

Василий Князев

Чемпион будущих продаж



Василий Владимирович Князев

Чемпион Будущих Продаж

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=34109713

ISBN 9785449093646

Аннотация

Эта книга посвящена активным продажам. У вас не получается делать холодные звонки? Вы не знаете как «дожать» клиента? Эта книга- тренажер. Берите и делайте. Вам в подарок авторская типология клиентов от Василия Князева. Если после прочтения книги у вас не вырастут продажи, мы просто вернем вам деньги.

Содержание

Благодарности...	6
Предисловие	8
Глава 1.	14
1.1. Как искать клиентов	14
1.2. Кто Ваши клиенты	17
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Чемпион Будущих Продаж

Василий Владимирович Князев

Корректор Д. Уманская

Дизайнер обложки Т. Самохвалова

© Василий Владимирович Князев, 2018

© Т. Самохвалова, дизайн обложки, 2018

ISBN 978-5-4490-9364-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Книга принадлежит _____

Цель прочтения книги _____

Начата _____

Окончена _____

Полезные страницы

№ _____

Эта книга посвящена активным продажам. В ней пойдет

речь о следующих важных аспектах:

Как искать клиентов, как подготовиться к продаже, как совершать «холодные» звонки и назначать встречи. Почему важно выявлять потребности клиента, какими навыками необходимо обладать, чтобы эффективно презентовать товары или услуги. Почему необходимо любить возражения и как с ними эффективно работать. Какие действия необходимо предпринять, чтобы клиент захотел купить у вас, а не в другой компании.

Данная книга – тренажер. Прочитав любую главу, вы сможете попробовать на практике предложенные вам инструменты. Ваше терпение и настойчивость позволят вам значительно увеличить **ВАШИ ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ**.

Эта книга будет полезна коммерческим руководителям, менеджерам активных продаж и всем тем, кто имеет отношение к прямым продажам.

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельца авторских прав.

Чтоб быть искусным продавцом, знать надобно немало: Ступени лестницы продаж, и технику «СВ», и «SWOT» анализ эффективный Но главное! Запомни для начала! Люби клиента, как себя Успех придет — как неизбежность!

Василий Князев

Благодарности...

Я благодарен за постоянную поддержку во всех моих начинаниях моей любимой жене Лане. Ее помощь просто бесценна. Ее поддержка вдохновила меня на создание моей первой книги.

Я благодарен своей родной сестре Наталье Князевой за очень активную и безвозмездную помощь в самом трудном начале пути компании.

Я благодарен всем моим учителям, особенно тем, которые не верили, что я смогу добиться успеха. Ваше неверие стало основой моей движущей силы.

Я благодарен всем клиентам, которые сотрудничали и сотрудничают с компанией «Князь».

Я благодарен особенно тем клиентам, которые отказались сотрудничать. Ваши отказы сделали меня сильнее, мудрее и выносливее.

Я благодарен всем моим друзьям, которые поддерживали и поддерживают меня в моих начинаниях: Александру Чамовских, Алексею и Елене Алиевым, Михаилу Паздникову,

Светлане Пономаревой, Ирине и Сергею Михеевым, Николаю Белобородову, Алексею и Юлии Трапезниковым, Александру Олонцеву, Виталию Шполянскому, Анастасии Степановской, Любви Богдан, Ахматнуровым Эдуарду и Наталье, Олегу и Оксане Телятниковым, Николаю и Ксении Аксеновым, Пенягину Игорю, Эсмيره Петенковой и Эрнесту Фризоргеру, Наталье и Олегу Батюковым, Дмитрию и Марине Губчак, Григорию Матвееву и многим, многим другим.

Я благодарен Вам уважаемый читатель (ница), за то, что вы приобрели эту книгу.

Благодарю...

