



Сергей Былинкин

# Как **продать** «ЭТО»?

Или СЕМЬфония **продаж**

книга тренажер

# Сергей Андреевич Былинкин

## Как продать «это», или СЕМЬфония продаж

[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=69836806](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69836806)

*SelfPub; 2023*

### Аннотация

Это не просто книга о продажах, а семиступенчатый маршрут к успеху любой сделке. Отражая 7 этапов продаж, она станет вашим надежным путеводителем в мире коммерции и общения. Эта книга – настольная книга любого продавца! Как успешно продать не только товар или услугу, но и представить себя в выгодном свете? Как расположить к себе покупателей или даже просто понравившегося человека? Как «продать» свою идею или просьбу? Книга-тренажер даст ответы на все эти вопросы. Теоретические знания здесь дополняются практическими упражнениями, которые помогут отточить новые навыки до совершенства и стать гуру продаж. Книга создана для тех, кто хочет научиться грамотно и красиво заключать сделки где и когда угодно, получать истинное удовольствие от процесса и результата, а также для тех, кто устал и боится «провалов» в продажах. Но эта книга не только о бизнесе, перед вами руководство для повседневной жизни, которое поможет

улучшить ваши коммуникативные навыки и стать увереннее в любой ситуации.

# Содержание

Введение	5
Как пользоваться этой книгой?	11
Глава 1	19
Эффективные установки продавца	22
Суть продажи	25
Профессиональные умения продавца	29
Глава 2	35
Нота 1. Установление контакта	35
Конец ознакомительного фрагмента.	45

# Сергей Былинкин

## Как продать "это", или СЕМЬфония продаж

### Введение

Вы когда-нибудь задумывались о том, что делает великих продавцов действительно великими? Почему одни успешно продают свои товары или услуги, тогда как другие борются с отказами и неудачами? Кажется, секрет заключается в умении провести настоящую симфонию продаж, где каждая нота звучит гармонично, и результат – истинное произведение искусства.

Разрешите рассказать историю. Несколько лет назад, после переговоров о проведении серии тренингов для крупной розничной сети, ко мне подошел руководитель розничного отдела и сказал: «У вас так легко и красиво получается продавать себя, свои услуги и мысли, что невольно начинаешь замечать, что они становятся моими. Могли бы вы научить наших менеджеров хотя бы 1/10 того, что умеете вы? Мы бы точно стали № 1 в нашей сфере!» К слову, после тренингов они все-таки стали № 1 в 12 регионах России по объемам продаж. И вот тут я задумался... тренинги я могу проводить

раз в неделю, на тренинге присутствует до 50 человек, итого за год я максимально (с учетом выходных и отпусков) могу «обучить» до 2500 человек, а читающих и желающих стать лучше в продажах людей гораздо больше. И вот я сел за написание книги, а точнее, за перенос своего тренинга на бумагу.

Эта книга представляет собой ваш путеводитель в мир продаж, где главное – создание мелодии успеха в продажах. Она расскажет вам о стратегиях и тактиках, которые превратят вас из обычного продавца в мастера, способного продавать что угодно. В этой книге вы найдете не только техники и методики, но и вдохновение для достижения выдающихся результатов.

Название «Как продать «ЭТО», или СЕМЬфония продаж» не случайно. Я предлагаю вам увлекательное «музыкальное» путешествие, в котором каждый аккорд и каждая нота приведут вас ближе к вашим целям в продажах и новым результатам. Вы узнаете, как создать собственный хит-парад продаж, овладеете искусством вдохновлять клиентов, побеждать свой страх перед «отказами» и преодолевать любые барьеры на пути к успеху.

Чтобы добиться истинных высот в продажах, нам потребуется не только техническая грамотность, но и душевная гармония, которая передается через ваше общение с клиентами. Мы будем исследовать тему продаж с разных ракурсов, начиная с понимания клиента и его потребностей и закан-

чивая заключением сделки и развитием вашего профессионального бренда.

В этой книге я не просто расскажу, как продавать. Я помогу вам найти источник вдохновения, который будет поддерживать вас в ваших стремлениях к успеху и росту в мире продаж. Запомните: если есть ради «Чего», то вытерпишь любое «Как». Вы узнаете, как преодолевать возражения, создавать долгосрочные отношения с клиентами и добиваться выдающихся результатов в своей области.

Итак, готовы ли вы начать свое путешествие в мир СЕМЬФОНИИ продаж? Давайте вместе создадим гармонию успеха в продажах и сделаем вашу мелодию неповторимой.

Погрузимся в это увлекательное путешествие, и ваши продажи больше никогда не будут прежними.

Вопросы, с которых я хотел бы продолжить знакомство с вами и начать делиться теми знаниями и умениями, которыми обладаю, звучат так: «Как вы думаете, кто тот человек, который занимается продажами? Когда он продает? В какой момент времени своей жизни?». Только ли торговые представители, продавцы за прилавком, менеджеры по продажам занимаются продажами? А как же начальник, который хочет донести свою мысль или распоряжение подчиненным? Разве он не «продает» «ЭТО» им? А родитель, когда хочет чего-то добиться от ребенка? Продает ли он «ЭТО» своему чаду? А вы, когда общаетесь с друзьями или родственниками, решая, куда пойти в свободное время? Разве вы не продаете им свою

идею?

