

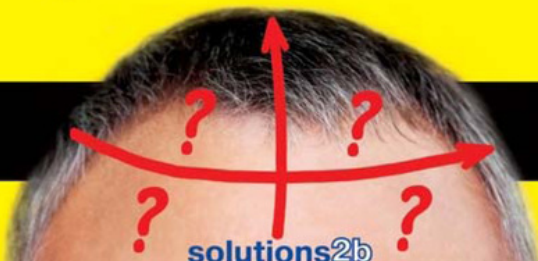
книга 2



БОРИС ЖАЛИЛО

ШПАРГАЛКА

продАЖ



Борис Анатольевич Жалило

Шпаргалка продаж. Книга 2

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=17145861

*Шпаргалка продаж, книга 2 / Б.А. Жалило: Business Solutions International; Москва; 2011
ISBN 978-5-8125-1396-2*

Аннотация

В продолжении книги «Шпаргалка продаж» автор дает инструменты дифференцированных продаж. «Продаем мы с Вами людям. А люди все разные. Странно предполагать, что одни и те же инструменты продаж, одни и те же фразы, аргументы, ответы на возражения будут одинаково хорошо работать с разными клиентами». В книге представлена классификация клиентов по четырем типам и даны простые сигналы, с помощью которых легко можно распознать особенности клиента, к которым необходимо адаптироваться и уметь использовать в продажах. Простые инструменты, рекомендации о том, что делать и что не делать, что говорить и не говорить, как убеждать клиента конкретного типа или конкретными поведенческими особенностями, как справляться с возражениями конкретного типа. Книга адресована руководителям, сотрудникам отделов продаж, заинтересованным в гарантированном повышении

эффективности работы менеджера по продажам, закупщикам и всем, кто занимается продажами, ведет переговоры и убеждает в чем-то других. Книга часто используется читателями в качестве настольной книги с момента ее приобретения, к которой обращаются снова и снова за «подсказками». Книга написана практиком и для практиков. Автор книги Борис Жалило – системный тренер-консультант Международной Консалтинговой Группы Business Solution International, имеет значительный опыт продаж и управленческой работы. «Книга сама по себе не даст Вам роста продаж. А вот инструментарий – при его применении – гарантированно даст. Все-таки он был отработан за 23 года практики продаж и 20 лет моей работы в качестве консультанта, поднимающего продажи. В 13 странах, 152 городах. Более 2000 компаний.» А еще тысячи компаний получили кусочки этого инструментария на тренингах, которые автор проводит с 1996 года, в том числе самых известных, брендовых тренингах «Школа Дифференцированных продаж», «Дифференцированные переговоры», «Продажи: Школа Тигра», «Продавать дорого!» В книге даны конкретные фразы, инструменты, вопросы, заготовки, аргументы, ответы на возражения, которые можно немедленно начать применять в своих продажах (около 300 фраз-ответов на возможные возражения с учетом особенностей типов клиентов). Благодаря инструментарию из данной книги Вы сможете добиваться того, чего ВЫ хотите от своих клиентов, деловых партнеров, собеседников. Убеждать их, справляться с возражениями, управлять их вниманием, интересом, эмоциями, симпатией, доверием. Успешных продаж!

Содержание

Об авторе	6
14. Шпаргалка продаж-2	12
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Борис Жалило
Шпаргалка
прОДАЖ. Книга 2

Об авторе
Борис Жалило
(к.э.н., МВА, АСМ)



Менеджмент-консультант, специализация: внедрение изменений для роста бизнеса по показателям прибыли и продаж; систематизация роста; систематизация маркетинга и продаж.

Один из самых титулованных бизнес-тренеров России, тренер-бренд, тренер-консультант международного уровня с опытом успешной работы в 14 странах. Выступает в качестве спикера на конференциях и форумах, на сегодняшний день в 18 городах, 5 странах, с количеством участников до 1000 чел.

Специализация № 1: продажи и переговоры, техники убеждения и преодоления возражений;

Специализация № 2: управление продажами и маркетингом, управление показателями, управление результативностью подчиненных.

Бизнес-тренер года (2016). Входит в 10 лучших тренеров России по продажам, Золотую Дюжину бизнес-тренеров (№ 2), и список 25 лучших молодых тренеров США (Emerging Training Leaders 2013) по версии Training Magazine, Золотой Тренер СНГ (2014).

20-ти летний успешный опыт работы тренером-консультантом (около 40,000 часов, более 3,000 тренингов, более 50,000 участников) в России, Украине, Казахстане, Армении, Азербайджане, Молдове, Грузии, Беларуси, Узбекистане, Канаде, Латвии, США.

