

# 100

ПОДСКАЗОК

*Евгений  
Колотилов*

*Андрей  
Парабеллум*

**менеджеру  
по продажам**



*Евгений  
Колотилов*

*Андрей  
Парабеллум*

**100**  
ПОДСКАЗОК

# МЕНЕДЖЕРУ ПО ПРОДАЖАМ



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

Москва  
2012

УДК 658.8; 339.187

ББК 65.42-21

К61

**Колотилев Е.**

К61 100 подсказок менеджеру по продажам / Евгений Колотилев, Андрей Парабеллум. — М.: Альпина Паблшер, 2012. — 128 с.

ISBN 978-5-9614-1746-3

Вы бы хотели иметь на расстоянии вытянутой руки шпаргалку, написанную успешным профессиональным менеджером по продажам, чтобы в трудную минуту можно было заглянуть в нее за советом?

В книге собрано 100 подсказок, которые охватывают все этапы продаж, начиная от холодных звонков и заканчивая заключением сделки.

Книга адресована всем менеджерам по продажам, заинтересованным в повышении эффективности своей работы.

УДК 658.8; 339.187

ББК 65.42-21

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу [lib@alpinabook.ru](mailto:lib@alpinabook.ru).*

ISBN 978-5-9614-1746-3	© Колотилев Е., Парабеллум А., 2011 © ООО «Альпина Паблшер», 2012
Руководитель проекта Е. Гулитова	Подписано в печать 20.09.2011. Формат 70×90 1/32. Бумага офсетная № 1. Печать офсетная. Объем 4,0 печ. л. Тираж 3000 экз. Заказ №
Корректоры Е. Аксенова, Е. Чудинова	
Компьютерная верстка А. Абрамов	ООО «Альпина Паблшер» 123060, Москва, а/я 28 Тел.: (495) 980-53-54 e-mail: <a href="mailto:info@alpinabook.ru">info@alpinabook.ru</a> <a href="http://www.alpinabook.ru">www.alpinabook.ru</a>
Дизайн С. Куликова	

Вы бы хотели иметь на расстоянии вытянутой руки шпаргалку, написанную успешным профессиональным менеджером по продажам, чтобы в трудную минуту можно было в нее заглянуть за советом?

## **Теперь у вас есть такая возможность!**

В этой небольшой книге мы собрали 100 подсказок, которые охватывают все этапы продаж, начиная от холодных звонков и заканчивая заключением сделки.

# СОДЕРЖАНИЕ

10 подсказок по холодным звонкам	7
10 подсказок по обработке входящих звонков	19
10 подсказок по написанию продающих писем	31
10 подсказок по вступлению с клиентом в первый контакт на личной встрече	43
10 подсказок, как провести встречу с клиентом	55
10 подсказок, как провести презентацию	67
10 подсказок, как вести переговоры о цене	79
10 подсказок, как работать с возражениями	91
10 подсказок, как получить заказ	103
10 подсказок, как стать лучшим в продажах	115
Об авторах	127



**10**

**ПОДСКАЗОК**

**ПО ХОЛОДНЫМ  
ЗВОНКАМ**

[www.sandchina.com](http://www.sandchina.com)



1

**«Замостите дорогу» перед холодным звонком.** Отправьте интересующему вас человеку несколько писем по обычной и электронной почте, пару факсов и открытку; только после этого начинайте звонить.

## 2

**Не пытайтесь сразу продавать холодным звонком.** Ваша цель на первом этапе убедиться, что информация, которую вы отправляли перед холодным звонком, дошла, и узнать, сумел ли клиент найти время для ознакомления с ней. Если то, что вы предлагаете, в принципе клиенту интересно — договоритесь о встрече, чтобы поподробнее обсудить это. Телефон — хорошее средство, чтобы отказать. На личной встрече, глядя человеку в глаза, отказать уже не так просто. Поэтому вместо того, чтобы продавать по телефону, добивайтесь встречи.

**3**

**Соберите максимум информации о фирме и о человеке, с которым вы собираетесь говорить. Это добавит вам уверенности, а также поможет лучше понять потребности потенциального клиента.**

4

**Перед холодным звонком убедитесь, что располагаете достаточной информацией по продукту, ценам и условиям поставки.**

Очень непрофессионально, если вы по любому вопросу клиента теряетесь или ищете нужную информацию.

5

**Узнайте, кто принимает решение о покупке.** Спросите секретаря, на чье имя можно выслать информацию по поводу ... (подставьте то, что хотите продать). Если секретарь начнет задавать дополнительные вопросы, спросите: «Это вы принимаете решения по покупке?» В 9 из 10 случаев вам назовут того, кто принимает решение.

