

ВИТАЛИЙ НОВИКОВ
ВЛАДИМИР МАРИНОВИЧ

Продажи. Установка контакта



Виталий Новиков

Продажи. Установка контакта

«Издательские решения»

Новиков В.

Продажи. Установка контакта / В. Новиков — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-930635-7

Установка контакта — самый важный этап продаж. От того, насколько хорошо он выполнен, зависит вся сделка, а может быть — и судьба длительных отношений с клиентом. В этой книге раскрываются мельчайшие нюансы процесса установки контакта, составные части, источники роста, важные акценты.

ISBN 978-5-44-930635-7

© Новиков В.
© Издательские решения

Содержание

Важное вступление от авторов	6
Ингредиенты установки контакта	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Продажи. Установка контакта

Виталий Новиков

Владимир Маринович

Благодарности:

Виктор Евгеньевич Лосев

© Виталий Новиков, 2018

© Владимир Маринович, 2018

ISBN 978-5-4493-0635-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Важное вступление от авторов



Установка контакта – один из этапов так называемой модели пяти ступеней продаж или пяти этапов продаж. Интересно, что схема человеческого общения и схема продаж фактически повторяют друг друга, ведь общение, чаще всего, и есть продажа. Там присутствует:

- установка контакта,
- выявление потребностей или ориентация в клиенте,
- презентация или предложение,
- работа с возражениями,
- и наконец, заключение сделки или завершение данного цикла общения.

И на тренингах я всегда спрашиваю: «Ребята, а какой самый главный из этапов в продажах?». И, конечно, сначала, все говорят, что самое важное – это заключение сделки. Потом говорят, что самое важное – это выявление потребностей, презентация, и наконец, только ближе к концу, доходят до того, что, наконец-то, важна установка контакта. На самом деле, самый важный этап – это именно установка контакта, потому что, если вы нехорошо/неправильно/неверно установили контакт, то дальше бессмысленно уже выявлять потребности, делать презентацию, работать с возражениями, потому что эта работа, скорее всего, не достигнет цели. Вы не будете успешны на этих этапах, просто из-за того, что Вы не установили контакт, Вам не удалось подобрать ключик к клиенту, с которым Вы работаете.

Если Вы научитесь устанавливать контакт, то продажи пойдут гораздо легче, гораздо эффективней, гораздо результативней. Поэтому, прочитайте эту книгу первый раз, **как развлекательную**, а второй раз – **внимательно и с карандашом**, обращая внимание на то, как вы работаете или как работают ваши сотрудники, отработывая и проговаривая те приемы, которые я здесь даю. Если почувствуете, что книги вам не хватило, добро пожаловать на мои тренинги.

Виталий Новиков

P.S.: Я воспринимаю эту работу очень лично, поэтому в книге есть личные фотографии. Мои и Владимира Мариновича.

Друзья, я всегда говорю, что не люблю космос. Говорю об этом жестко и не скрывая лексики. Потому, что для успеха в бизнесе нужны рабочие практические, показавшие свою эффективность, инструменты. И мы с Виталием решили сделать цикл книг про продажи с сугубо практической стороны.



Я часто вспоминаю пословицу про то, что «тупой карандаш лучше острой памяти». Не полагайтесь на голову, помогите ей: подчеркивайте, конспектируйте и приходите на занятия бизнес-школы «Вверх». Я всегда бескомпромиссно устанавливаю контакт, сразу знакомлюсь: коллега, меня зовут Владимир, Вас как?» и мне всегда это помогало. Мой успех в бизнесе,

в создании и развитии компаний – в работе с людьми. А в этой работе важнейшим из навыков является умение устанавливать контакт. Мне помогало это в Gett, в «Улыбке радуги», в «Выгода.ру», в самых безнадежных и сложных бизнес-задачах.

А эта книга поможет Вам. Читайте и применяйте. Увидимся на занятиях БШ «Вверх»!

Основатель БШ «Вверх»

Владимир Маринович



Ингредиенты установки контакта

Установка контакта – процесс весьма короткий. Говорят, что женщина принимает решение о том, будет ли она с мужчиной, которого видит перед собой, в течении первых 30 секунд. Говорят, что нельзя второй раз произвести первое впечатление и именно поэтому, нам важно это первое впечатление сформировать позитивно.

Из чего же состоит установка контакта? Установка контакта состоит из множества нюансов. Она зависит от того, к какому типу относятся наши продажи, от того, в какой отрасли Вы заняты. Но, при этом, все равно есть несколько базовых параметров. Давайте, их определим.

Итак, первое, с чего начинается установка контакта, это позитив. Если мы с Вами продаем, то мы должны быть в позитиве. Мы должны быть в хорошем настроении. Рыцарю печального образа нечего делать в продажах. Клиент не хочет видеть недовольного продавца, он хочет, чтобы продавец, если не излучал счастье, то хотя бы был просто в позитиве. Поэтому позитив, улыбка.

Затем, важная шутка – имя клиента. Не во всех типах продаж это возможно. В магазине имя клиента может вообще не возникнуть. Но в активных продажах, в оптовых продажах без имени невозможно. У меня – проф. деформация, и я всегда стараюсь узнать имя человека, с которым общаюсь. И еще не было ни разу, чтобы я об этом пожалел. У меня был интересный случай. На выходные я часто ездил в Выборг, у меня была там квартира, и я выезжал туда отдохнуть от большого шумного Петербурга, в маленький, тихий, уютный, красивый город. И вот, просыпаясь в субботу утром, я спускался вниз. На первом этаже старого финского дома находился небольшой универсам, и так повелось, что я знал тех нескольких продавцов, которые там работали, с ними здоровался. И однажды, я, как всегда, пришел в этот магазин: «Здравствуйте, Наташа!». Она говорит: «Здравствуйте!». Я беру из холодильника йогурты, молоко, а продавец Наташа мне и говорит: «Вы знаете, а вот эти йогурты не берите, нехорошие». И это ведь важнейший прецедент. Возможно, что она спасла мне выходные, а может быть и жизнь, и не только мне. Съел бы я не самый свежий, не самый удачный йогурт, возможно, провел весь день на горшке, а так, не взял, поблагодарил, взял другой. И неизвестно, от чего, в общем, она меня спасла.

Резюмируя, если нам с Вами нужно получить от человека чуть больше, сделать это без имени невозможно. Это, возможно, не совсем имеет отношение к продажам, это как раз имеет отношение скорее к нашей жизни. Но в жизни абстрагироваться от продажи невозможно: невозможно не устанавливать контакт, невозможно не коммуницировать с людьми. Так вот, имя. Дейл Карнеги в своей книге написал, что имя человека – самый приятный для него звук. Человек хочет слышать то, как его называют по имени, и отказывать ему в эту желание было бы неправильно. Поэтому имя.

Следующий параметр, который есть – это пристройка. Дело в том, что я не хочу покупать у такого, как Вы, я хочу покупать только у такого, как я. Вы мне глубоко противны, я Вас не понимаю. Если Вы сильно от меня отличаетесь, Вы вызываете мое раздражение, непонимание, неприятие и поэтому, если Вы хотите мне что-то продать, то Вы должны быть максимально похожи на меня. Если я хочу продать Вам, то я должен максимально походить на Вас. Здесь разговор не про внешность, здесь пристройка – это: темп речи, лексика, иногда, тембр (хотя тембр изменить сложнее). Самое простое – это скорость речи. Если я говорю быстро, то Вы, как продавец, тоже должны говорить быстро. Если я, как покупатель, говорю медленно, буквально «наматываю кишки на кулак», то Вы тоже не «строчите из пулемета».

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.