Прошел обучение в Канаде (МВА), США, Великобритании, Австрии, Венгрии, Польше, Украине, России, участник более 100 тренингов и семинаров, в том числе у таких звезд как Бланшар, Траут, Пайк, Чалдини, Трейси, Пиз, Джонстон, Симмондз, Николсон, Даблин, Киркпатрик, Тиагараджан, Ферацци, и множества других. С 1999 года периодически участвует в зарубежных конференциях по технологиям тренинга и консалтинга, в том числе как спикер (Чикаго, Атланта, Орlando, Сан-Диего и др.); Член Гильдии Маркетологов;

Значительный опыт ведения бизнеса и практической работы как руководителя, как в крупном и среднем бизнесе, так и в стартапах/малом бизнесе (Украина, Россия, США, Казахстан), успешный опыт реализации международных проектов. Основатель Международной Консалтинговой Группы Business Solutions International.

22-летний опыт в продажах и ведении переговоров. Опыт разработки и внедрения изменений в компаниях разных форм собственности и масштабов бизнеса, опыт построения систем продаж, разработке стратегии и системы маркетинга (с использованием технологий London Business School и The Chartered Institute of Marketing). Опыт тренинга и индивидуального коучинга для продавцов, менеджеров по продажам, торговых представителей, руководителей отделов продаж, коммерческих директоров, руководителей и владельцев бизнеса.

Член Союза Писателей России. Автор **более 150 статей, автор/соавтор многочисленных методических разработок, тренингов, учебных материалов, 9 книг, 5 видеотренингов, 4 аудиотренингов, в том числе бестселлеров** «Бизнесхаки: полезные/вредные советы для руководителей», «Книга Директора по Сбыту», «Шпаргалка про ДАЖ», «Управление филиалами и региональным ростом», «Мобилизация персонала», «Продажи: Школа Тигра», «Антискидка», «Охота на прибыль», «Говорит Клиент», «Чтобы...». Автор блогов по продажам и управлению, а также YouTube Канала «Бизнес-Школа Бориса Жалило».

Автор концепций и систем Дифференцированных продаж, Дифференцированных переговоров, Дифференцированного управления, Дифференцированного сервиса, 12 векторов конкурентоспособности.

Автор таких тренингов-бестселлеров как:

Школа Дифференцированных Продаж;

Продажи: Школа Тигра;

Дифференцированные переговоры;

Ключ к Каждому Клиенту;

Технология Достижения ДА;

Антискидка;

Продавать дорого;

Прорыв в продажах;

Прорыв x1024;

12 векторов конкурентоспособности;

Маркетинг, направленный на рост продаж;
Дифференцированное управление;
Результат вместо работы;
Рычаги Руководства;
Дифференцированный сервис;
Камасутра Сервиса;
и множества других.

Среди клиентов: X5 Retail, Билайн, МТС, Мегафон, Сбербанк, Открытие, Expressbank, AccessBank, Компания ПЭК, Тензо-М, Вэллтекс, Соколов, Меленка, Сибирский Деликатес, Казкомлайф, Afi Development, А-101, Третий Рим, Fesco, Choquette, Глазов, Столплит, Оптиком, Van Cliff, Сталинвест, Валта, Алькасар, World Medicine, и еще около 400 компаний в 14 странах мира.

Вы взяли в руки **СТРАШНУЮ** для Ваших конкурентов книгу. Ваши конкуренты боятся! Им страшно, что Вы ее прочтете. Они в ужасе, понимая, что Вы сразу же будете применять инструментарий, описанный в Шпаргалке...

Успокойте Вы их, оставив всё в книге, и будете кусать потом локти, глядя на ИХ успехи... или посочувствуете, удваивая СВОИ результаты каждый месяц?

Зависит только от Вас.

Книжка сама по себе не даст Вам роста продаж. А вот инструментарий – при его применении – гарантированно

даст. Все-таки он был отработан за 18 лет практики продаж и 14 лет моей работы в качестве консультанта, поднимającego продажи. В 12 странах. 79 городах. Сотнях компаний. А еще тысячи компаний получили кусочки этого инструментария на тренингах, которые я провожу с 1996 года, в том числе самых известных, брендовых тренингах «Продажи: Школа Тигра», «Продавать Дорого!» и «Продажи: Фабрика Звезд».

14. Шпаргалка продаж-2

Предисловие

И снова «здравствуйте!».

Уверен, что инструменты из первой части книги уже принесли Вам результаты.

Возможно, они помогли добиваться от большего количества людей того, чего хотите именно Вы.

Возможно, Вы уже заработали дополнительные деньги с помощью этих инструментов.

Или они уменьшили количество ушедших клиентов и потерянных сделок, сделали Вас увереннее и снизили риски поражений и потерь в продажах.

