

ВЛАДИМИР ЛАВРОВ

Самоучитель продаж

ПРОДАВАТЬ КАК ДЫШАТЬ



Владимир Лавров

**Самоучитель продаж.
Продавать как дышать**

«Издательские решения»

Лавров В. С.

Самоучитель продаж. Продавать как дышать / В. С. Лавров —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-900377-5

Продажи — это больше, чем просто торговля. Продажи — это умение вызывать к себе доверие и убеждать окружающих людей в своей правоте. Секрет многих преуспевающих людей заключается именно в том, что они умеют продавать. А умеете ли это делать вы? Из этой книги вы узнаете о том, что заставляет людей выбирать или отвергать те или иные предложения и какими мотивами они при этом руководствуются. Вы научитесь делать воронки продаж, строить отношения и получите доступ ко всем благам этого мира.

ISBN 978-5-44-900377-5

© Лавров В. С.
© Издательские решения

Содержание

Введение. Без продаж работы не бывает!	6
Глава 1. Что такое продажи?	7
Что такое продажи на самом деле?	7
Как продавать себя дорого	8
Работа мечты	9
Что вы продаёте на самом деле	10
Болевая точка продаж	11
Продажи – это о помощи людям	12
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Самоучитель продаж Продавать как дышать

Владимир Сергеевич Лавров

Иллюстрация на обложке С. Vianello (1900) (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:C_Vianello_Italien_Am_Blumenmarkt_c1900.jpg)

© Владимир Сергеевич Лавров, 2019

ISBN 978-5-4490-0377-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение. Без продаж работы не бывает!

Многие люди не любят слово «продажи». Это факт. Многих людей коробит, когда они слышат о продажах. Многих людей пугают продажи. Кого-то может даже оскорбить рекомендация «продавать себя дорого», хотя по факту они каждый день себя продают своим работодателям за определённую сумму денег. Многие люди настолько не любят продажи, что даже в объявлениях о найме на работу работодатели часто стали писать о зарплате без продаж.

Но работы без продаж не бывает! Бывает работа без прямых продаж. Бывает работа без ведения прямых переговоров. Бывает работа, когда от вас ничего не зависит. Но не бывает работы без продаж вообще. Каждый как минимум продаёт время своей жизни. И кто-то всегда продаёт себя более успешно, чем остальные, а кто-то – менее успешно.

Вам может казаться, что если вы работаете на наёмной работе, то вы ничего не продаёте. Нет! Вы каждый день продаёте своему работодателю время своей жизни! Вы каждый день продаёте работодателю свои знания, умения, навыки, свои таланты, свои качества, свою преданность. И вам всегда платят ровно столько, за сколько вы себя смогли продать работодателю или клиенту.

Вам может не нравиться это, но факт остаётся фактом: **вам платят не столько, сколько вы заслуживаете, а столько, за сколько вы себя смогли продать.** И если вы умеете продавать, вам всегда будут платить больше, чем вы того заслуживаете. А если не умеете – меньше, чем вы заслуживаете. Поэтому учитесь продавать! Учитесь эффективно делать то, что вы ежедневно делаете!

Учитесь подавать себя так, чтобы у людей просыпался к вам интерес! Учитесь грамотно взаимодействовать с людьми. Изучайте психологию продаж. Изучайте мотивы, которые заставляют людей принимать те или иные решения. Повышайте свой эмоциональный интеллект и учитесь влиять на чужие эмоции. **Живите полной жизнью, а не спите её! Продавайте, а не сдавайтесь без боя! Принимайте самостоятельные решения, а не слепо повируйтесь чужим указаниям! Думайте, а не реагируйте!** У вас всё получится, как только вы выбьете у себя из головы популярное заблуждение о том, что продажами занимаются только неудачники. Хотите быть богатым и успешным? Учитесь продавать!

Глава 1. Что такое продажи?

Что такое продажи на самом деле?

