Ваше имя в обмен на имя потенциального клиента | 154 |
| Установите контакт с потенциальным клиентом | 155 |
| Установление контакта с клиентом в сфере розничных продаж | 156 |
| Чем можно заменить фразу: “Могу ли я вам помочь?” | 157 |
| Как распознать сигналы, которые подает покупатель | 158 |
| Как находить общий язык с покупателями в любых ситуациях | 158 |
| Ваша беседа с клиентом должна быть непринужденной | 159 |
| Похвалите то, чем ваш собеседник гордится | 160 |
| Избегайте споров | 160 |
| Подстраивайтесь под темп речи вашего собеседника | 161 |
| Глава 9. Оценка потенциальных клиентов | 163 |
| Несколько подсказок от детективов | 164 |
| Не стройте догадок | 164 |
| Обращайтесь с собеседником спокойно и доброжелательно | 165 |
| Всегда делайте заметки | 165 |
| Позвольте собеседнику почувствовать себя важной персоной | 166 |
| Задавайте стандартные вопросы | 166 |
| Обращайте внимание как на вербальные, так и на невербальные сигналы | 166 |
| Внимательно слушайте ответы на свои вопросы | 166 |

| | |
|--|------------|
| Избегайте напряженности во время встречи | 167 |
| Дайте потенциальному клиенту понять, что вы будете рядом | 168 |
| Механизм оценки потенциальных клиентов: потребности покупателя | 168 |
| “Н” — что у покупателя уже есть? | 169 |
| “А” — что нравится покупателю в том, что у него есть? | 170 |
| “Д” — что ему даст ваш товар? | 170 |
| “О” — кто принимает решение о покупке? | 170 |
| Удовлетворение потребностей клиента | 171 |
| “Правильные” вопросы — ключ к успешной оценке потенциальных клиентов | 172 |
| Вопросы-“лассо” | 173 |
| Предоставьте покупателю возможность выбирать | 174 |
| Помогите клиенту представить себя счастливым обладателем вашего товара | 175 |
| Глава 10. Как проводить успешные презентации | 177 |
| Начнем с самого начала | 178 |
| Определите ключевые фигуры | 178 |
| Торопитесь — или окажетесь за бортом | 179 |
| Своевременный перерыв — залог успеха | 180 |
| Азы презентации товара | 180 |
| Говорите на языке клиента | 181 |
| Контролируйте свой темп речи | 182 |
| Продажа на основе допущения | 182 |
| Расшифровка языка жестов собеседника | 183 |
| Проведение удаленных презентаций | 184 |
| Видеопрезентации и веб-презентации | 185 |
| Звездный час вашего товара | 186 |
| Отойдите в сторону | 186 |
| Как сохранить контроль над ситуацией | 187 |
| Лучше один раз увидеть... | 187 |
| Наглядные пособия, предоставляемые вашей компанией | 188 |
| Создание наглядных пособий своими руками | 189 |
| Демонстрация товара потенциальным клиентам | 190 |
| Презентация нематериальных товаров | 191 |
| Типичные ошибки и как их избежать | 192 |
| Найдите розетки и разберитесь, как подключить оборудование | 193 |
| Убедитесь, что ваши наглядные пособия в порядке | 193 |
| Проверьте каждую мелочь заранее | 193 |
| По возможности адаптируйте презентацию под конкретного клиента | 194 |
| Предусмотрите всё | 195 |
| Глава 11. Когда клиент сомневается или возражает | 197 |
| Как истолковать сигналы, исходящие от клиентов | 198 |
| Несколько простых стратегий для преодоления сомнений и возражений клиентов | 199 |
| Иногда возражения можно обойти | 200 |
| Помогите клиенту понять, что эта сделка для него выгодна | 200 |
| Опережайте клиента | 200 |
| Вам возражают: что делать и чего нет | 202 |

