

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ

ЗИГ ЗИГЛАР

СЕКРЕТЫ

ЗАКЛЮЧЕНИЯ

СДЕЛОК



MYBOOK

**Светлана Хатемкина**  
**Краткое содержание**  
**«Секреты заключения сделок»**  
**Серия «Краткое содержание»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=40204195](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40204195)*

*Секреты заключения сделок:*

### **Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Секреты заключения сделок». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.**

Продавец с огромным стажем Зиг Зиглар не понаслышке знает, насколько сложно бывает найти подходящих клиентов и убедить их совершить покупку. За годы работы Зиглар овладел искусством продаж в совершенстве и разработал действенные методики заключения сделок.

Автор уверен: чтобы покупка состоялась, клиент должен почувствовать себя победителем, а задача хорошего продавца – помочь ему в этом.

В книге «Секреты заключения сделок» Зиглар делится различными приемами, которые помогут вам не только привлечь новых покупателей, но и сделать так, чтобы они стали вашими постоянными клиентами. Автор приводит множество примеров

из личной практики и предостерегает от ошибок, которыми грешат начинающие продавцы и которые когда-то совершал он сам.

Книга станет незаменимой для всех, чья профессиональная деятельность связана с процессом продаж, а также будет интересна самой широкой аудитории, ведь приемы Зиглара основаны на психологии человека, и пользоваться ими можно во многих жизненных ситуациях, никак не связанных с торговлей.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги «Секреты заключения сделок»**

# Содержание

Психология заключения сделки	5
Продавщица «домашнего очага»	5
Как сделать покупателя победителем	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# Секреты заключения сделок

## Психология заключения сделки

### Продавщица «домашнего очага»

Не дайте покупателю ввести вас в заблуждение категорическим отказом. Зачастую, когда человек говорит, что ему не интересно ваше предложение, он имеет в виду, что просто не готов принять решение в данный момент или боится поддаться соблазну. Вероятно, ему нужно время, чтобы собраться с мыслями.

Зиг Зиглар предлагает следующие приемы для преодоления этого барьера:

1. **Прием «Владение».** Общайтесь с потенциальным покупателем так, будто товар уже принадлежит ему.

2. **Прием «Смущение».** Рассказав о вашем товаре или услуге, прямо спросите покупателя, что он о нем думает.

3. **Прием «Не слышу».** Игнорируйте отказ. Если клиент говорит, что ему не интересна ваша услуга, вам не повредит временная «глухота».

4. **Прием «По средствам».** Ваше мнение о покупательских способностях клиента может повлиять на его решение, поэтому дайте понять, что вы очень высокого мнения о его финансовом статусе.

5. **Прием «Спрашивайте».** Презентуя товар, активно ведите диалог с клиентом, задавая уточняющие и наводящие вопросы, чтобы выяснить его мнение о продукте. Расскажите о достоинствах вашего предложения и уточните, каковы ожидания покупателя. Особенно это касается суммы сделки. Если она покажется ему слишком большой, обсудите варианты оплаты по частям.

6. **Прием «Узнайте больше».** Соберите всю возможную информацию о потенциальном покупателе и его предпочтениях. Выясните, что ему действительно нужно, и если в вашем предложении чего-то не хватает, подумайте, каким образом это можно добавить или чем заменить.

7. **Прием «Альтернатива».** Предоставьте клиенту возможность выбрать из нескольких вариантов.

8. **Прием «Новое решение».** Покупатель не может передумать. Он может только принять новое решение на основании полученной информации. Поэтому если хотите переубедить, предоставьте дополнительные данные.

9. **Прием «Комплимент».** Похвалите отменный

вкус покупателя или выразите свое восхищение его предыдущим выбором.

10. **Прием «Продажа щенка».** Если предложить клиенту товар во временное пользование, он почувствует его своим и уже вряд ли сможет отказаться.

11. **Прием «Ведь вы этого достойны».** Если покупатель сомневается, помогите ему найти оправдание для совершения покупки. Он упорно трудился и заслужил это.

# Как сделать покупателя победителем

Зиг Зиглар утверждает, что клиенты отказываются заключать с вами сделку всего лишь по пяти причинам:

1. У них нет соответствующей потребности.

# 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.