

ДАРЬЯ КАЗИМИРОВА

КРАТКОЕ

СОДЕРЖАНИЕ

«ЧЕМПИОНЫ ПРОДАЖ.

ЧТО И КАК ЛУЧШИЕ

ПРОДАВЦЫ В МИРЕ

ДЕЛАЮТ ИНАЧЕ»

Дарья Казимилова
Краткое содержание
«Чемпионы продаж. Что
и как лучшие продавцы
в мире делают иначе»
Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27359054

Библиотека «Главная мысль»; 2016

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Чемпионы продаж. Что и как лучшие продавцы в мире делают иначе». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Мэттью Диксон и Brent Адамсон провели крупномасштабное исследование – они наблюдали за работой нескольких тысяч продавцов и выяснили, какой тип сотрудника наиболее эффективен в продажах. Авторам удалось опросить специалистов из разных индустрий и сделать неожиданный вывод. Оказывается, руководители компаний делали ставку совершенно не на тех игроков. Лучшие из лучших не строят отношения с клиентом – они бросают ему вызов, помогают свежим взглядом оценить

собственный бизнес и разрешить проблемные места. И что самое главное – эти качества можно развить даже у самых обычных сотрудников. Авторы подробно рассказали, что надо делать, чтобы стать настоящими чемпионами продаж. В нашем обзоре мы остановимся на основных моментах.

В результате исследования, о котором идет речь в «Чемпионах продаж», авторам удалось выявить пять типов продавцов, подробно описать схему их взаимодействия с клиентами и найти методики, помогающие сделать чемпионами средних сотрудников. Читайте в нашем обзоре, на что же способны Работяга, Чемпион, Строитель Отношений, Одинокий Волк и Решатель Проблем.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги

*Авторский обзор по
материалам книги*
**«Чемпионы продаж. Что
и как лучшие продавцы
в мире делают иначе»**
**Мэттью Диксон,
Брент Адамсон**

Автор обзора: Дарья Казимилова

**Чемпионская модель продаж: как сделать чемпио-
нами обычных сотрудников**

Мэттью Диксон и Брент Адамсон провели крупномасштабное исследование – они наблюдали за работой нескольких тысяч продавцов и выяснили, какой тип сотрудника наиболее эффективен в продажах. Авторам удалось опросить специалистов из разных индустрий и сделать неожиданный вывод. Оказывается, руководители компаний делали ставку совершенно не на тех игроков. Лучшие из лучших не строят отношения с клиентом – они бросают ему вызов, помогают

свежим взглядом оценить собственный бизнес и разрешить проблемные места. И что самое главное – эти качества можно развить даже у самых обычных сотрудников. Авторы подробно рассказали, что надо делать, чтобы стать настоящими чемпионами продаж. В нашем обзоре мы остановимся на основных моментах.

Три значительных прорыва в истории продаж

1. Сто лет назад страховые компании освободили менеджеров по продажам от сбора ежемесячных выплат по страховке и передали эту функцию менее квалифицированным сотрудникам. Идея «продавцы только продают» имела колоссальный успех и быстро разошлась по другим отраслям бизнеса.

2. В 1952 году в книге «Психология продаж» Эдварда Стронга была подробно изложена техника открытых и закрытых вопросов. Мысль о том, что продавцом необязательно родиться, а достаточно использовать определенные методики обучения, пришлась всем по душе. В торговлю хлынули новые люди.

3. В 1970-ые стартовал двенадцатилетний проект изучения предложений о продажах. По его результатам была написана культовая книга «СПИН-продажи», обзор которой представлен в Библиотеке «Главная мысль». Это был про-

рыв, который повлек за собой десятки новых моделей комплексных продаж.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.