Именно поэтому данная книга называется «Как продать «ЭТО»?». Под «ЭТО» я подразумеваю все что угодно, начиная от ручки и заканчивая идеей. Благодаря всему, что написано в этой книге, я заключал одинаково успешные сделки и являясь торговым представителем, и работая на себя. Только во втором случае сделки уже были с совсем другими показателями.

Все эти инструменты, о которых я расскажу, применимы и в общении с родственниками и друзьями, и в работе с частными и корпоративными клиентами. Эта книга-тренажер для тех, кто хочет научиться грамотно и красиво «заключать сделки» где и когда угодно **и получать внеземное удовольствие от процесса**. Сразу оговорюсь, 100 % конверсии не бывает, и я вам ее не гарантирую. 10–20 % конверсии считается нормой в продажах, это те люди, которые знают, «что» хотят, как хотят и когда хотят, им и продавать-то не нужно. Если вы хотите, чтобы ваша конверсия в продажу была выше, чем эти цифры, нужно знать основы продаж и уметь их применять на практике. А об этом говорит уже второе название книги «СЕМЬфония продаж». Почему «СЕМЬ»? В продажах всего 7 этапов:

- 1) Установление контакта
- 2) Выявление потребностей
- 3) Формулирование предложения
- 4) Переговоры о цене

- 5) Завершение сделки
- 6) Завершение контакта
- 7) Работа с возражениями

Как в симфонии, если выпадает хотя бы одна нота, то произведение уже не звучит. Так и в продажах при отсутствии хотя бы одного этапа процесс уже «не тот» как для покупателя, так и для продавца.

В современном мире я, как тренер и продавец, вижу две проблемы. Первая – мы не знаем, как может быть по-другому. Мы являемся продавцами, например, на работе, после нее мы идем в магазин, где такие же продавцы и так далее. Мы не видим примеров, как может быть лучше. И вторая – если мы узнали, как может быть по-другому, мы боимся «пробовать» на других. «А вдруг не получится... Вдруг посмеются... Лучше не буду пробовать, а оставлю, как было... Это же приносит результаты... Не всегда, правда и не всегда те, которые хочется, но приносит же...» – именно такие мысли посещают всех тех, кто получил новые знания.

Как вы думаете, продажник – это призвание или профессия? Я считаю, что это профессия, в которой бывают люди с призванием. А раз это профессия, то это хорошая новость для нас! Профессии можно научиться! Обещаю вам, что в этой книге будет минимум «воды» и максимум практических инструментов, которые вы можете начать применять сразу.

## **Анекдот в тему**

Директор фирмы наткнулся на объявление по продаже того же, чем торгует он сам, только дешевле. Решил позвонить – и узнал голос сторожа со своего склада.

# Как пользоваться этой книгой?

Так как эта книга – тренажер, она потребует от вас активности. В книге будет много упражнений, таблиц и «игр», в которых необходимо будет ваше участие. Как только вы начнете добросовестно выполнять упражнения, результат не заставит себя ждать. Читая эту книгу, вы почувствуете себя как на месте продавца, так и на месте покупателя, и поймете, что испытывает человек в той или иной роли.

Сколько бы книг по продажам вы ни читали, эта книга обещает принести вам что-то совершенно новое. С момента, когда я впервые решил поделиться своим опытом и знаниями в сфере продаж, мой подход всегда был одним: сделать так, чтобы читатель или слушатель сказал: «Вау, такого я еще не встречал».

Уверен, что подобных книг, как эта, вы еще не видели. Это не просто книга, это ваша рабочая тетрадь, ваш личный путеводитель к достижению вершины в мире продаж.

Я выделил несколько важных, на мой взгляд, принципов работы с этой книгой. Вот они:

## **Важно знать и делать**

Эта книга нацелена не только на теорию, но и на практику.

Здесь вы найдете уникальное сочетание знаний и практических навыков, которые помогут вам стать лидером в области продаж.

## Знание

Знание – это фундамент успеха. Вам нужно знать основы продаж, понимать психологию клиентов, разбираться в продукте или услуге, которую вы предлагаете. Эта книга предоставит вам все необходимые теоретические знания, которые помогут ориентироваться в мире продаж.

- *Понимание клиентов*: Успешные продавцы знают, как думают и что чувствуют их клиенты. Это позволяет им адаптировать свой подход и предложение под потребности клиента.

- *Продуктовые знания*: Вы должны быть экспертом в том, что продаете. Эта книга поможет вам понять, какие особенности продукта делают его привлекательным для клиентов.

- *Техники продаж*: Знание различных техник продаж и навыков общения с клиентами является ключевым элементом успешной карьеры в продажах.

## Действие

Знание важно, но оно бесполезно без действия. Эта книга

не только научит вас, но и спровоцирует на действие.

- *Практика*: на протяжении всей книги вам будет предложено выполнять упражнения, проводить анализ, исследования и реализовывать практические задания, которые преобразуют ваши знания в навыки.

- *Применение знаний*: каждая глава будет сопровождаться практическими рекомендациями и конкретными шагами, которые вы можете сделать сразу же после ее прочтения.

