

Менеджмент
на ладони

Кратко
и ясно

ТЕХНИКА ПРОДАЖ



Менеджмент на ладони

Дмитрий Потапов

Техника продаж

«Научная книга»

Потапов Д.

Техника продаж / Д. Потапов — «Научная книга»,
— (Менеджмент на ладони)

Любой из нас каждый день что-либо продает – товар или имидж компании, переговорную позицию или даже самого себя – руководству, коллегам, родным и близким. Хотите делать это неизменно успешно? Тогда овладейте самыми эффективными приемами продаж! Это позволит вам действовать не по наитию, а с четким знанием того, как нужно поступать в любой момент и в любой ситуации! Книга предназначена для широкого круга читателей, для всех, кто хочет эффективно продавать другим людям товары, идеи, фирму и себя.

Содержание

Введение	5
Определение проблемы	6
Восемь этапов продажи	7
Предварительный сбор информации	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Дмитрий Потапов

Техника продаж

Эта книга предназначена для тех, кто хочет быстро, не отрываясь от работы, научиться продавать

Введение

Миллионы людей зарабатывают на жизнь, продавая разнообразные товары. Они никогда не учились этому, и опираются лишь на собственные таланты и накопленный опыт. Несмотря на это, долгое время не существовало полноценной теории продаж, основанной на психологических законах, использующей современные методы и техники.

Техника продаж будет очень полезной как для опытных продавцов, так и для новичков, как для тех, кто непосредственно работает с покупателями, так и для тех, кто занимается организацией работы продавцов. Отдельная продажа представляется в виде последовательных этапов.

В каждом конкретном случае могут присутствовать все этапы, или же какие-то могут быть пропущены.

Благодаря разделению на этапы процесс продажи становится понятнее, им удобнее управлять.

На каждом этапе существуют свои инструменты, методики, позволяющие повысить эффективность продажи в целом. Кроме того, рассматриваются различные виды продажи: личная, продажа по телефону и в торговом зале, приводятся специфические техники и методы.

Цель этой книги – помочь вам научиться поэтапной продаже, освоить все психологические инструменты и с успехом их применять.

Определение проблемы

Проблема – это не:

- некая неприятность;
- нечто нерешаемое;
- то, в чем виноваты другие люди.

Проблема – это разрыв между текущим состоянием и желаемым.

Для реализации перехода необходимы *ресурсы*, которые могут быть:

- собственными (дробление бюджета, кадры и время);
- привлеченными (чужой опыт решения аналогичной проблемы, внешний специалист).



Восемь этапов продажи

0 этап. Предварительный сбор информации:

- телефонная продажа (сбор информации о фирме);
- личная продажа (сбор информации о фирме);
- торговый зал (считка клиента).

1 этап. Установление контакта:

- телефонная продажа (техника «три да», классическая четырехэтапная презентация, обход закупочного центра);
- личная продажа (аттракция (имя, золотые слова, любимая тема));
- торговый зал (модуль присоединения).

2 этап. Активное слушание:

- выявление нужд и желаний, а также готовность и способность человека совершать покупки.

3 этап. Трехэтапная правополушарная презентация.

4 этап. Ответы на возражения:

- возражения (модули, перевод на 2 или 3 этап);
- ответы на возражения.

5 этап. Завершение продажи:

- десять способов завершения продажи.

6 этап. Дополнительная продажа:

- классическая дополнительная продажа;
- неклассическая дополнительная продажа.

7 этап. Установление взаимоотношений на будущее:

- телефонная продажа (работа с закупочным центром);
- личная продажа (работа с закупочным центром);
- торговый зал (работа с закупочным центром).

Предварительный сбор информации

Крупная продажа приносит много прибыли, но одновременно и требует серьезной подготовки.

Пресса

Пресса – один из источников информации о фирме и ее представителе.

Интервью

Интервью, которое дает руководитель организации или один из сотрудников, – это хороший источник информации об истории создания компании, ее планах на будущее, специфике продукции. На его основе можно составить мнение о внутренней культуре компании.

Обзорная статья

Обзорная статья обычно посвящена определенной отрасли, теме, а искомая фирма упоминается как одно из действующих лиц на рынке. Из такого источника можно получить информацию о конкурентах организации, а также о ее месте на рынке.

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.