Предисловие

«Умение общаться с людьми — это товар, который можно купить так же, как мы покупаем чай или кофе, и за этот товар я готов заплатить больше, чем за что-либо другое»

Дж. Д. Рокфеллер

Друзья, спасибо, что вы инвестировали свои средства и время в эту книгу. Эта книга поможет вам стать успешнее в ваших прямых продажах и, возможно, заработать ваш первый миллион. Давайте познакомимся. Меня зовут Василий Князев.

Мой девиз: «Верьте в себя». Я увлекаюсь айкидо, футболом и хоккеем. По образованию я педагог, по призванию — бизнес-тренер, консультант.

Начиная с 90-х годов я все время что-то продавал. Я был предпринимателем. Продавал все, на чем можно было заработать в то время.

В 2005 году мне предложили возглавить филиал одной крупной международной компании. И я согласился, так как мне всегда нравились сложные задачи. А здесь, в Екатеринбурге, необходимо было создать филиал с нуля. Приступив

к руководству филиалом, мне практически сразу пришлось совмещать две должности: я был директором и обучал менеджеров активным продажам. Спустя некоторое время обученные мной менеджеры по финансовым показателям были признаны лучшей командой в России.

Но прошло 3 года, и я понял, что хочу и могу создать свою компанию, которая будет заниматься и обучением, и выстраиванием бизнес-процессов, и набором персонала.

И в 2009, 14 августа, я создал свою компанию, назвав ее очень просто: Консалтинговая Компания «Князь». Тренинги – одно из направлений компании, они – прекрасный инструмент для развития и совершенствования различных навыков.

Данная книга посвящена моему самому востребованному тренингу – «Чемпион Будущих продаж».

Этот тренинг прошли в России более 2000 человек.

Несколько раз я этот тренинг проводил в Европе в частности в Праге.

Очень часто на этом тренинге участники спрашивали: а есть ли книга по этому тренингу, чтобы спустя какое-то время освежать информацию? И я понял: есть потребность – значит, нужно ее удовлетворить.

Друзья, как вы думаете, все мы ли мы занимаемся продажами на протяжении всей своей жизни, если не являемся менеджерами и продавцами? Вы абсолютно правы. Мы, мужчины, продаем себя, если хотим завоевать сердце девушки. Мы продаем свои мозги, руки и т. д. Мы все с вами – продавцы, или, если хотите, менеджеры.

Итак, вы должны осознать, что пытаетесь освоить одну из интереснейших профессий в мире – *искусство продавать*. С древних времен люди всегда что-то продавали, обменивали, покупали.

Торговый представитель, или менеджер по продажам, – ярчайший представитель этого ремесла. Умение продавать это искусство, и, конечно, этому нужно учиться.

Вот несколько важных моментов, которые должен осознавать менеджер (продавец):

- *он приносит благо и пользу людям;*
- *он удовлетворяет их потребности;*
- *он приносит счастье и радость людям.*

Менеджер должен быть уверенным в себе, в своем продукте, который он предлагает.

Эта уверенность всегда передается клиенту

Давайте поговорим о некоторых преимуществах искусства продажи.

1. Продажа — одна из немногих профессий, в которой Вы можете оставаться самим собой и, в сущности, делать то, что хотите. Нет деятельности, которая бы в большей степени зависела от личной инициативы, чем продажа.

2. В этой профессии никто и ничто не ограничивает ваш доход, кроме ВАС самих. Вы можете усомниться в этом утверждении. Возможно, вы считаете потолком для себя самый высокий доход, достигнутый наиболее удачливым менеджером по продаже в вашей компании. Но разве это означает, что нельзя заработать еще больше? Разумеется, нет.

3. Третье преимущество заключается в том, что искусство продажи ежедневно бросает нам вызов. *Каждый день для менеджера — это приключение.* Каждое утро говорите себе, что вызов, заключенный в вашей работе, прекрасен и вы с нетерпением ожидаете его.

4. Преимущество продажи заключается в том, что здесь возможны высокие потенциальные прибыли при минимальном вложении средств (покупка книги или оплата тренинга). Чего стоит возможность получить доступ к профессии,

не имеющей потолка доходов?