- *Итерация*: продажи – это процесс постоянного улучшения. Вы будете узнавать, как анализировать свои продажи, выявлять слабые места и разрабатывать стратегии для их устранения.

## Результат

Знание и действие вместе создают результаты. В конечном итоге ваша способность преобразовывать знания в действия и достигать результатов будет определять ваш успех в мире продаж.

- *Показ результатов*: одним из ключевых аспектов успешных продаж является способность демонстрировать клиентам, как ваш продукт или услуга решают их проблемы и удовлетворяют их потребности.

- *Уверенность в себе*: знание и действие помогают вам развивать уверенность в собственных силах. Уверенные продавцы обычно более успешны.

## **Состояние № 1**

Цель этой книги – помочь вам стать № 1 в мире продаж. Знание и действие – это ключевые составляющие этого пути. Все, что вам нужно, это обучиться, применить знания на практике и достичь выдающихся результатов.

Готовы начать свой путь к успеху в продажах? Давайте двигаться дальше и идти к вершинам № 1 вместе!

### **Самодиагностика и самоопределение**

Возможно, одна из самых мощных и уникальных черт этой книги – это активное вовлечение вас в процесс обучения. Здесь вы найдете упражнения и задания, которые потребуют вашего внимания и честных ответов. Почему это так важно?

### **Активное взаимодействие**

Чтение книги – это прекрасно, но активное взаимодействие с материалом приносит наибольшую пользу. Упражнения и задания помогут вам лучше понять и применить концепции, описанные в книге, в вашей собственной сфере продаж.

## **Самодиагностика**

Упражнения по самодиагностике помогут вам понять, где вы сейчас находитесь в своей карьере в продажах. Это как карта вашего текущего положения, которая поможет определить, какие навыки и аспекты следует улучшить.

## **Самоопределение**

После самодиагностики вы сможете лучше определить свои цели и амбиции. Эта книга не является универсальным рецептом успеха; она нацелена на то, чтобы помочь разработать свой собственный план действий.

## **Ответы – ваши ключи к успеху**

Как упомянуто, многие читатели пропускают упражнения в книгах. Они думают, что достаточно просто прочитать материал. Однако упражнения в данной книге – это ключ к успеху. Чем более честно и полно вы отвечаете на поставленные вопросы, тем эффективнее будет результат.

## **Секрет кроется в процессе**

Помните, что успех в продажах – это процесс, а не мгновенный результат. Эти упражнения помогут вам лучше понять самих себя и путь к успеху. Как вы работаете, какие методы наилучшим образом подходят именно вам – все это вы узнаете через активное участие в процессе обучения.

## **Уверенность в успехе**

Один из ключевых моментов, который делает эту книгу уникальной и мощной – это уверенность в вашей способности стать лучшим в мире продаж. Давайте поговорим о том, почему эта уверенность так важна и как она поддерживает вас на пути к успеху.

## **Ваше верящее сердце**

Успех в продажах, как и во многих других областях жизни, начинается с веры в себя. Эта книга верит, я ВЕРЮ в вас и ваш потенциал. Книга напоминает, что у вас есть способности и знания, которые необходимы для достижения результата.

## **План действий**

Уверенность в успехе сопровождается практическим планом действий. Книга предоставляет пошаговый алгоритм, который поможет двигаться вперед и преодолевать любые препятствия. Уверенность в том, что у вас есть конкретный план, делает путь к успеху более ясным и управляемым.

## **Мотивация и настойчивость**

Уверенность в успехе поддерживает вашу мотивацию. Когда вы верите, что успех возможен, вы более мотивированы работать усердно и преодолевать трудности. Это позволяет быть настойчивым в достижении целей.

## **Результаты и подтверждение**

Постепенно, по мере вашего продвижения по плану, вы будете видеть результаты. Успехи, даже маленькие, подтверждают вашу уверенность. Они доказывают, что вы двигаетесь в правильном направлении и что ваши усилия приносят плоды.

## **Ключ к мотивации и росту**

Уверенность в успехе – это ключ к вашей мотивации и личностному росту. Когда вы верите в себя и свои способности, вы готовы брать на себя больше ответственности и стремиться к выдающимся результатам. Это уверенность, которая будет с вами на протяжении всего вашего пути к № 1.

### **Ваши успехи ждут вас**

Итак, помните: эта книга написана с уверенностью в том, что вы сможете стать лучшим в мире продаж. Следуйте нашему плану, участвуйте активно в упражнениях, и вы увидите, как ваша уверенность в собственных силах будет только укрепляться. Ваши успехи ждут вас, и эта книга – ваш верный спутник на пути к ним.

Я верю – у вас все получится. Получилось у одного – получится у всех, не получилось ни у кого – будь первым.

Ну что, готовы? Я – да! Тогда начинаем! Перейдем к первой главе и начнем создавать вашу собственную СЕМЬфонию продаж!

# Глава 1

Перед началом любого обучения необходимо понять, при каких условиях мы начинаем учиться, когда появляются первые умения и когда они перерастают в навыки. Разберем на примере вождения.



Есть 4 уровня компетентности:

1) Неосознанная некомпетентия. Когда-то мы не умели

водить машину и не знали о том, что не умеем. Нам не надо было. Но потом...

