

КНИГА ТРЕНИНГ

Я ЛУЧШИЙ ПРОДАВЕЦ

РАЗЫСКИВАЕТСЯ
ОТДЕЛОМ ПРОДАЖ



25 ТЕХНИК ПРОДАЖ
25 МЕТОДОВ САМОМОТИВАЦИИ
РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ
ПРОВЕРОЧНЫЕ ВОПРОСЫ

АЛЕКСЕЙ ОСИПЕНКО

Алексей Осипенко

**Я лучший продавец.
Книга-тренинг**

«Издательские решения»

Осипенко А.

Я лучший продавец. Книга-тренинг / А. Осипенко —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-509791-0

Это полноценный учебный комплект. С теоретической частью, рабочей тетрадью и проверочными вопросами. Отдельным блоком по самомотивации. После изучения вы будете владеть технологией продаж на уровне тренера или опытного продавца. «Купил комплект, подарил жене. Она изучила и стала лучшим продавцом по опыту в своей компании». Евгений Кубанский. Руководителю, этот комплект позволит организовать обучение сотрудников. — Приобретите на всех. — Дайте задание заполнить рабочую тетрадь. — Проверьте.

ISBN 978-5-00-509791-0

© Осипенко А.
© Издательские решения

Содержание

Учебный комплект для продавцов	6
«Я лучший продавец»	7
Вступление	8
Выполните до начала чтения	9
Глава 1. Личное лидерство продавца	10
Что нужно, чтобы быть лучшим продавцом?	10
Чем должен быть вооружен продавец, чтобы хорошо продавать?	10
Позиция победителя	10
Активность	11
Настойчивость	11
Технология и профессионализм	12
Разные тренеры предлагают различные методики продаж.	13
Как к этому относиться?	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Я лучший продавец Книга-тренинг

Алексей Серегеевич Осипенко

© Алексей Серегеевич Осипенко, 2019

ISBN 978-5-0050-9791-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Учебный комплект для продавцов

Мир лихорадит. Люди начинают серьезней относиться к своим затратам. Покупательская активность падает. Наступает эра продавца. Теперь результат определяется профессионализмом тех, кто продает. Выживут самые лучшие. Самые подготовленные.

«Я лучший продавец»

Книга

Рабочая тетрадь

Проверочные вопросы

Мотивационный блок

**«Как победить любой кризис,
или 25 методов само мотивации».**

Автор курса Алексей Осипенко

Вступление

Вокруг нас огромное количество полезной информации по любым темам. Проблема в том, что она (информация) «вокруг НАС». Задача профессиональных педагогов, тренеров, учителей поместить информацию «В НАС». Этот курс организован так, чтобы максимум полезного знания стало частью вашего внутреннего мира. Поэтому выполняйте инструкции к курсу: слушайте и записывайте, читайте и отвечайте на вопросы и тогда вы увидите и почувствуете изменения и рост.

Инструкция.

- Выберите место, где вам не будут мешать.
- Выполните первое задание в рабочей тетради.
- Начните читать по главам выделяя 15—20 мин.
- Во время чтения заполняйте соответствующие разделы рабочей тетради.
- После прочтения отвечайте письменно на вопросы после каждой главы

Выполните до начала чтения

Ответьте на вопросы, написанные ниже.

Обсудите ответы с коллегами (если вы проходите материал с командой).

Какое место в вашей жизни занимает работа?

Почему вы работаете в вашей компании?

Какие цели вашей жизни?

Как работа помогает достигать ваших целей?

Что вам нравится в вашей работе?

Что у вас лучше всего получается в продажах?

Какие сложности вы испытываете в продажах?

Чего бы хотелось изменить?

Подумайте над следующими вопросами относительно вашего профессионализма как продавца:

– Оцените свой уровень, как продавца от 1 до 10.

– Каким продавцом я должен стать?

– Как я этого добьюсь?

– Как я могу оценить свой прогресс?

Запишите 3 конкретные цели относительно ваших навыков и способностей, которые вы будете достигать, проходя обучение.

1.

2.

3.

Глава 1. Личное лидерство продавца

Что нужно, чтобы быть лучшим продавцом?

История про участкового на Урале (имеется в виду территория, не машина).

Звонок. Вызов. Соседи слышали шум. Надо проверить квартиру. Приезжаю: открывает огромный мужик в трико, в майке. Я говорю: «Так, мол, и так, надо проверить. Соседи слышали шум». «Хорошо, заходи, проверяй». Захожу в комнату, на кухню, смотрю в туалете. Ничего. Направляюсь к выходу, и вдруг мысль: надо проверить в ванной. «Надо проверить ванну», – говорю хозяину и вижу, что он начинает меня, мягко говоря, выталкивать. «Нет, мы все-таки посмотрим в ванной». Открываю дверь и начинаю терять сознание. Передо мной расчлененный труп. Я кое-как собрался. Хозяин заталкивает меня в ванну и запирает дверь. Я закрываюсь изнутри. «Зачем же ты полез? Теперь мне придется тебя убить», – говорит преступник и начинает топором прорубать дверь. Два выстрела через дверь решили проблему. Преступление раскрыто. Преступник обезврежен.