6

**Спросите, удобно ли человеку в данный момент разговаривать.**  
Человек не ждал вашего звонка.  
Часто нам говорят «нет» только потому, что заняты в данный момент и хотят поскорее отвязаться.

**7**

**Если вы позвонили не вовремя, спросите, когда можно перезвонить.** Так вы получите преимущество перед следующим звонком: «Здравствуйте, мы договаривались, что я вам позвоню».

8

**Чаще называйте собеседника по имени (имени-отчеству). Это позволяет удерживать его внимание во время телефонного разговора.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

9

**Напишите «сценарий» для холодных звонков.** Изложите на бумаге все: приветствие, как будете представляться, ваши преимущества, возможные возражения и ответы на них. Сценарий поможет справиться с волнением и направить разговор в нужное русло. Но не вздумайте читать с бумаги, этим вы все испортите.

# 10

Что делать, если вам ответили по телефону «У нас все хорошо, нам ничего не нужно, мы уже работаем с другими». Лучшее, что можно на это сказать: «И вы полностью удовлетворены качеством, ценами, сервисом и считаете, что ничего улучшить уже нельзя?»

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**ПО ОБРАБОТКЕ  
ВХОДЯЩИХ  
ЗВОНКОВ**



1

**Ведите себя как консультант, а не как справочная.** Перестаньте просто отвечать на вопросы потенциальных клиентов типа «сколько стоит эта штука?». Задавайте им встречные вопросы. Спросите, как он собирается эту штуку использовать, почему он спрашивает именно про эту модель. Узнайте, какую проблему он хочет решить с помощью этой штуки. Скажите ему, что эту проблему можно решить лучше и быстрее с помощью других штук.

## 2

**Выделитесь из длинного ряда ваших конкурентов.** Если человек звонит вам, вероятно, он также будет звонить и вашим конкурентам. Постарайтесь чем-то выделиться и запомниться. Ведите себя как живой человек, а не робот. Разговорите клиента, установив с ним максимально личный контакт. Покажите, что понимаете его проблемы.

**3**

**Спросите позвонившего, как его зовут. Уточните: «Как мне к вам обращаться?»** Затем называйте человека по имени (или имени-отчеству) как можно чаще. Не забудьте представиться сами!

[www.yadaochina.com](http://www.yadaochina.com)

4

**Пригласите клиента приехать лично к вам.** Скажите, что в назначенное время вы будете ждать его лично. Вам будет приятно его видеть, и вы приложите все усилия, чтобы решить интересующие его вопросы. Клиент скорее предпочтет компанию, где хотят видеть лично его, чем компанию, где хотят видеть только его деньги.

5

**Напроситесь сами к потенциальному клиенту на встречу. Если клиент позвонил в несколько мест, то преимущество может получить тот продавец, который сам приедет к заказчику в офис.**

6

**Никогда не говорите «перезвоните позже».** Если вы не располагаете нужной клиенту информацией, скажите, что перезвоните в течение 10–15 минут, и попросите номер телефона.

**7**

**Реагируйте на запросы быстро.** Перезванивайте максимально быстро. Кто поверит, что вы сделаете поставку в срок, если на простой вопрос клиента не можете ответить в течение 5 часов?

8

**Используйте «удержание вызова».** Если во время разговора вас вдруг отвлекает коллега, нажмите кнопку удержания вызова, а не просто прикрывайте трубку ладонью. Иначе клиент может потерять к вам доверие. Например, услышав в трубке ваш диалог с коллегами про брак или просроченный заказ.

9

**Снимайте трубку после третьего гудка.** Если поднять трубку сразу, можно человека испугать. Если заставлять его долго ждать, он может подумать, что вы и без него очень заняты и не сможете уделить ему должного внимания.

# 10

**Фиксируйте контакты всех тех, кто к вам обратился.** Всегда спрашивайте у них e-mail и телефон. Вам нечего терять, поэтому спрашивайте. Предложите выслать дополнительную информацию. Скажите, что хотели бы уточнить у руководства о возможных скидках и потом перезвонить клиенту. E-mail-адреса всех, кто звонил вам, но ничего не купил, вносите в специальную базу и время от времени информируйте их о новинках и спецпредложениях. Не купили сегодня, возможно, купят потом.

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**ПО НАПИСАНИЮ  
ПРОДАЮЩИХ  
ПИСЕМ**



1

**Используйте заголовки.** Они помогают привлечь внимание к вашему письму. Укажите в заголовке вашу главную выгоду. Пример такого заголовка, который мы сами часто используем для продажи своих тренингов: «Как легко и быстро научиться продавать крупным клиентам».

## 2

**Пишите письма так, как будто разговариваете с человеком один на один. Пишите от первого лица. Не пишите «мы предлагаем», пишите «я предлагаю». Это добавит в письмо больше личного участия.**

3

**Пишите конкретному человеку.**  
Не пишите никогда «уважаемые господа» или «директору». Узнайте, как зовут человека. Используйте имя человека в письме несколько раз.