2) Осознанная некомпетенция. Когда мы понимаем, что нам необходимо получить права, но пока не умеем водить. Именно в этом случае мы идем учиться. Постепенно, обучаясь, мы переходим на новый уровень.

3) Осознанная компетенция. Это уровень умений. У нас получается, только когда мы думаем над каждым действием. По отдельности мы умеем переключать передачи, смотреть за знаками, нажимать на педали. А вот все вместе... Одним словом – беда. Надо осознанно контролировать каждое движение. Но постепенно все это переходит в...

4) Неосознанную компетенцию. В навыки. Мы можем вести машину, при этом говорить по телефону, пить кофе и читать книгу. И уже не задумываемся над каждым действием.

Не получится из второго квадрата «перескочить» в четвертый. Для этого процесса всегда нужно время. Как сказал знаменитый инвестор Уоррен Баффет: *«Ребенок не рождается за один месяц, даже если забеременеют сразу девять женщин»*. Именно поэтому я предлагаю вам, дорогой читатель, пройти третий этап вместе, при помощи этой книги-тренажера.

## **Афоризм в тему**

Компетентный человек – тот, кому не надо долго

объяснять, в чем именно он заблуждается.

# Эффективные установки продавца

Перед началом получения полезной информации и ее внедрения в жизнь предлагаю сначала грамотно поставить цели и понять, для чего вам улучшать свои навыки в продажах. Ответьте на несколько простых вопросов:

- Чему я собираюсь научиться, читая эту книгу?

---

---

- Каких результатов я хочу достичь с помощью книги?

---

---

- Что может мне помешать?

---

Это позволит вам оценить себя на пути к увеличению своих «продаж». Ответы на следующие вопросы потребуют от вас доли фантазии:

- Что произойдет хорошего в моей жизни, если я выполню свою цель после прочтения этой книги:

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

---

• Что произойдет плохого, если я не выполню поставленных целей:

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

Хочу с вами поделиться формулой трансформации, благодаря которой вы сможете изменить любую сферу в своей жизни. Формула выглядит так:  $H * V * ПШ > ВС$ . Каждый элемент оценивается от 0 до 1 в десятичном эквиваленте. С чего начинается любая трансформация? Правильно – с Недовольства (Н) тем, что есть сейчас. Без недовольства не будет никаких изменений. Поставьте честно число, на сколько вы недовольны.

Чего еще не хватает? Как правило, на втором этапе застревает очень большое количество людей. Нам многое не нравится, но при этом не происходит никакой трансформации. Следующий этап – это Видение (В) того, чего и как хочется. Хотите похудеть? Тогда вы должны видеть для себя конечный результат во всех подробностях и красках. Поставьте число – оцените, на сколько вы видите. Третий этап – Позитивные Шаги (ПШ). Именно позитивные. Разберем на том же примере с похудением: пойти в спортзал – это позитивный шаг, а вот отрезать лишнее ножом (что тоже возмож-

но) – не позитивный. Оцените позитивные шаги к своей цели. И, наконец, произведение всего этого должно быть больше, чем Внутреннее Сопротивление (ВС). На сколько велико ваше внутреннее сопротивление изменениям?

Что ж, теперь вы знаете, чего можете или не можете добиться с помощью этой книги. От себя могу сказать, что я сделаю максимально много для того, чтобы вы могли достичь поставленных целей. НО...

Поднимите, пожалуйста, левую руку. Только левую. Не бойтесь, вас никто не видит. Если вы не сделаете этого сейчас, в самом начале, то о каких результатах «потом» мы можем говорить? Подняли? Отлично! А теперь хлопните ею. Нет-нет... Только левой. Согласитесь, что хлопок не такой сильный, как хотелось бы. Для мощного хлопка (читай: результата) необходимо действие двух рук. Так вот, эта книга (как и я) – это одна из рук, и лишь мои действия не принесут желаемый результат, нужны и ваши действия! Хлопните от души двумя руками!!! Зарядитесь от этого и поехали дальше, это только начало!

### **Анекдот в тему**

Затягиваем исполнение заказов, пришел новый продавец. Слышу его фразу в ответ позвонившему клиенту:

– Я вам первый раз обещаю!

# Суть продажи

*Главная задача любой продажи – «продать то, что нужно продавцу, через то, что ХОЧЕТ покупатель».*

Ответьте на следующие вопросы:

1) Что для вас продажа? Синоним к этому слову:

---

2) Синоним к слову «продавать». Как вариант – втюхивать:

---

3) Кто такой продавец:

---

Очень часто я слышу такие варианты: продажа – обмен, продавать – консультировать, продавец – консультант. Все эти варианты нарушают главный принцип продажи. Есть три позиции в переговорах:

1) Позиция «снизу». Позиция «маленького ребенка», попрошайки. Когда человек видит эту позицию, подсознательно включается внутренний режим «раздавить», самоутвердиться. Это плохо для продажи.

2) Позиция «сверху». Роль «полковника». При этом если человек «сильный», то он начнет бороться. Ну а если «слабый» – постарается быстрее уйти, что тоже нехорошо для

продажи.