Многие люди шарахаются от слова «продажи», не понимая, что каждый день вынуждены продавать своё время, свои навыки, свои знания, свои идеи, свои взгляды, свои мечты, свои желания, свой статус и своё мнение. **Люди вынуждены по десять раз на дню продавать окружающим свои взгляды на мир, но делают это очень неэффективно, поскольку не хотят продавать и предпочитают плыть по течению, а не прилагать усилия в борьбе за желаемое.**

Люди просто не понимают, что такое продажи и наивно думают, что продажами занимаются только продавцы. Нет друзья, мы все регулярно занимаемся продажами, независимо от нашего пола, возраста, профессии и уровня интеллекта! Только кто-то умеет это делать, а кто-то не умеет. Вот и вся разница!

Продажа товаров и услуг – это только вершина айсберга продаж! На самом деле, продажами занимаются все без исключения! Наёмные работники продают своё время и свои навыки, чтобы получить желаемую должность и удержаться на любимой работе. Предприниматели продают свои мечты и идеи, чтобы получить хороших работников, надёжных партнёров и взять банковские кредиты на выгодных условиях. Политики продают свои идеи и мнения, чтобы повлиять на избирателей и остаться у власти. Священники продают свои знания о Высшем, чтобы повлиять на паству и сделать мир добрее. Мужчины продают свой статус женщинам, которых выбирают, чтобы получить их расположение. Женщины продают свой шарм мужчинам, которых выбирают, чтобы понравиться им и получить их покровительство. Дети продают свои желания и хотелки родителям, чтобы получить от них какие-то развлечения. В этом мире все друг другу постоянно что-то продают. И продажи – это не что иное, как мастерство убеждения.

Продажей является любое усилие, с помощью которого один человек убеждает другого в чём-либо. И от того, насколько успешно вы можете это делать, зависит успех вашей жизни в целом! Поэтому учитесь продавать! Учитесь продавать себя! Учитесь продавать себя дорого! Да, это звучит для многих оскорбительно, потому что люди не понимают суть продаж. Многие думают, что продать себя – это всё равно что предать себя! Нет! **Продать себя – это подать себя нужным образом, убедить других людей в том, что вы из себя что-то представляете. Продать себя – это убедить других людей в том, что вы не пустое место и сделать так, чтобы вас уважали и считались с вашим мнением.** Вот что значит продать себя! А предать себя – значит позволить другим людям решать за вас и, не торгуясь, жить в тех условиях, которые для вас определили другие люди. Вот что значит предать себя!

Неважно, где и кем вы работаете. **Вы являетесь продавцом просто по факту того, что каждый день что-нибудь продаёте: своё время – работодателям, своё мнение – супругам и друзьям, свои взгляды – детям, свой статус – окружающим людям...** Нет ни одного человека, который не занимается продажами. Поэтому вопрос не в том, являетесь вы продавцом или нет! Вопрос в том, хороший вы продавец или плохой! И суть не в том, можете вы себя дорого продать или нет. Суть в том, умеете вы это делать или не умеете.

Если вы умеете продавать – весь мир будет в ваших руках. А если вы не умеете этого делать – об вас будут вытирать ноги все, кому не лень. И вам придётся делать то, что от вас захотят другие, более влиятельные и успешные, люди. Не допускайте этого! Вы не этого заслуживаете! Цените себя! Учитесь продавать! Учитесь продавать себя дорого!

Как продавать себя дорого

Многие люди продают себя и своё время слишком дёшево, потому что боятся, что по хорошей цене их время, знания и навыки никто не купит. Откуда берётся этот страх? Из воспитания и опыта первых отказов. Люди думают, что если кто-то однажды им уже отказал, то и остальные тоже откажут. Но это не так! **Работодатели готовы высоко оплачивать ваше время, если вы сами будете ценить своё время, и, будучи носителем какой-то реальной ценности или пользы, не будете соглашаться на низкую оплату!**

Если вам платят мало – значит вы этого заслуживаете. Но вы можете в любой момент всё изменить и начать ценить себя! Просто вы не должны бояться продавать себя дорого. И всё, что вам нужно – это определить, чем вы можете быть полезны для других, оценить стоимость времени своей жизни и научиться грамотно себя подавать.

Подумайте:

1. Что вы можете дать людям ценного, полезного? Что вы знаете или умеете такого, за что люди будут готовы вам платить?

2. Сколько стоит 1 час вашей жизни? Не во сколько дядя Петя или тётя Зина оценивает час вашей жизни, а во сколько вы сами его оцениваете?