Или просто облегчили Вашу работу, сделали ее проще, легче, понятнее и приятнее...

Если Вы открыли эту книгу, не читая «Шпаргалку продаж-1» – рекомендую всё-таки начать с первой книги.

Или как минимум проработать обе книги.

Они существенно дополняют друг-друга.

Если Вы прочитали «Шпаргалку проДАЖ-1», но не внедрили ничего из нее – не читайте эту книгу.

Вначале вернитесь к первой и начните внедрять инструментарий.

Как первую так и вторую книги нельзя читать поверхностно, выискивая «новое незнакомое...». **Эти книги содержат составляющие единой системы, которую нужно шаг за шагом прорабатывать, пробовать, обдумывать, совершенствовать.**

Тех, кто в первой книге нашли «мало для себя нового» и думают что «мы всё это знаем», прошу вернуться еще раз к книге и проработать ее глубже. **Я гарантирую, что при внедрении инструментария книги Вы сможете повысить объем своих продаж, на каком бы уровне профессионализма Вы ни находились.**

Более того, чем выше Ваш уровень профессионализма в продажах, тем больше Вы для себя сможете почерпнуть в этих двух книгах, и тем на большую сумму Вы увеличите свой объем продаж.

Начнём (точнее, продолжим)!

Продолжаем наше партнерство в повышении Ваших продаж.

Поставьте перед собой цель увеличить за следующие 3 месяца свои продажи как минимум на 30 %, и сделайте это, пошагово старательно внедряя инструментарий данной книги.

Начну с признания:

В первой книге я не упомянул одну ВАЖНУЮ истину.
ВЫ ЕЁ ЗНАЕТЕ!

Пришло время учесть её в продажах.

Истина проста:

ВСЕ ЛЮДИ – РАЗНЫЕ!

Все люди разные, и для каждого из людей важно что-то свое. Было бы странно предполагать, что одинаковые аргументы, фразы, ответы на возражения одинаково работают со всеми клиентами.

Все наши клиенты – люди (даже если Вы работаете с бизнес-клиентом, с юрлицом, Вы все-равно работаете не с расчетным счетом или логотипом, а с живым человеком), причем все люди разные, для них важно разное. Поэтому вторую

часть своей книги я хочу посвятить **дифференцированным продажам**: мы с Вами рассмотрим как ПО-РАЗНОМУ (или «дифференцированно») работать с разными клиентами.

Но прежде чем начнем работу над инструментарием книги, позвольте ввести несколько **ОЧЕНЬ ВАЖНЫХ** правил-законов. Можете воспринимать их как очень важные рекомендации. **САМЫЕ ВАЖНЫЕ** из всего что Вы дальше прочитаете в этой книге. Эти правила-законы-рекомендации перечислены на следующей странице. Читайте их не спеша. Если какой-либо из пунктов показался банальностью – перечитайте и обдумайте пункт еще раз. И только после этого читайте дальше...

1. Для того, чтобы продавать – нужно продавать!
2. Для того, чтобы продавать больше, нужно продавать больше!
3. Чтобы управлять своими продажами, нужно управлять своими продажами.
4. Если у проДАвца гордо поднята голова – значит, он сможет добиться «ДА!» от клиента. Если у продавца опущена голова – значит, он сможет добиться «ДА!» от клиента. И вообще, если у проДАвца есть голова – значит, он сможет добиться «ДА!» от клиента!
5. Заработок проДАвца зависит только от того человека,

которого он видит в зеркале!

6. В процессе продажи есть только 2 человека: продавец и клиент. Либо продавец нашел те слова и фразы, в результате которых клиент согласился, либо пока не нашел.

7. Клиент – это человек. Пока человек жив – ему что-то нужно. Вопрос лишь в том, чтобы понять, что ему нужно, предложить ему это, и сделать так, чтобы он захотел это настолько, чтобы расстаться с деньгами (которые у него есть и даже теми которых у него еще нет).

8. Не бывает клиентов (в Вашей целевой группе), которым не нужно то, что Вы предлагаете. Нужно просто правильно донести свое предложение! Не бывает клиентов, у которых нет денег. Нужно просто правильно донести свое предложение. Не бывает клиентов, которым невозможно продать. Нужно просто правильно донести свое предложение.

9. Клиент не бежит с возражениями в голове и не думает, кому бы их высказать. Возражения появляются не раньше чем мы что-либо сказали. Как результат того что мы сказали.

10. И вообще, все что думает, говорит и делает клиент, это результат того, что мы подумали, сказали, сделали (или НЕ подумали, НЕ сказали, НЕ сделали). Ситуацией управляем только мы.

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.