3) Позиция «на равных». Когда интересы каждого важны.

Кто главный в продаже? Существует заблуждение, что покупатель. Ведь он всегда прав? Что ж, тогда отдайте ему товар бесплатно. И не забудьте переписать на него недвижимость. Или все-таки продавец главный? Тогда советую всегда носить с собой оружие и забирать все, что есть у покупателя. В итоге мы понимаем, что в продажах главные оба. Главный принцип продажи – победить должны все. Так как этого добиться? Для начала нужно изменить свое отношение к трем вопросам.

Продавец в первую очередь друг, товарищ или приятель. Как вы будете общаться с человеком, если будете стараться стать ему другом? Явно не как продавец на рынке. Зачастую мы помогаем друзьям бескорыстно. Так попробуйте помочь покупателю, и вы быстро получите дивиденды.

Как относиться к слову «продавать» для того, чтобы это было максимально продуктивно? Представьте картину: молодой парень в ресторане или клубе увидел красивую девушку. Как мы с вами договорились, продает человек всегда, в данном случае парню надо «продать» себя. Если он попытается «втюхать» (подкатить), то ничего хорошего не получится. Что он должен делать? Правильно – соблазнять. Так и в продаже мы соблазняем человека на наш «товар». В свою очередь продажа – это соблазнение. Аналогия абсолютно точная. Суть в том, что при соблазнении нет принуж-

дения. Происходит активизация скрытых мотивов, и человек сам соглашается на предложения соблазнителя (-ницы). То же самое при продаже: задача продавца – активизировать потребности покупателя, чтобы он захотел купить товар. Заставить купить, «навязать» товар – такой стиль может пригодиться только тогда, когда цель – продать быстро и больше здесь не появляться. Если же продажи предполагаются долгие (например, это салон обуви), то продавать нужно красиво, чтобы человек понял – **он сделал покупку, а не продавец совершил продажу**. Критерий таков – после покупки клиент благодарен продавцу за помощь, консультацию, внимание. Есть одна поговорка, автор которой неизвестен: «Общение как секс. Еще нужно вызвать желание у человека с тобой этим заниматься. Все остальное – насилие». Не занимайтесь насилием. Занимайтесь соблазнением!

Представьте: допустим, вы продавец в салоне мобильных телефонов. Один из ваших клиентов, Анна, пришла в магазин и сразу заявила, что она не собирается ничего покупать, и у нее нет намерения тратить деньги. В этой ситуации как бы вы применили соблазнение в продажах, чтобы убедить Анну в том, что у нее есть потребность в новом телефоне?..

Давайте представим, что Анна ушла с новым смартфоном и улучшенным настроением. Этот пример демонстрирует, как можно соблазнить клиента, активизировав его потребности, даже если он пришел без намерения покупать. Как это сделать? Я расскажу подробно в этой книге. Терпения, кол-

лега.

Давайте рассмотрим другой вариант: продавец не смог применить соблазнение в продажах. Допустим, вы попытались убедить Анну купить новый телефон, но она ушла из магазина недовольной и без покупки. В этом случае что пошло не так? Мы разберем ошибки и уроки, которые можно извлечь из этой ситуации.

Напишите свой опыт: в этой главе я также хочу услышать ваш опыт. Поделитесь ситуациями, когда вы были как Анна (покупателем) или как продавец, пытавшийся соблазнить клиента на покупку. Какие методы соблазнения работали для вас, а какие нет? Когда и как вас «соблазняли» или, не дай бог, «насиловали» продавцы? А когда вы грешили этим... Ваши истории и комментарии могут помочь нам лучше понять, как этот подход работает в реальной жизни

Как бы вы применили соблазнение в продажах в вашей текущей ситуации? Запишите свои идеи и цели на бумаге, сделайте это несколько раз и сравните ожидаемые результаты и реальные!

# Профессиональные умения продавца

Как мы уже говорили, продавец – это профессия, которой может овладеть любой, кто пожелает. Что же должен уметь продавец для освоения этой интереснейшей профессии?

Итак, в перечень профессиональных умений продавца входят:

1. Уметь работать с отношениями, в том числе и со своими отношениями к людям и фактам. То есть делать так, чтобы клиенты его любили и демонстрировали полное ЧДСУ. Поясню:

**Честность** – это значит, что вы ведете открытую игру и даете клиенту полную информацию о себе и своем товаре.

**Доверие** – понимается как безопасность. Если человек не ждет от вас подвоха, если он рядом с вами спокоен и расслаблен, он вам доверяет.

**Симпатия** – человек рад вас видеть, хочет с вами общаться и пр.

**Уважение** – того, кого уважают, не подставят и не кинут, тем более сознательно. Тот, кто уважает, не подставит и не кинет.

Давайте выполним небольшое упражнение. Цель этого упражнения – помочь вам рефлексировать и улучшать профессиональные навыки продавца, особенно в контексте отношений с клиентами. Проанализируйте недавние ситуации

продажи и ответьте на следующие вопросы:

1. **Описание ситуации:** выберите одну конкретную ситуацию продажи «этого», которую вы недавно провели. Опишите ее в деталях, включая контекст, клиента и вашу роль в этом процессе.

