

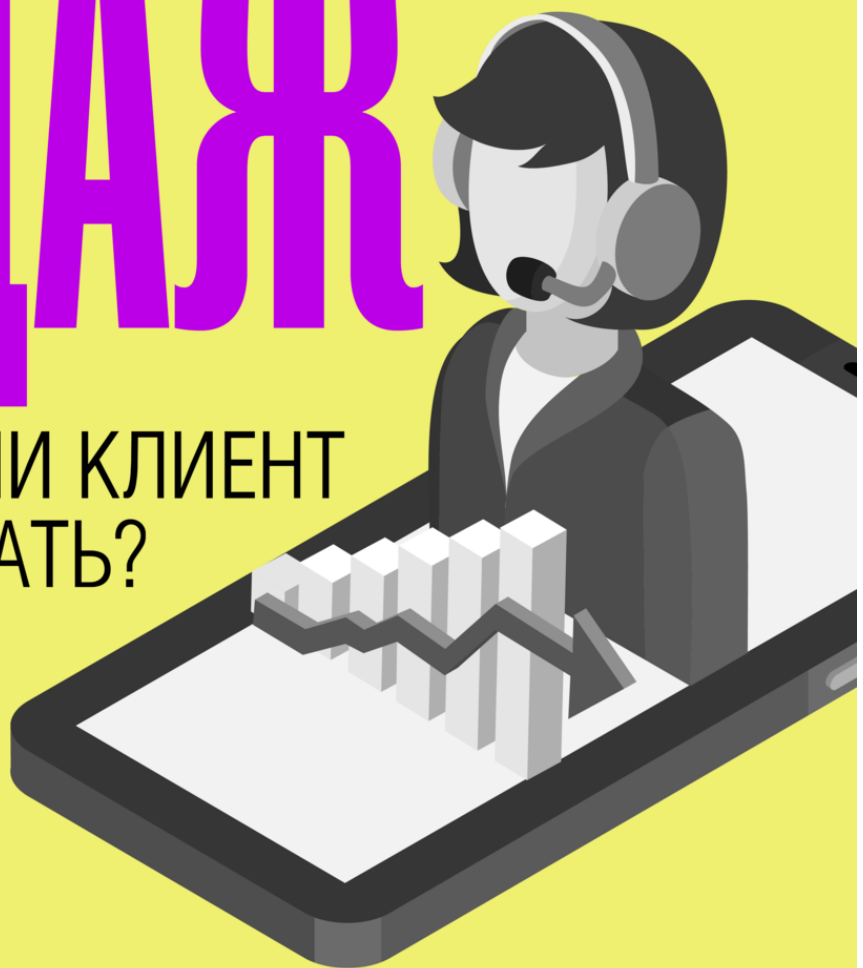
КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ

АЛЕКСАНДР ДЕРЕВИЦКИЙ

ШКОЛА

ПРОДАЖ

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ КЛИЕНТ  
НЕ ХОЧЕТ ПОКУПАТЬ?



MYBOOK

Краткое содержание

Ольга Тихонова

**Краткое содержание  
«Школа продаж»**

«MyBook»

## **Тихонова О.**

Краткое содержание «Школа продаж» / О. Тихонова — «MyBook», — (Краткое содержание)

Этот текст — сокращенная версия книги «Школа продаж». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. «Школа продаж» – настоящий учебник работы со «сложными» покупателями. Известный тренер продаж Александр Деревицкий доступно раскрывает все стадии ведения переговоров и мотивы сопротивления клиентов, предлагая в противовес подробные алгоритмы нейтрализации возражений. Уникальные приемы коммуникации «продавец – покупатель» – результат длительной работы автора, теоретических и практических изысканий, личного опыта продаж. Они сочетают искусство убеждения с методами, которые используют в своей работе психоаналитики, разведчики и дипломаты. Книга предназначена для тех, чья деятельность связана с торговлей и межличностным общением – продавцов, консультантов, менеджеров любого уровня, специалистов сферы обслуживания, бизнес-инструкторов, координаторов, и тех, кто намерен овладеть искусством профессиональных переговоров, выработать навыки использования эффективных инструментов продаж. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги «Школа продаж»

# Содержание

Введение	5
Нет – мир и его география	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

# Школа продаж

## Введение

Если вы – бизнесмен, то книга «Школа продаж» даст вам главное – свободу, а в качестве бонуса – 455 способов сопротивления возражениям. Овладев навыками работы с людьми, вы научитесь реагировать на протесты и сопротивление клиентов не как бездушный коммерческий робот, а как обычный, живой человек, умеющий убеждать.

Главное правило: никогда, ни при каких условиях не отвечайте на возражения, если не понимаете их смысла. Потому что любой ответ на возражение, которое вы не можете распознать и отождествить со знакомыми понятиями, – безрассудство, ход наобум, наудачу.

Автор очень надеется, что благодаря «стилю без формы», изложенному в «Школе продаж», читатели станут неуязвимыми «белыми магами», не пасующими перед аргументами оппонентов и прочими напастьями.

Примите пару советов о том, как лучше работать с книгой и с описанными в ней методиками противодействия возражениям. Читайте постепенно, осмысливая полученные знания. И так же медленно перечитывайте.

## Нет – мир и его география

Продавцы, напористо и прямолинейно доказывающие превосходство товара, – медленно, но верно убивают продажу. «Как это возможно?» – спросите вы. Не только возможно, но возможно разными способами. Например:

1. «Взять быка за рога» и вызвать неприязнь беспардонным натиском. Продавец уверен, что лучше знает, что нужно посетителю, и виртуозно отравляет общение стандартным, избитым подходом. Способ особенно хорошо действует на мягких, интеллигентных людей – вряд ли им захочется еще раз посетить магазин.

2. Попытаться выглядеть «настоящим продавцом», таким профи, и превращать продажу в бесконечную презентацию. Клиент вряд ли оценит старания «рассказать больше».

3. В попытках провалить сбыт можно общаться сугубо официальным тоном, умствовать, апеллировать к разуму, а не к эмоциям, сразу озвучивать цену товара.

Способы перечислять долго, ибо их множество. Но самое верное средство убить продажи – попытка переломить возражения покупателя. В этом немалая вина бизнес-тренеров, которые в своих курсах одну из стадий продаж называют «Преодоление возражений». Именно благодаря им появились торговцы, стремящиеся во чтобы то ни стало навязать товар.

## **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.