| | |
|---|------------|
| Не игнорируйте возражений | 202 |
| Пусть клиент сам ответит на свое возражение | 203 |
| Не спорьте с клиентом | 204 |
| Не преуменьшайте сомнения клиента | 204 |
| Как преодолеть возражения: надежный рецепт из шести шагов | 204 |
| Шаг № 1. Выслушайте клиента | 205 |
| Шаг № 2. Поддерживайте разговор | 205 |
| Шаг № 3. Задавайте вопросы | 206 |
| Шаг № 4. Отвечайте на вопросы | 206 |
| Шаг № 5. Подкрепляйте свои ответы | 206 |
| Шаг № 6. Кстати... | 206 |
| Глава 12. Закрытие сделки | 209 |
| Время для закрытия сделки | 209 |
| Иногда нужно просто спросить | 210 |
| Определите степень готовности клиента к покупке с помощью основных вопросов | 211 |
| Высказывайте предположения | 211 |
| Предложите клиенту варианты | 212 |
| Сделайте ошибочный вывод | 212 |
| Сыграйте в игру “Дикобраз” | 213 |
| Вопросы и утверждения, способствующие принятию решения | 214 |
| Простое устное закрытие сделки | 214 |
| Простое письменное закрытие сделки | 215 |
| Метод “отражение нападения” | 216 |
| Закрытие сделки со ссылкой на авторитетное мнение | 218 |
| Как преодолеть страхи клиента | 220 |
| Чему можно научиться у Бенджамина Франклина | 220 |
| Список аргументов “за” | 221 |
| Подсчитаем недостатки и подведем итоги | 222 |
| Как превратить уклончивый ответ в четко сформулированное возражение | 223 |
| Что делать с возражением “слишком дорого” | 224 |
| Ну очень смешные цены! | 225 |
| Косвенное сравнение | 225 |
| Расскажите аналогичную историю | 226 |
| Расскажите о своих конкурентных преимуществах | 227 |
| Глава 13. Привлечение клиентов по рекомендации | 229 |
| Откуда, когда и как появляются клиенты по рекомендации | 230 |
| Где найти клиентов по рекомендации | 231 |
| Довольные клиенты | 231 |
| Как и когда искать потенциальных клиентов? | 233 |
| Поиск клиентов по рекомендации: шесть этапов | 234 |
| Шаг №1. Помогите своему покупателю определить круг знакомых, которые могут вас заинтересовать | 235 |
| Этап №2. Записывайте имена клиентов по рекомендации на карточки | 236 |

| | |
|--|-----|
| Этап №3. Задавайте вопросы, которые помогут оценить потенциальных клиентов | 236 |
| Этап №4. Спрашивайте контактную информацию | 236 |
| Этап №5. Попросите своего клиента созвониться с его знакомым и договориться о встрече с вами | 237 |
| Этап №6. Попросите у клиента разрешения ссылаться на него при разговоре с его знакомыми | 237 |
| Как проводить встречу с клиентами по рекомендации | 237 |
| Старайтесь получить рекомендации даже если сделка срывается | 238 |

Часть IV. Развитие вашего бизнеса **241**

Глава 14. Послепродажное обслуживание и поддержание отношений с клиентами **243**

| | |
|--|-----|
| Как понять, когда (и с кем) следует поддерживать отношения | 244 |
| Внимательно относитесь к ожиданиям клиентов от поддержания отношений | 245 |
| Как выбрать метод поддержания отношений | 246 |
| Личные встречи | 246 |
| Телефонные звонки | 246 |
| Обычная почта | 248 |
| Электронная почта | 249 |
| СМС-сообщения | 250 |
| Не забывайте о важности благодарственных писем и подарков | 250 |
| Когда следует отсылать благодарственные письма | 250 |
| Когда следует переходить от писем к подаркам | 252 |
| Как извлечь максимальную выгоду из поддержания отношений | 253 |
| Порядок прежде всего | 253 |
| Все хорошо в меру | 254 |
| Ведите учет своих достижений | 256 |
| Как придерживаться программы поддержания отношений | 257 |

Глава 15. Интернет — ваш помощник на пути к успеху в сфере продаж **259**

| | |
|---|-----|
| Чем же Интернет может быть полезен для продавцов? | 259 |
| Почему Интернет лучше, чем газеты и журналы | 260 |
| Почему Интернет лучше, чем “сарафанное радио” | 260 |
| Почему Интернет лучше, чем пустые догадки | 261 |
| Использование Интернета на различных этапах цикла продажи | 261 |
| Поиск потенциальных клиентов в сети | 261 |
| Проведение презентаций и продажа товара онлайн | 262 |
| Поддерживайте контакты с клиентами | 264 |
| Эффективное использование социальных сетей | 265 |
| Помните о чувстве меры | 266 |

Глава 16. Эффективное планирование времени **269**

| | |
|--|-----|
| Не тратьте время — инвестируйте его | 269 |
| Найдите время для планирования, и у вас не пропадет впустую ни минутки | 271 |

| | |
|--|------------|
| Неотложные дела | 272 |
| Важные дела | 272 |
| Относительно несущественные дела | 273 |
| Внезапно возникшие дела | 273 |
| Скольжение по волнам времени | 274 |
| Исследуйте свое прошлое | 274 |
| Проанализируйте день сегодняшний | 275 |
| Загляните в день завтрашний | 276 |
| Когда и где заниматься планированием? | 278 |
| Организация рабочего места экономит время | 279 |
| Держите на столе только то, что относится к неотложным делам | 279 |
| Эффективно используйте время | 279 |
| При необходимости уберите со стола телефон | 279 |
| Не тратьте время зря | 280 |
| Бесконечные поиски того, что нельзя было терять | 280 |
| Работа, которая не выполняется правильно с первого раза | 280 |
| Привычка откладывать на потом | 281 |
| Ненужные или чересчур продолжительные телефонные разговоры | 281 |
| Ненужные или слишком продолжительные совещания | 282 |
| Деловые обеды, которые длятся больше двух часов | 282 |
| Негативные мысли | 282 |
| Неэффективное использование времени в дороге | 283 |
| Привычка не подтверждать встречи | 283 |
| Бессмысленный просмотр телепередач | 284 |
| Вторжение в ваше личное пространство | 284 |
| Глава 17. Совместная работа с другими продавцами | 287 |
| Сначала поймите, чего вы ждете от сотрудничества | 287 |
| Совместная деятельность (совместное предприятие) | 288 |
| Кому нужно то, что вы можете предложить? | 288 |
| У кого есть то, что нужно вам? | 289 |
| Кросс-промоушн (перекрестное продвижение) | 290 |
| Партнерские программы | 292 |
| Часть V. Что делать, если вы терпите поражение | 295 |
| Глава 18. Как справляться с неудачами и отказами | 297 |
| Узнайте, какие мотивы движут вами | 297 |
| Деньги | 297 |
| Чувство независимости и защищенности | 298 |
| Достижение успеха | 299 |
| Признание | 299 |
| Одобрение окружающих | 299 |
| Самоутверждение | 300 |
| Узнайте, что вас демотивирует | 301 |
| Утрата безопасности | 301 |
| Неуверенность в себе | 301 |