2. **Применение честности:** считаете ли вы, что в этой ситуации проявили честность? Почему?

3. **Доверие клиента:** какие шаги вы предприняли, для того чтобы завоевать доверие клиента?

4. **Симпатия и уважение:** какие методы или техники вы использовали, чтобы создать позитивные отношения с клиентом?

5. **Результаты:** каковы были результаты этой сделки? Удалось ли вам успешно завершить продажу?

6. **Изучение уроков:** в чем вы видите свои сильные стороны в этой ситуации? Что вы сделали хорошо?

7. **Возможности улучшения:** что вы могли бы улучшить в своем подходе к этой ситуации? Какие конкретные шаги вы можете предпринять, чтобы улучшить свои навыки продавца в будущем?

2. Любить процесс продаж. Это называется – глаза горят. Когда у вас начнет получаться, это станет очень «азартной» игрой. Главное, не заиграться. Напишите несколько причин, почему вы любите процесс продаж, соблазнение:

---

---

3. Быть лояльным к своей компании (соответственно, и к товару). Продуктивно можно работать только из собственного желания и только на того, кого ты поддерживаешь.

«Я люблю свою работу!  
Я приду сюда в субботу  
и, конечно, в воскресенье.  
Здесь я встречу день рожденья,  
Новый год, 8 Марта.  
Ночевать здесь буду завтра.  
Если я не заболею, не сорвусь, не озверею,  
здесь я встречу все рассветы,  
все закаты и приветы!  
От работы дохнут кони.  
Ну а я – бессмертный пони!  
Но однажды на работе,  
если вы меня найдете,  
без движения лежу  
и от радости не ржу,  
знайте: я трудом добита  
и откинула копыта».

*Александр Накаряков*

Напишите 5 причин, почему вы любите свою работу и «это»:

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_

4) \_\_\_\_\_

5) \_\_\_\_\_

4. Уметь продавать. Каждый из нас умеет продавать. Только в разной степени.

Анализ успешных продаж – это важный шаг на пути к становлению более эффективного продавца. Рассмотрим, как вы можете провести этот анализ:

1. **Выберите успешную сделку:** начните с выбора одной из ваших недавних успешных продаж. Это может быть сделка, в которой вы достигли высоких продаж, получили довольного клиента, «продали» свою идею или преодолели какие-то сложные препятствия.

2. **Опишите сделку:** подробно опишите эту сделку. Включите в описание контекст, клиента, используемые стратегии и тактики, а также итоговый результат.

3. **Идентифицируйте ключевые факторы успеха:** подумайте о факторах, которые способствовали успеху этой сделки. Может быть, это было ваше умение вести переговоры, знание продукта или способность создавать доверие с клиентом. А может, просто «прокатило»...

4. **Анализируйте ваш подход:** подробно рассмотрите ваш подход к этой сделке. Какие шаги и стратегии использовали? Какие из них были наиболее успешными?

5. **Извлеките уроки:** на основе вашего анализа идентифицируйте конкретные уроки, которые вы можете применить в будущих продажах. Может быть, это новая стратегия

переговоров или улучшенное знание продукта.

**6. Установите цели:** определите, какие цели вы хотите достичь, используя полученные уроки. Например, можете поставить цель улучшить свои навыки в создании доверительных отношений с клиентами.

**7. Планируйте действия:** разработайте конкретный план действий на основе выявленных уроков. Определите шаги, которые вы собираетесь предпринять, чтобы улучшить свои навыки продавца.

**8. Отслеживайте и измеряйте:** важно отслеживать и измерять свой прогресс. Заведите журнал, в котором будете записывать свои действия и результаты, чтобы видеть, какие улучшения происходят.

Анализ успешных продаж – это мощный инструмент для вашего роста как профессионала в области продаж. Используйте этот процесс регулярно, чтобы постоянно совершенствовать свои навыки и достигать больших результатов в вашей профессии.

Резюме: собственно, продажи не случайно идут на последнем месте. Так и должно быть. Ведь каждый может научиться продавать, а все остальное – это состояние души. Пока человек чего-то сам не захочет, пока у него не появится желание, навык не будет работать на полную мощность. А вот при желании, даже без навыка, можно ворочать горы. Особенно в системе «человек-человек».

Ну что же... Наша подготовка окончена. Пора переходить

к огненному контенту. Вперед к новым умениям!

### **Анекдот в тему**

Невеста была настолько некрасивой, что для ее выкупа пришлось нанять опытного менеджера по продажам.

# Глава 2

## Нота 1. Установление контакта

*«У вас никогда не будет второго шанса создать первое впечатление».*

*Коко Шанель*

Надо сделать	Надо уметь
Установить контакт на эмоциональном уровне	Располагать собеседника к себе
Установить контакт на деловом уровне	Устанавливать деловые отношения
Наблюдать за поведением собеседника	Наблюдать и анализировать

Основа отношения покупателя к продавцу закладывается в первые пятнадцать секунд. Если первое впечатление будет позитивным, то как бы потом плохо ни складывалась продажа, некоторое время покупатель будет искать что-то хорошее, будет списывать неудачи на все, что угодно, только не на продавца. И наоборот, если впечатление было негативным, то как бы хорошо ни вел сделку продавец, покупатель будет

искать, к чему придаться.

