

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

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

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

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=27358654](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27358654)*

### **Аннотация**

**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**

# 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 челочек 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.