[www.skladovina.com](http://www.skladovina.com)

4

**Пишите о пользе, которую получит человек.** Люди покупают не сверла, а дырки. И даже дырки им как таковые не нужны, на самом деле людям нужно что-то на стену повесить. Пишите о пользе, а не о характеристиках. Пишите, что человек получит в итоге, купив ваш продукт или услугу.

5

**Пишите простым языком.** Несмотря на то, что вы пишете взрослым людям, даже третьеклассник должен понять, о чем ваше письмо. Жизнь и так тяжела, не нужно усложнять ее еще больше вашим будущим клиентам, отправляя им тяжелые для понимания письма. Используйте короткие предложения: чем короче, тем лучше.



**6**

**Сверстайте письмо так, чтобы его было легко читать.** Используйте короткие абзацы. Через каждые 5–6 абзацев ставьте подзаголовки. Используйте фотографии, маркированные списки, отступы. Избегайте витиеватых шрифтов.

7

**Пишите много.** Как ни странно, чем длиннее текст, тем он лучше продает. Продающий текст — это ваша презентация на бумаге: чем полнее она будет — тем лучше. Поэтому опишите все ваши преимущества, пользу, почему нужно работать именно с вами, отзывы и т. п. Напишите больше, чем нужно, и потом сократите лишнее.

8

**Заканчивайте письмо призывом к действию.** Скажите человеку, чтобы перезвонил вам, написал или приехал в ваш магазин.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

9

**Не отправляйте письмо сразу.**

Дайте ему немного полежать, а потом свежим взглядом еще раз просмотрите его и исправьте недочеты. Многие показывают свои письма детям. Они часто замечают в письмах то, чего не замечают взрослые.

# 10

**Пройдите тренинг копирайтинга.** Ваше письмо — это ваша презентация на бумаге. Научитесь писать письма правильно. Хорошо написанное письмо поможет продать. Плохо написанное письмо может все испортить. Подробную информацию о тренинге копирайтинга в корпоративном формате можно получить на сайте [g-marketing.ru](http://g-marketing.ru).

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**ПО ВСТУПЛЕНИЮ  
С КЛИЕНТОМ  
В ПЕРВЫЙ  
КОНТАКТ НА  
ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧЕ**



1

**Нет двух возможностей оставить первое впечатление.** Продумайте заранее начало разговора. Улыбайтесь — суровое лицо не говорит о наличии ума.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

## 2

### **Установите зрительный контакт.**

Одновременно с приветствием посмотрите человеку в глаза 2–3 секунды. Периодически поддерживайте зрительный контакт в течение всей встречи.

# 3

**Представьте первым.** Скажите, как вас зовут и название компании, которую представляете.

Если вы договорились о встрече по телефону, это не значит, что человек должен вас сразу узнать. Возможно, он ждет нескольких посетителей и вы один из них.

4

**Не протягивайте первым руку.**

Вы можете оказаться в глупом положении, поскольку по бизнес-этикету хозяин решает, здороваться ли за руку. Это правило действует, даже если гость женщина.

5

**Сядьте чуть сбоку от клиента.**

Идеально, если сядете по левую руку от него. Если сядете друг напротив друга, вы можете создать ненужную вам конфронтацию.

[www.skladovina.com](http://www.skladovina.com)

6

**Первым вручите визитку.** Гость визитку дает первым. Убедитесь до встречи, что взяли с собой визитки!

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

7

**Ведите себя уверенно.** Не бойтесь собеседника, даже если он занимает должность выше, чем вы. В конце концов, он всего лишь человек, так же как и вы.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

8

**Если предложили чай, кофе, воду — возьмите воду.** Уровень волнения на первой встрече, помноженный на горячий чай, может вызвать у вас выделение пота. Если это не про вас, то попросите то же самое, что заказал ваш клиент.

9

**Отключите мобильник на время встречи.** По закону Мерфи он может зазвонить в самый ответственный момент встречи.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

# 10

**Одевайтесь и выглядите так, как выглядит продукт высшего качества.** Если хотите, чтобы к вам относились более серьезно, забудьте про джинсы. Как бы нам это ни нравилось, но деловой костюм влияет на первое впечатление. Еще как влияет.

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**КАК ПРОВЕСТИ  
ВСТРЕЧУ  
С КЛИЕНТОМ**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)



1

**Слушайте.** Если не будете слушать, вы будете говорить о своих услугах (не о потребностях клиента) и вообще «про свое». Ваша задача на первом этапе не начать продавать, а определить потребности клиента.