Ваша цель на этом этапе – «раскрыть» клиента, создать доверительную атмосферу между ним и вами. Для этого необходимо определить, какой перед вами клиент, в каком он настроении и как на него «настроиться». Продавец-профессионал обычно не только «составляет досье» на покупателя, но и контролирует свои жесты, голос, мимику.

## **УСТАНОВЛЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО КОНТАКТА**

Использование следующих ресурсов позволяет создавать положительную атмосферу в диалоге:

- уверенность;
- зрительный контакт;
- дружелюбное выражение лица;
- обращение к собеседнику;
- «Человек-контакт».

### **Уверенность**

В течение встречи:

- демонстрируйте максимальное внутренне спокойствие;
- сохраняйте глубокое, спокойное дыхание;

- ваша поза должна быть открытой<sup>1</sup>;
- рукопожатие энергичное и короткое (ладонь – вертикально, перпендикулярно плоскости пола);
- речь ясная и отчетливая.

## **Зрительный контакт**

Правильно смотреть в глаза покупателю – искусство, которым необходимо владеть каждому профессиональному продавцу. Существует две крайности, которые негативно влияют на установление контакта:

- быстрый отвод глаз – для собеседника сигнал слабости, подчинения, нечестности;
- долгий немигающий взгляд – признак угрозы, агрессии.

Найдите золотую середину. Важно – смотреть в глаза собеседника спокойно и открыто.

## **Дружелюбное выражение лица**

Наиболее гибкое средство для установления эмоциональ-

---

<sup>1</sup> При открытой позе собеседник стоит или сидит напротив, плечи расправлены, руки свободно жестикулируют, он не прячет ладони, не закрывает ими тело, ноги не скрещивает, поддерживает зрительный контакт. Обычно такая поза означает, что человек открыт к общению, чувствует себя комфортно, уверенно, выстраивает с вами доверительные отношения, ничего не скрывает.

ного контакта:

- дружелюбное выражение глаз;
- искренняя улыбка;
- спокойное и естественное выражение лица.

## **Обращение к собеседнику**

Часто неопытные продавцы забывают, что имя клиента является значимым ресурсом для создания и поддержания психологического контакта. Периодическое использование имени клиента позволяет:

- поддерживать интерес собеседника к диалогу;
- лучше концентрировать внимание собеседника на информации, которую вы сообщаете;
- перевести любой диалог с формального на личностный уровень.

Используйте имя клиента в разговоре на начальном этапе и в конце разговора, чтобы усилить эффект.

## **«Человек-контакт»**

Центром любой встречи является клиент. Чтобы создать в процессе диалога атмосферу искренней заинтересованности, как можно меньше в своей речи употребляйте местоимения «я», «мой» и так далее. Чаще используйте «вы», «ваш».

Благодаря этому вы повысите значимость клиента и быстрее установите с ним благоприятные деловые отношения.

## **Техника «Прелюдия»**

Задача прелюдии – расслабить собеседника, создать доверительную атмосферу общности. Общение при этой технике длится обычно около минуты. В это время можно: проявить интерес к чему-либо в самом клиенте («Вы так легко двигаетесь, учились где-то?», «Красивый пиджак! Это последняя коллекция?»), сказать комплимент, пошутить, сделать маленький подарок, найти общность, задавать вопросы на согласие.

### **Анекдот в тему**

Впечатление, которое производит на мужчину обнаженная женщина в чулках, коренным образом отличается от впечатления, которое производит на женщину обнаженный мужчина в носках.

*Ошибки, которые часто встречаются при использовании этой техники*

- Слова-раздражители: несмотря на то что; нет; мешать; возражать; наоборот; должен; проблема; противоречие; отговорка; абсолютно; устареть; доказывать; неправильно; ошибка; заблуждение.

- Отрицания. При отрицании включается внутренний «защитник» интересов, который с удовольствием поспорит с вами. Остерегайтесь его.

- Обесценивание себя: Позвольте войти... Не буду вас долго задерживать... Уделите мне несколько минут?.. Я должен... Все это снижает значимость того, с чем вы пришли к клиенту. Помните: это позиция снизу. Обязательно включится (неосознанно) палач, который захочет вас «казнить».

- Обесценивание клиента: Я как раз ожидал этого вопроса... У нас заканчивается время, поэтому коротко... Я тороплюсь, у меня после вас еще одна важная встреча... Все хотят быть особенными, и никому не нравится быть предсказуемым. Помогите человеку «выделиться».

- Яканье. Помните: «Человек-контакт». Это поможет обезоружить внутреннего зрителя – сознание.

- Выбор негативной тематики: рост налогов, политика, низкий спрос, прочие проблемы и т. п. Запомните, пожалуйста, и прочувствуйте фразу: «Не вкладывайте умные мысли в голову людей, которым это не нужно». Мы часто будем к ней возвращаться.

- Насильственное интервью на далекие темы: «А в какие компьютерные игры ваш сын играет? ... Не знаете? Ну, может, хоть одну помните?».

- Перескок на деловой разговор: «О, собираетесь с 28-го в горы на неделю... А кто же оплатит обучение?»