5. Преимущество продажи заключается в возможности хорошо проводить время. Я думаю, все знают, как много существует профессий, где люди вынуждены монотонно, безрадостно трудиться, не имея возможности для творчества.

6. Преимущество продажи заключается в том, что эта профессия приносит удовлетворение. Вам хорошо, когда клиент уходит от Вас с приобретенным товаром. Приятно осознавать, что Вы помогли людям.

7. Преимущество искусства продажи: **ОНА СТИМУЛИРУЕТ ВАШЕ ЛИЧНОЕ РАЗВИТИЕ!** Чтобы больше зарабатывать, развивайте свою компетентность. Изучайте вашу продукцию и область услуг. Изучайте ваших клиентов и вашу территорию продажи.

8. Практикуйте ваши навыки при любой возможности.

Следуйте этой программе, и вы добьетесь значительного успеха в увеличении ваших заработков!

В данной книге приведены только практические инструменты для активных продаж, которые я, мои сотрудники, участники тренингов используют на практике и которые

очень эффективны.

Как читать эту книгу.

Эта книга – Ваша. Она принадлежит Вам. Берете ручку, карандаш, клейкие листы бумаги. Подчеркивайте все, что нравится или не нравится. Делайте закладку, в том месте, к которому хотите потом вернуться и, возможно, записать. Не давайте никому ее читать, чтобы не прочли ваши мысли. Если кому-то из Ваших друзей она понравится, просто посоветуйте приобрести свою книгу.

Друзья, поднимите руки, кто любит горы? О... спасибо, так много рук! Давайте представим себе, что, читая каждую главу, мы будем подниматься на определенную высоту; например, 1000 метров – одна глава. В нашем случае гора – это вершина тех знаний, которые вы получите, и на этой вершине вас ждет успех. Просто поверьте мне.

Ну что, в путь?

Удачи нам с ВАМИ!

Глава 1.

Подготовка к продаже

1.1. Как искать клиентов

«Ищите и обряцете».
Евангелие от Матфея

Я перечислю несколько способов, которыми пользуются многие успешные менеджеры.

1. Интернет. Например, вы продаете строительные материалы. Набираете в поисковике словосочетание «строительные компании», и вам высветится несколько страниц. Затем вы их сортируете по различным принципам: размеры компании, направление деятельности, регион работы. Составляете список, не менее 30 компаний. Почему 30? Об этом будет дальше.

2. Газеты, журналы. Покупаете газету или журнал по интересующей Вас тематике.

Например, вы являетесь официальным дилером автома-

сел. Видите в газете объявление: открылся новый магазин – вот он, ваш потенциальный клиент! «Руки в ноги», и едете на встречу в этот магазин.

3. Специализированные выставки. Можно даже не участвовать в них, а просто прийти и провести встречи с вашими потенциальными клиентами.

А представьте: если участников 200 компаний! И все они собрались в одном месте. У вас есть уникальная возможность очень эффективно и интенсивно поработать. Да, согласен, не всегда ключевые лица присутствуют на выставке, но они могут появиться или во время открытия выставки или в конце. Не страшно даже если их не будет, вы для начала обменяетесь контактами с их представителями и, возможно, назначите встречи с ЛПР.

4. Ваши личные контакты. Подумайте, кому из ваших друзей, знакомых может быть интересен ваш товар или услуга. Ведь ваши друзья где-то работают? Это, кстати, один из самых легких способов, так как он требует меньше всего энергетических и временных затрат.

5. Тренинги и семинары. На моих открытых тренингах очень часто присутствуют менеджеры из разных компаний и направлений бизнеса. И я неоднократно был свидетелем того, как к концу второго дня тренинга участники не толь-

ко обменивались полезными контактами, но и что-то продавали друг другу. Они «убивали трех зайцев»: получали знания и навыки, совершали продажи, а некоторые даже становились друзьями.

