

С. А. Гончарук

Не секреты успешных продаж



Сергей Анатольевич Гончарук

Не секреты успешных продаж

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=23459752

Аннотация

Уважаемый читатель, я предлагаю вашему вниманию книгу в которой описаны основные принципы и приемы успешных продаж, которые проверены мною на практике. Это не трактат доступных раскрученных книг или тренингов, я не явлюсь автором этих приёмов, но это не помешало мне используя их стать богатым и успешным человеком.

Содержание

Продажи или зачем продавать	5
Успешные продавцы	8
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Оглавление

Продажи или зачем продавать

Успешные продавцы

Мой товар

Кому мы нужны

Цена – во главе угла

Место продажи

Продвижение продукта

Успешное общение с клиентом

Работа с заказом и завершение сделки

«Популярные» секреты продаж

Одну ягодку беру, на другую смотрю ... или продажи будущего

НЕ секреты Вашего успеха

Продажи или зачем продавать

Решив создать свой собственный бизнес, многие начинающие предприниматели представляют туманные и красочные перспективы, имея лишь поверхностное понятие о продажах. По мере набивания шишек и синяков они обростают опытом и учатся создавать правильный ассортимент, искать свою аудиторию и продвигать продукцию.

Сколь не громкогласны заявления о том, что хороший товар не требует продвижения – это лишь пустые слова. Каждый товар нуждается в правильной промоушине, как сейчас модно говорить. Чтобы не проходить самостоятельный путь «набивания шишек» в бизнесе мы рекомендуем прислушаться к советам, указанным в нашей брошюре и освоить базовый опыт, с которого можно двигаться дальше и получать успешные продажи.

Зачем продавать

Психология продаж имеет четкую основанность действий обеих сторон процесса продажи, поэтому, занимаясь торговлей, важно понимать, что покупатель приобретает товар или услугу не просто ради обретения вещи, а с целью удовле-

творения конкретной потребности. О потребностях, классифицированных Маслоу наверняка вы уже слышали, поэтому лишь вкратце напомним что после удовлетворения основных потребностей в пище и крове над головой, человек стремится развиваться, получать признание общества и удовлетворять более тщеславные запросы.

Предлагая товар (или услуги, что в принципе не существенно для технологии продаж) мы должны четко понимать, какую потребность наш товар сможет удовлетворить. Мы должны сказать об этом потребителю – в форме рекламы, надписи на упаковке или другим путем. Во многих случаях потребитель и не догадывается о своей потребности и ему нужно сообщить о ней.

Вспомните надоедливые рекламы, которые навязывают вам ситуации, когда у вас случается ужасные болезни, а лекарств под рукой нет, или вы получаете пятна от кофе, с которыми просто не справится ваш обычный стриральный порошок. Именно так формируется потребность у потребителя и увидев в интернет-магазине или на полке данный «полезный» товар, вы, возможно, купите его «на всякий случай».

Зачем продавать?

Этот вопрос должен звучать в вашей голове еще до момен-

та основания торгового бизнеса. Вы должны видеть конкретную цель, спланировать свои объемы и перспективу, хотя бы на начальном этапе. В идеале нужно составить бизнес-план на 3-5 лет с расчетом затрат и прибыли, постановкой целей и оценкой перспектив. Видя цель, вы сможете поэтапно разбить свои достижения, планы расширения бизнеса и окупаемости. Даже если вы открываете небольшой интернет-магазинчик по продаже носков нужно понимать цель продаж, примерные объемы и уровень безубыточности, знать свою аудиторию и подобрать правильные маркетинговые приемы, которых сегодня на рынке очень много.

Работая без цели, вы не сможете увидеть конкретный результат. Если основным желанием покупателя является удовлетворение потребности, то основным мотивом продавца есть доход, сколь альтруистичны бы ваши намерения ни были.

Получение дохода – это последовательная и спланированная работа на результат, с использованием торговых инструментов. При этом обогащение не должно становиться бесконечным и бессмысленным. Подумайте о вашей цели: возможно, это дом или хорошая машина, норковая шуба для жены, высшее образование дочери или отдых на Канарах...

Видя цель, – вы увидите результат.

Успешные продавцы

Практика успешной торговли подарила миру целый перечень людей, которые смогли достичь высоких результатов в бизнесе и по праву называться лучшими продавцами в мире. Некоторым удалось добиться невероятных высот, их успех до сих пор является мотиватором для всех уровней торговли.

Давайте рассмотрим перечень самых успешных в мире продавцов ена сегодняшний день, кто знает, может и вы когда-то войдете в него?

John Henry Patterson

Благодаря ему мир узнал, что такое тренинги по продажам. Именно с Джона Паттерсона началась история организации и продажи тренингов, которые учили простых людей правильно вести и контролировать бизнес.

Паттерсон является основателем великой компании NCR. Родившись в семье фермера и организовав с братьями мелкий угольный бизнес, Джон переключается на продажу кассовых аппаратов и достигает таких успехов, что покупает компанию своего поставщика, переименовывая ее в National

Cash Register (NCR). Основным активом этого человека было не просто развитие товара (смена касс с механических на электрические и увеличение функциональности), но и большие вложения в персонал (методики продаж, тренинги, определение территории и постановка задач, предоставление сценариев действий, мотивация продавцов, поощрение).

Первое в истории определение цикла продаж выглядело следующим образом: Подход – предложение – демонстрация – закрытие.

David MacKenzie Ógilvy

Этот человек по праву входит в перечень продавцов, хотя продавал не товар, а рекламные услуги. Король рекламного бизнеса, успешный копирайтер и основатель знаменитых рекламных агентств «[битая ссылка] Ogilvy & Mather» и «[битая ссылка] Ógilvy PR». Его творения не просто вошли в историю рекламы, но и стали эталонными работами. Огилви трудился над созданием рекламных роликов для Dove, Hathaway, Schweppes, но самая яркая его работа – это создание рекламы для Rolls-Royce.

Являясь пятым ребенком в семье и работая без высшего образования, Огилви дослуживается до должности шеф-повара, после чего ушел в рекламу и работал в институте иссле-

дования аудитории. Зная потребителя своих клиентов, Огилви смог успешно продавать любой товар.

Mary Kay Ash

Эту прекрасную леди знают и продавцы и покупатели. Ее старания над написанием собственной книги привели к появлению великолепного бизнес-плана по продажам косметики. Ее задумкой и по сей день пользуются самые знаменитые косметические компании. Все, кто продает косметику по каталогам, пользуются трудами Мери Кей.

Сегодня это не просто торговая сетка, каких множество на рынке. Компания имеет высокие стандарты работы, гордится тем, что влияет не только на доходы, но и качество жизни своего персонала, вносит в нее позитив, дисциплинированность, умение планировать свое время и способность отдыхать. Компания учит женщин работать и успевать все. Лучшие представительницы бизнеса, получившие определенный уровень, блистают шикарными автомобилями, подаренными компанией и рассказывают о других нематериальных стимулах, которые заставляют их воодушевленно работать на Мери Кей. Похоже, эта леди подобрала ключ к сердцу женщин, имеющих торговую жилку.

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.