- Переход к большому разговору в стиле: «Ну, ладно, хва-

тит о пустяках, перейдем к делу...»

Очень важен момент приветствия.

Напишите 5 вариантов приветствия, которые вам нравятся:

---

---

Есть ли среди ваших вариантов такие, как «здравствуй-те», «добрый день / вечер» или что-то похожее? Это не очень хорошие варианты для приветствия, и вот почему:

1) Здравствуй-те – обезличенное приветствие. В нем нет ни того, кто приветствует, ни того, кого приветствуют. Для установления эмоционального контакта это не очень хорошо.

2) Добрый день / вечер – «опасное» приветствие. Если у человека день не задался и для него день совсем не добрый, то у него проснется его внутренний «защитник» и, скорее всего, появятся мысли вроде: «Добрый, говоришь? Да какой он добрый?». Здесь вы рискуете попасть на разные эмоциональные уровни с человеком и стать для него чужаком.

Лучшее приветствие, я считаю, – это «Приветствую», можно дополнить словом «вас». Этот вариант не обезличен, в нем есть обе стороны общения. И не задевается «защитник». Этим приветствием вы говорите человеку: «Я тут, с вами. Я вижу вас. Мы наравне». Какое бы ни было настроение у человека, он поймет, что вы «свой». Пользуйтесь обязательно!

Вот мой ТОП-пять типичных ошибок, которых стоит избегать в процессе установления контакта, и почему важно их не совершать:

**1. Использование негативных слов и фраз:** использование слов и фраз, которые несут негативное значение, такие как «нет», «проблема», «не могу», может создать негативное первое впечатление. Клиенты могут воспринимать вас как недружелюбных или неспособных решить их проблему.

**2. Несоблюдение зрительного контакта:** отсутствие зрительного контакта или слишком интенсивное моргание может вызвать недовольство или даже подозрение у клиентов. Зрительный контакт является важной частью невербальной коммуникации и помогает установить доверительные отношения.

**3. Излишнее использование местоимений «я» и «мой»:** чрезмерное использование местоимений, связанных с вами, таких как «я», «мой», «мне», может создать впечатление, что вы слишком сосредоточены на себе и своих интересах, игнорируя потребности клиента.

**4. Отсутствие эмоций и улыбки:** безличный или мрачный вид может сделать вас недружелюбными и холодными. Улыбка и позитивное выражение лица, наоборот, помогут создать более теплую и приятную атмосферу.

**5. Некорректное использование телесной походки:** неподходящая походка, например, слишком агрессивная или нерешительная, может вызвать недопонимание или да-

же враждебность. Постарайтесь адаптировать свою походку к обстановке и настроению клиента.

Избегание этих ошибок поможет создать более положительное и дружелюбное первое впечатление, что, в свою очередь, способствует более успешным отношениям с клиентами.

Теперь о том, что нельзя сказать словами!

Частично мы об этом поговорили парой строчек выше. Первое впечатление начинает формироваться у человека сразу, как только он увидел продавца, еще до того, как тот успеет сказать первое слово. Очень часто бывает так, что в первые 15–20 секунд продавец не сидит на месте, а стоит или, чаще всего, идет к клиенту. Выделяется три типа походки:

- Статусная – как правило, небыстрая, размеренная походка, прямая спина, приподнятая голова, распрямленные плечи (депутат).
- Дружеская – как правило, быстрая, «веселая» походка, улыбка на лице, резкие движения руками (лучший друг).
- Теплая – как правило, небыстрая походка, мягкое выражение лица, отсутствует напряженность в теле (медсестра).

Задача продавца состоит в том, чтобы заранее «прочитать» походку клиента и подстроиться под нее. Стать такой же «походкой». Обратите внимание на то, что здесь не идет речь о «психотипе» или темпераменте, и уж тем более о «ярлыке». Речь идет о «настроении» человека здесь и сейчас.

Любой депутат может находиться в «дружественной походке» и любой лучший друг может быть в «статусной».

***ЗАДАНИЕ:** выберите любой торговый центр в вашем городе и отправляйтесь туда в выходной день, когда там много людей. В толпе вы будете незаметны. Просто гуляйте по ТЦ. И как только ваш взгляд пал на кого-то, кто идет спиной к вам, тут же постарайтесь скопировать походку этого человека. Вы удивитесь, как изменится ваше физическое состояние и настроение, буквально за несколько секунд. Иногда люди говорят, что даже голова начинает болеть той болью, которой никогда не было. Несколько часов выполнения этого задания позволят вам научиться быстро «считывать» походку человека и подстраиваться под нее.*

Вспомните несколько моментов из своей жизни:

1) Вы с коллегами в ресторане обсуждаете новый проект. Вы в режиме «статусная походка». И тут... к вашему столу подбегает веселый официант (рубашка-парень), с улыбкой лущезарной и блестящими глазами, и начинает что-то говорить. Первая мысль у многих – что за «дурачок», он нам не друг, зря сюда пришел.

2) Вы идете по улице также в веселом расположении духа. А навстречу идет ваш старый товарищ. Медленно, размеренно, расслабленно, с безмятежностью на лице. Какая первая мысль вас сейчас посетила? Наверное, у него что-то случилось, ему требуется помощь.

# 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.