6. Ваши увлечения. Что это значит? Например, по воскресеньям вы играете в футбол. На этот футбол приходят разные люди. Они могут быть вашими потенциальными клиентами. Расскажите им между делом, где вы работаете, чем занимаетесь, и поверьте мне, нет более лояльных клиентов, чем ваши знакомые, которые так же любят футбол. Почему так происходит? Все очень просто. Друзья, скажите, вы доверяете себе? Верно? Если у вас и у ваших знакомых схожие увлечения, то вы похожи хотя бы в чем-то. А так устроена человеческая натура, что мы очень часто доверяем тому, кто любит то же, что и мы.

Поэтому старайтесь быть разносторонней личностью: чем больше у вас увлечений, тем шире ваш круг общения и знакомых, тем больше у вас контактов, а чем больше контактов, тем больше потенциальных клиентов.

Вы можете меня спросить о том, какие способы наиболее действенны? А как вы сами думаете?

Оставляю этот вопрос для вашего размышления.

1.2. Кто Ваши клиенты

*Не бывает плохих или хороших клиентов.
Бывают клиенты разные...
Василий Князев*

Друзья, для начала вы (или ваш собственник) должны определиться, на кого в большей степени будут ориентированы ваши продажи. Это могут быть юридические лица, а могут быть и физические. Давайте разберем каждую категорию.

Юридические лица – это все компании, частные предприниматели. Что важнее в первую очередь для них? Как вы думаете? Верно. Та прибыль, которую они получают в результате сотрудничества с Вами. Конечно, качество их тоже может интересовать, но лишь в том случае, когда рынок, где они реализуют свой товар, требует должного качества. Давайте разберем несколько примеров. Например, вы торгуете запчастями, автоаксесуарами, маслами. Кто ваши клиенты?

Дилеры

Плюсы.

Крупные дилеры могут реализовывать ваш товар в тех регионах, где у вас нет своих представителей. Плюсы данного сотрудничества: вы не ломаете голову над тем, кому продать

(привезли крупную партию и отдали), транспортные расходы можно повесить на них, налоговая отчетность вас также может не касаться. Вам как менеджеру не надо много бегать по мелким клиентам. Совершили одну отгрузку в начале месяца и ждете в конце деньги.

Минусы.

Минусы: они попросят у вас большую скидку, и если вы «сидите» на проценте, то вы теряете в собственной прибыли. Еще один важный момент: как правило, они не продают все позиции, которые вам как менеджеру необходимо продать в течение всего месяца. Они берут то, что быстрее продастся, и то, что пользуется наибольшим спросом. И помимо вашего товара они могут продавать продукцию других производителей, поэтому вам все равно придется тратить какое-то свое время на общение с их продавцами, чтобы последние стремились продать именно ваш товар.

Оптовые базы

Плюсы.

Это также большой опт.

Минусы.

Конкуренция здесь выше. Транспортные расходы, скорее всего, ваши. Потеря в своей прибыли из-за большой скидки

также будет

Магазины

Плюсы.

О вас и вашем продукте узнает максимальное количество потребителей. Даже если ваша продукция не продается, она стоит на полке, а это уже как минимум реклама. Следующее: как правило, магазину не надо давать большую скидку, и рассчитывается он быстрее.

Минусы.

Придется много работать. Если у вас 30 магазинов, которые сотрудничают именно с вами, то побегать вам придется очень здорово. Заявки, акты, накладные, сверки и т. д. и т. п.

Но эти 30 магазинов для вас очень важны. Как вы думаете, почему? Все просто: один ваш оптовик не взял товар в отчетном месяце, и вы сразу просели в ваших продажах. А если есть ручеек из 30 магазинов, то это ваша «подушка безопасности». Ведь согласитесь, очень мала вероятность того, что все клиенты не возьмут товар в отчетном месяце.

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.