Мы, участковые, вооружены.

Хотите жить? Будьте вооружены!

Хотите продавать?

Будьте вооружены!

Хотите быть лучшим? Будьте, вооружены лучше других!

Чем должен быть вооружен продавец, чтобы хорошо продавать?

Внутренние компоненты вооружения – те, что касаются характера.

Внешние – технологии и профессионализм.

Внутреннее вооружение продавца

Позиция победителя

Чтобы быть лучшим, необходимо иметь позицию победителя.

Что это такое?

Вы когда-нибудь ломали кирпич рукой?

До армии я научился ломать или разбивать кирпич рукой.

Как правильно это делать?

При ударе вы должны видеть свою руку уже под кирпичом. В сознании кирпич должен быть сломан до того момента, когда вы по нему ударили.

Позиция победителя – то же самое. Необходимо одержать победу до того, как вы начали сражаться. Необходимо продать еще до того, как вы встали с кровати. Когда вы смотрите в свой день и у вас есть позиция победителя, вы видите успех. А если нет – вы видите неудачу. Соответственно, вы ведете себя по – разному, чувствуете себя по- разному, и результаты отличаются. Итак, первое-позиция победителя.

Активность

Второе, чем должен быть вооружен продавец – это активность. Активность – это такое состояние жизни, когда вы делаете первый шаг. Вы не сидите и не ждете, когда вам позвонит клиент и куда-то позовет. Вы звоните, едете на встречу, потом едете на еще одну встречу, а когда вы устали, едете еще на одну встречу и т. д. Вы активны.

Вы спросите: как проявлять активность в продажах, если вы торгуете в магазине?

Очень просто. Заходит клиент и перед вами выбор. Вы можете стоять и ждать, позовет вас покупатель или не позовет. А он, скорее всего, не позовет, он развернется и уйдет. Многие продавцы заходят еще дальше. Они не просто ждут, они делают недовольные лица, отпускают колкие реплики, разговаривают по телефону, жуют или самозабвенно болтают друг с другом. Антиактивные продавцы. Что делает чемпион, что делает лучший?

Активный продавец сделает все, чтобы войти с покупателем в контакт, начать с ним разговор, выяснить, что нужно человеку, предложить самое подходящее, ответить на возражения и уверенно подвести к покупке. Активная позиция – это залог результата, это предоплата результата. Вносите активность, через какое-то время получите результат.

Настойчивость

Третье, что необходимо для внутреннего вооружения – это настойчивость.

Если нет настойчивости, всякая активность прекратится на первом, втором, может быть, третьем шаге. Напротив, если у человека есть настойчивость, он будет готов идти десятый раз, двадцатый, сотый раз, и вот на сотый раз будет результат. Если нет настойчивости, то руки опустятся. Андрей Макаревич поет: «Я в сотый раз опять начну сначала, пока не гаснет свет, пока горит свеча.» Вот это состояние готовности начать в сотый раз – основа настойчивости.

Наличие такого настроя зависит от некоторых факторов. Прежде всего – это представление о закономерностях причинно-следственных связей в мире. Что это значит? Если у вас в голове некая идея, что если есть причина, всегда будет следствие или если есть усилие, обязательно будет результат, то отсутствие следствия или результата приводит к фрустрации, замешательству, разочарованию, вызывает стресс и апатию. Вы как бы сами себе говорите: если сразу не получилось, значит, направление выбрано неверно. Надо бросать и делать что-то другое. Ключевое слово «сразу».

Если же у вас другое представление относительно причинно – следственных связей, а именно: на 10, 20 причин нормально одно следствие, из десяти усилий один результат – это хорошо, это нормально. Значит, встретив неудачу с первого раза, вы всего лишь подтверждаете вашу гипотезу. Это норма. Надо пробовать еще и еще. Вы в порядке, полны мотивации и энтузиазма. Итак, поймите, на 10 причин – одно следствие. Этому нас учит природа. У каждого растения огромное количество семян. Задумал ли Творец, чтобы каждое проросло? Нет. Иначе бы мир захлебнулся от одного вида растений. Прорастет одно из тысячи. Это закономерность. Рыба в себе несет сотни тысяч икринок. Человеческое семяизвержение несет в себе миллионы, и только один выстрелит, и при этом не каждый раз. Посмотрите на ребенка. Это чей-то результат, чье-то следствие, но для успеха было предложено десятки миллионов причин. А я, глупец, думаю, что со второго раза не получилось, значит, я неправильный.