3. Если бы вам кто-то хотел продать то, что умеете вы, то на что вы обратили бы внимание? По каким признакам вы бы определили, что этому продавцу можно доверять? Соответствует ли ваш внешний вид, манера говорить и манера жестиковать этому идеальному образу?

Разумеется, **чтобы продавать себя дорого, у вас должна быть какая-то масштабная цель.** А за ней должна скрываться какая-то великая идея. Вы не должны быть пустышкой. Пустышки дорого не стоят, даже если грамотные промоутеры нагоняют вокруг них туман притягательной загадочности. Поэтому прямо сейчас возьмите лист бумаги и запишите на нём свою цель. Сформулируйте её так, чтобы она была действительно масштабной. Практически недостижимой в ближайшей перспективе. Граничащей с безумием. И распишите основную идею так, чтобы была очевидна польза для всего человечества. Такая цель наполнит вас и будет придавать вам сил. Такая цель позволит вам чувствовать себя уверенно, когда вы будете обсуждать на переговорах цену своего времени и не позволит вам продавать себя по цене ниже, чем вы того стоите! Ибо **реально вы стоите столько, сколько стоят все ваши мечты, превращённые в цели и все ваши идеи, воплощённые в намерения!**

Работа мечты

Чем бы вы не занимались, – обучением, лечением, производством, управлением, творчеством, предоставлением услуг, – **в любой работе конечный успех определяет всего один ключевой фактор – объём продаж**. Или то, сколько людей купят результат вашего труда. А значит, если вы хотите достичь успеха в своей деятельности, вам нужно научиться продавать! Самого себя (как эксперта в том или ином деле), свой статус, своё время и свои услуги!

Многие люди к продажам относятся очень негативно. Боятся их, считают их недостойным делом, считают себя «выше этого». На самом деле, **продажи – это в первую очередь помощь людям!** Продажи нужны всем. Если их не будет, предприятия всего мира остановят свою работу. Миллионы семей по всему миру останутся без средств к существованию! Продажи – основа мировой экономики. Продажи кормят весь мир! **Если вы не хотите заниматься продажами того, что сами же производите – значит вы не хотите помочь этому миру стать лучше, а людям вокруг вас – успешнее и счастливее!** Если вы не хотите заниматься продажами – значит вы не хотите, чтобы хорошие и качественные продукты были доступны людям вокруг вас! Если вы не хотите заниматься продажами – значит вы не хотите приносить пользу обществу!

Вы можете сколько угодно гордиться своей исключительностью и духовностью. Но если вы не будете продавать то, что производите, то никакой пользы обществу от вас не будет. Без продаж вы не сделаете свой вклад в укрепление экономики своей страны. А значит из-за вас будут страдать люди, живущие на бюджетные деньги. Без продаж вы не сможете сделать сильнее экономику своего города. А значит из-за вас будут страдать ваши же родственники и соседи. Только невежественные люди не понимают того, что продажи непосредственным образом связаны с благополучием всего общества. Обеспечивая людям доступ к качественным товарам и услугам – вы делаете этот мир лучше!

Помните, что **продажи – это такая сфера, где есть полная свобода действий и нет потолка для заработков!** Если вы ищите работу мечты и хотите изменить мир к лучшему, то обратите внимание на сферу продаж. Занимаясь продажами, вы сможете приносить людям пользу и зарабатывать на этом столько, сколько захотите! А если вы стесняетесь продавать то, что производите, – просто повышайте качество своей продукции, чтобы вам не было за неё стыдно.

Что вы продаёте на самом деле

Возможно, вы об этом раньше не знали, но продажи продажам рознь. То, что вы продаёте – никому не интересно до тех пор, пока не интересны вы сами как личность. Поэтому **главным продуктом продаж является ваш статус**, а не товар или услуга, которыми вы торгуете. Сначала вы должны продать свой статус эксперта, и только после этого вы сможете успешно продать свой товар.

Для успешных продаж, вы должны хорошо разбираться не только в той области, в которой представлен ваш товар, но и в потребностях вашего потенциального клиента. А если речь идёт о корпоративных продажах – то ещё и в особенностях бизнеса вашего потенциального клиента.