| | |
|---|------------|
| Боязнь неудачи | 301 |
| Страх перемен | 302 |
| Пять стратегий для преодоления неудач | 303 |
| Польза отрицательного опыта | 303 |
| Воспринимайте неудачу как сигнал о необходимости смены курса | 304 |
| Воспринимайте неудачу с юмором | 304 |
| Воспринимайте неудачу как возможность попрактиковаться и поработать над собой | 305 |
| Воспринимайте неудачу как часть игры, которую необходимо выиграть | 305 |
| Равняйтесь на лучших — и делайте то, чего никогда не делают середняки | 305 |
| Не смешивайте личную жизнь и работу | 306 |
| Как справиться с трудными временами в вашей отрасли | 306 |
| Глава 19. Цели не дают расслабиться | 309 |
| Ставьте перед собой достижимые и эффективные цели | 309 |
| Разбивайте цели на составляющие части | 310 |
| Долгосрочные цели | 310 |
| Среднесрочные цели | 311 |
| Краткосрочные цели | 311 |
| Различные виды целей | 311 |
| Цели в сфере продаж | 312 |
| Личные цели | 313 |
| Работайте на достижение своих целей | 314 |
| Записывайте свои цели | 314 |
| Не теряйте цель из виду | 315 |
| Что делать, когда цель достигнута | 317 |
| Часть VI. Великолепные десятки | 319 |
| Глава 20. Десять ошибок, которых следует избегать | 321 |
| Ошибка №1. Неправильно понимать задачи продавца | 321 |
| Ошибка №2. Думать, что вы и без обучения знаете все о продаже | 322 |
| Ошибка №3. Много говорить, мало слушать | 322 |
| Ошибка №4. Употребление слов, сводящих на нет все ваши усилия | 323 |
| Ошибка №5. Не знать, когда завершать продажу | 323 |
| Ошибка №6. Не знать, как завершить сделку | 323 |
| Ошибка №7. Недостаток искренности | 324 |
| Ошибка №8. Недостаток внимания к мелочам | 324 |
| Ошибка №9. Позволить себе впасть в депрессию | 325 |
| Ошибка №10. Терять связь с клиентами | 325 |
| Глава 21. Десять стратегий повышения эффективности продаж | 327 |
| Готовьтесь | 327 |
| Произведите хорошее первое впечатление | 327 |
| Быстро определите, можете ли вы помочь клиенту | 327 |
| Тщательно готовьтесь к каждой презентации | 328 |
| Внимательно выслушивайте сомнения и возражения | 328 |

| | |
|---|------------|
| Проверяйте все | 328 |
| Просите клиента принять решение | 329 |
| Рассказывайте о других покупателях | 329 |
| Постоянно работайте над собой | 329 |
| Будьте рекламой своего продукта | 329 |
| Глава 22. Десять способов освоить искусство продажи | 331 |
| Будьте любопытны и открыты новым знаниям | 331 |
| Не переоценивайте результаты учебы | 332 |
| Избегайте догматизма и радуйтесь переменам | 333 |
| Репетируйте, применяйте и критически оценивайте свои новые навыки | 333 |
| Выработайте свой стиль | 334 |
| Будьте дисциплинированы | 335 |
| Оценивайте достигнутые результаты | 335 |
| Ведите журнал своих успехов | 336 |
| Извлекайте уроки из каждой продажи | 337 |
| Настройтесь на учебу | 337 |
| Глава 23. Десять эффективных способов завершить сделку | 339 |
| Способ №1. “Если бы да кабы” | 339 |
| Способ №2. “Повышение производительности” | 339 |
| Способ №3. “Все самое лучшее в жизни” | 340 |
| Способ №4. “Нет” | 340 |
| Способ №5. “Моя мамочка как-то сказала...” | 341 |
| Способ №6. “Закон десяти” | 341 |
| Способ №7. “Раскаяние покупателя” | 342 |
| Способ №8. “Это не вписывается в бюджет” | 342 |
| Способ №9. “Подготовка” | 343 |
| Способ №10. Упущенная сделка | 343 |
| Предметный указатель | 344 |