Второй фактор, влияющий на настойчивость – опыт. С детства средний человек живет в более или менее отстроенном мире. С отлаженными процессами, по крайней мере, для него, для ребенка. Еда по требованию, вода из бачка сливается по нажатию, вода из крана льется, свет загорается при нажатии выключателя, в магазине продукты дают в ответ на деньги автоматически. В школу берут автоматически. Из класса в класс почти автоматически

и т. д. До момента наступления определенной зрелости. Опыт убеждает меня, что все должно срабатывать сразу. Но так бывает только до определенного момента или жизненного пространства, покидая которое, мы попадаем под влияние другой закономерности: 10 причин – одно следствие. Отыщите в своем опыте ситуации, когда приходилось пробовать снова и снова. Это и есть норма жизни.

История из бизнеса одного из моих клиентов. Менеджер по продажам и замерщик стальных дверей подъезжает к заказчице, чтобы сделать замер. Около подъезда ему звонят и говорят, что заказ отменен, человек заказал в другой фирме и даже внес предоплату. Вместо того чтобы уехать, этот продавец поднимается к клиенту, убеждает забрать задаток и все-таки заказать дверь у них. Это настойчивость. Как применить настойчивость на практике?

На примере моего бизнеса: я продаю тренинговые услуги. Вы звоните в компанию и говорите: «Мне нужен человек, который отвечает за обучение персонала». А вам отвечают: «Мы не знаем, кто отвечает за обучение персонала». Настойчивый человек продолжает: «А кто знает, кто отвечает за обучение персонала?»

Вам отвечают: «Я не знаю, кто отвечает за обучение персонала».

Вы говорите: «Позовите того, кто знает, кто отвечает за обучение персонала».

Вам: «Я не знаю, кто знает».

Вы: «Позовите хоть кого-нибудь. Я спрошу у него».

Зовут человека.

Вы спрашиваете: «Кто отвечает за обучение персонала?» – «Наверное, Вася знает».

Вы: «Можно я поговорю с Васей?»

Подзывают Васю.

Вы говорите: «Василий, кто отвечает за обучение персонала?»

Вася: «Его нет на месте».

«А как его найти?»

«Мы не знаем, где он находится».

«Хорошо, а какой у него телефон?»

Вася: «Я не знаю, какой у него телефон».

«Хорошо, а кто знает, какой у него телефон?»

Вася кричит Нине.

«Нин, меня тут достали, просят телефон Сергея Сергеевича, какой у него телефон?»

Нина роется в записях, дает его Васе, Вася диктует мне, и я получаю то, что мне надо, и уже через день могу назначить встречу.

Настойчивость! Вам могут говорить: не лезьте, вы мешаете нам работать, вы можете думать про себя, что вы плохо выглядите, выглядите навязчивым. Не нужно беспокоиться. Настойчивый человек уверенно и спокойно идет к своей цели, что бы ни происходило.

Технология и профессионализм

Кому будет полезно изучить технологию продаж, кроме продавцов?

Любому человеку, который хочет найти работу. Ему необходимо продать себя работодателю. Человеку, который хочет вырасти по служебной лестнице. Ему необходимо продать свои идеи в коллективе, продать себя как специалиста, чтобы его повысили.

Человеку, который хочет построить хорошие взаимоотношения в семье. Ему необходимо продать себя своей жене или мужу, своим детям. Любой человек должен уметь эффективно взаимодействовать, чем и является технология продаж.

Существуют разные подходы к продажам.

Разные тренеры предлагают различные методики продаж. Как к этому относиться?

Я отношусь к этому с радостью и энтузиазмом, чем больше приемов и технологий, тем больше выбора. Но технология – это такая штука, которая сама по себе не работает. Хорошо, когда она есть, но секрет в том, чтобы ее профессионально использовать.

Какой бы технологией вы не владели, какие бы мысли о продажах вы не знали, главное – все это профессионально использовать.

Например, мы можем спорить о том, какой вид боевых искусств лучше. Кто победит, мастер по дзюдо, кунг-фу, тейквондо или боксу. Неважно, кто из них победит. Важно то, что если я встречу на ринге с любым из этих мастеров, я проиграю. Потому что мастера профессионально владеют своей технологией и побеждают других, менее профессиональных.

Парадокс. Есть люди, которые плохо работают, но все равно продают. Почему это происходит?

Существует понятие «одна треть продаж». Эта мысль заимствована мной у Стива Шифмана (так что за что купил, за то продал). Итак. На каждого продавца приходится некие 100% покупателей. Они делятся на три равных доли. Одна треть купит у вас обязательно, главное, чтобы они вас нашли. Одна треть не купит у вас никогда. Могли бы купить, но по пути к вам они могут потерять деньги (у меня были такие случаи), могут зайти к вашему конкуренту купить у него и так далее. Последняя треть покупателей – это те, кто могут у вас купить, а могут и не купить. За эту треть покупателей нужно бороться. Некоторые компании живут за счет первой трети покупателей и думают, что у них все в порядке. В период активного рынка люди сами их находят и покупают, но в период спада все меняется. В любом случае вы можете в два раза увеличить продажи, если серьезно изучите технологию продаж. В одной компании результат – одна встреча в неделю – было нормой. Я проводил там тренинг после прохождения тренинга, у тех, кто применил технологии, нормой стало – 4 встречи.

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.