Если вы хотите кому-то что-то продать – вы должны хорошо разбираться не только в особенностях своего товара, но и понимать потребности клиента. А чтобы создать почву для общения и вывести разговор на заключение сделки, вам необходимо также разбираться в той области, в которой работает ваш потенциальный клиент.

Убедив клиента в своём статусе эксперта, вы легко получите его доверие. Вопрос цены при таком подходе не имеет значения, поэтому вы сможете продавать свой товар по любой назначенной вами цене.

Не продавайте товар. Продавайте свой статус эксперта и только потом, в ходе общения, предлагайте свой товар. Как эксперт. **Экспертам доверяют больше, чем обычным продавцам!**

Болевая точка продаж

Как человек принимает решение о покупке ваших товаров или услуг? Вначале он эмоционально реагирует на ключевые слова, которые вызывают у него внутри страх, зависть, интерес, радость или какие-нибудь иные эмоции. И только потом он с помощью рациональных доводов убеждает сам себя в том, что ваш товар ему нужен. **Рационально человек сам продаёт себе ваш товар, если он вызывает у него определённые эмоции.** Поэтому ваша задача – найти болевую точку и вызвать у человека нужные вам эмоции.

Прежде чем предлагать свой продукт кому-либо, подумайте:

- *Каковы основные страхи есть у ваших потенциальных клиентов?*
- *Где у них «болит»? На что они эмоционально реагируют?*
- *Какие проблемы они хотят решить и что вы им можете предложить?*

Не пытайтесь продавать, убеждая с помощью рациональных доводов! Не работает! Нашу-пайте болевую точку и бейте по ней!

Сформулируйте своё коммерческое предложение в двух-трёх коротких фразах, затрагивая в них ключевую проблему, которую может решить ваш продукт. Формулируйте текст броско, ярко, эмоционально! Вызывайте эмоции. Помните, **сначала эмоции – и только потом рациональные доводы.**

Продажи – это о помощи людям

Не продавайте ничего с первой минуты знакомства. Сначала по-дружески пообщайтесь. **Выявите основные боли человека, которые вы могли бы устранить с помощью своего продукта.** Пришлите человеку какую-нибудь полезную статью или книгу. И только после этого расскажите о своём продукте, поставив человека перед выбором – приобрести ваш продукт или попробовать решить проблему самостоятельно.

Как правило, человек выбирает первый вариант, поскольку второй всегда сложнее и затратнее. Если же он выбирает второй вариант, – значит вы не смогли преподнести себя как эксперта в данном вопросе или не разобрались, что человеку нужно и попытались ему продать то, что ему не требуется. В этом случае **необходимо учиться точнее выявлять потребности, мотивы и выгоды человека, прежде чем пытаться продавать ему свой продукт.**

Основных потребностей у человека, на основе которых он принимает все самые важные решения, всего пять:

- *выживание*
- *безопасность*
- *общение и понимание*
- *уважение и признание заслуг*
- *самовыражение*

А вот мотивов и выгод, рождающихся из тех или иных потребностей – бесконечное множество. Они перемешиваются в самых невообразимых пропорциях и образуют порой ядерные смеси, заставляющие человека метаться между разнонаправленными мотивами и путаться в собственных желаниях.

Основными выгодами, которые человек осознаёт, понимает и принимает в качестве руководства к действию, являются:

- **увеличение прибыли** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как изобилие и деньги)

- **снижение затрат** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как экономия и свободное время)

- **комфорт** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как счастье и удобство)

- **престиж** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как власть и слава).

Но есть также выгоды, который человек часто не осознаёт или имеет свойство отрицать:

- **удовольствие** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как любовь и секс)

- **безопасность** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как стабильность и самосохранение)

- **расширение возможностей** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как свобода и самовыражение)

- **решение проблем** (в основе этой выгоды лежат такие мотивы, как надёжность и жажда мести).



«Колесо мотивов и выгод», разработанное автором для слушателей программы TSP (Training of Sales Psychology) в 2017 году.

Итого, 8 выгод и 16 мотивов, которыми руководствуется большинство людей. Зная их, **вы можете научиться продавать кому угодно что угодно**

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.