

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ
«МЕТОДИКА RAIN:
КАК ПРОДАВАТЬ,
ЧТОБЫ ПОКУПАЛИ»**

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Краткое содержание
«Методика RAIN: как
продавать, чтобы покупали»**

«Актюн управление и финансы»

КнигиКратко Б.

Краткое содержание «Методика RAIN: как продавать, чтобы покупали» / Б. КнигиКратко — «Актин управление и финансы»,
— (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Методика RAIN: как продавать, чтобы покупали». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Согласно данным Бюро статистики Министерства труда США, среди продавцов есть небольшая группа (10%), которая показывает результаты на 295% выше средних по рынку. Что особенного делают эти продавцы? Майк Шульц и Джон Дорр много лет пытались это понять. В результате многолетней практики была разработана методика ведения решающих переговоров RAIN (англ. – дождь), а высокоэффективные продавцы получили имя «заклинателей дождя» (от англ. rainmakers). В своей книге авторы последовательно излагают, как научиться убеждать клиентов и заключать сложные сделки, другими словами, как стать «заклинателем дождя». Прежде всего, они настаивают, что с клиентом надо установить настоящие отношения. Как показало исследование авторов How Clients Buy, холодность продавца отталкивает потенциальных покупателей даже сильнее, чем навязчивость. В книге вы найдете полезные советы, как наладить взаимопонимание. Например, вы знаете, как расположить к себе клиента, которому вы почему-то не нравитесь? Может помочь такой прием – попробуйте разузнать, что этот человек может сделать для вас. «Тот, кто оказал тебе одну услугу, будет готов оказать и другую, но не жди благосклонности от того, кому ты сам сделал одолжение» – это правило работает безотказно. За этапом налаживания взаимопонимания следует этап выяснение проблем и желаний клиента, затем – этап доказательства вашей способности изменить ситуацию к лучшему и, наконец, этап, когда продавец рисует перед покупателем новую реальность. Важно правильно показать клиенту точную и почти осязаемую картину «до» и «после» – тогда он будет по-настоящему вовлечен в процесс улучшений и сам захочет действовать, разделив с продавцом ответственность за результат. В книге «Методика RAIN. Как продавать так, чтобы покупали» для каждого этапа продажи приводятся практические рекомендации, которые помогут вам

стать таким же эффективным переговорщиком, как лучшие «заклинатели дождя». Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© КнигиКратко Б.

© Акцион управление и финансы

По материалам книги «Методика RAIN. Как продавать так, чтобы покупали». Майк Шульц, Джон Дорр

Автор краткого обзора: Библиотека «Главная мысль»

Как продавать так, чтобы покупали

*«Дождь! Его легкие руки способны точить камень и обтесывать величественные скалы»
Генри Уорд Битчер*

Согласно данным Бюро статистики Министерства труда США, среди продавцов есть небольшая группа (10 %), которая показывает результаты на 295 % выше средних по рынку. Что особенного делают эти продавцы? Майк Шульц и Джон Дорр много лет пытались это понять. В результате многолетней практики была разработана методика ведения решающих переговоров RAIN (*англ.* – дождь), а высокоэффективные продавцы получили имя «заклинателей дождя» (*от англ.* rainmakers).

В своей книге авторы последовательно излагают, как научиться убеждать клиентов и заключать сложные сделки, другими словами, как стать «заклинателем дождя». Прежде всего, они настаивают, что с клиентом надо установить настоящие *отношения*. Как показало исследование авторов How Clients Buy, холодность продавца отталкивает потенциальных покупателей даже сильнее, чем навязчивость. В книге вы найдете полезные советы, как наладить взаимопонимание. Например, вы знаете, как расположить к себе клиента, которому вы почему-то не нравитесь? Может помочь такой прием – попробуйте разузнать, что этот человек может сделать *для вас*. «Тот, кто оказал тебе одну услугу, будет готов оказать и другую, но не жди благосклонности от того, кому ты сам сделал одолжение» – это правило работает безотказно.

За этапом налаживания взаимопонимания следует этап выяснение проблем и желаний клиента, затем – этап доказательства вашей способности изменить ситуацию к лучшему и, наконец, этап, когда продавец рисует перед покупателем новую реальность. Важно правильно показать клиенту точную и почти осязаемую картину «до» и «после» – тогда он будет по-настоящему вовлечен в процесс улучшений и сам захочет действовать, разделив с продавцом ответственность за результат.

В книге «Методика RAIN. Как продавать так, чтобы покупали» для каждого этапа продажи приводятся практические рекомендации, которые помогут вам стать таким же эффективным переговорщиком, как лучшие «заклинатели дождя».

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.