2

**Создайте диалог.** Монолог — худшее, что можно сделать на встрече с клиентом.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

3

**Повторяйте за клиентом ключевые вещи.** Это поможет вам убедиться в том, что вы его правильно понимаете.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

# 4

**Задавайте вопросы.** Вопросы покажут глубину вашего понимания. Они помогут вам не только глубже понять потребности клиента, но и вовлечь его в процесс до такой степени, что вас нельзя будет сравнивать с конкурентами. Задавайте «открытые вопросы». Это те вопросы, на которые нельзя ответить односложно «да» или «нет». Клиент на такой вопрос ответит более развернуто, и вы получите максимум информации.

5

**Внимательно наблюдайте за собеседником.** Его невербалика, выражение лица, поза подскажут вам, нравится ему то, что вы говорите, или нет.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

6

**Консультируйте клиента.** Ведите себя так, как будто вы хотите решить его проблему, а не продать ему что-то.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

7

**Никогда не спешите сказать клиенту «нет».** Все можно обсудить. Иногда пожелания клиентов нестандартные, но это может означать и более высокий гонорар, и профессиональный вызов, и идею для тиражирования. Подстраивайтесь под требования клиента, даже если для этого придется пренебречь некоторыми правилами, установленными в вашей компании, но в итоге это принесет прибыль.

8

**Всегда выясняйте полномочия вашего собеседника.** Спросите, как выглядит система принятия решений в его компании. Спросите, с кем ему еще нужно будет посоветоваться по поводу совершения покупки.

9

**Не обещайте то, чего не сможете выполнить, даже если это означает отказ от заказа.** Лучше иметь довольного клиента и 1000 рублей, чем недовольного и 2000. Стоит ли обещать «воздушные замки» сегодня ради получения заказа, чтобы завтра получить «геморрой» от недовольного клиента и негативные отзывы?

# 10

**Составьте заранее список самых часто задаваемых вам вопросов и ваших правильных ответов на них.** Что говорит вам ваш опыт: по каким причинам ваши предложения принимали/отвергали? Если не знаете ответ — обязательно спросите у тех, кто стал/не стал вашим клиентом. Тогда никакие вопросы клиентов не застигнут вас врасплох.

**10**

**ПОДСКАЗОК**

# **КАК ПРОВЕСТИ ПРЕЗЕНТАЦИЮ**

[www.spelechina.com](http://www.spelechina.com)



1

**Готовьтесь.** Типичная ошибка:  
«У меня презентация готова»,  
«Я это делал много раз».

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

## 2

**Узнайте заранее, кто будет присутствовать на презентации.** Кто на вас будет смотреть и вас слушать? Каковы их потребности? Каковы их ожидания? Для разных людей внутри одной компании у вас должен быть разный набор аргументов. Например, для владельцев бизнеса таким аргументом может быть: «С нами ваша компания заработает (сэкономит) больше денег». Для рядовых сотрудников аргументом может служить фраза: «С нами вам будет легче работать, это облегчит вашу жизнь».

# 3

**Упомяните клиента и его отрасль в презентации чаще.**

В стандартную презентацию добавьте слайды или другие материалы, привязанные к конкретной аудитории. Так люди будут слушать более внимательно.

4

**Не перегружайте аудиторию информацией.** Вы должны передать ключевую информацию: не всю, а только ключевую.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

**5**

**Объясните клиенту наглядно его пользу и выгоду. Покажите графики, расчеты, письма довольных клиентов и т. п.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

6

**Ваша цель — продать.** Всегда помните, что целью презентации является не презентация как таковая, а заключение контракта.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)



7

**Продавайте не товар, а решение проблемы клиента.** С помощью вашего предложения вы можете избавить человека от какой-то проблемы или сделать его более счастливым. Об этом и говорите. Покажите, что чем раньше они купят, тем быстрее избавятся от проблемы или станут счастливее. Используйте для презентации схему «проблема — решение».

8

**Объясните, почему нужно купить именно у вас. Объясните, чем вы лучше конкурентов. Дайте людям рациональные причины, почему им нужно покупать именно у вас.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

9

**Говорите своими словами.** Никогда не читайте слайды или по бумажке, если не хотите, чтобы аудитория через 5 минут вашей презентации уснула.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

10

**В конце презентации предложите возможное продолжение.** Это может быть, например, согласованный список действий (со сроками и исполнителями), дополнительная презентация (узкий круг, узкая тема), пробный контракт и т. п.

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**КАК ВЕСТИ  
ПЕРЕГОВОРЫ  
О ЦЕНЕ**

[www.spechina.com](http://www.spechina.com)



1

**Люди платят за результат и выгоду, а не за товар. А если выгода велика, то за нее не жалко и заплатить больше. Говорите о том, какую выгоду получит оппонент, приобретая то, что вы продаете. Это поможет продавать дороже.**

## 2

**Никогда не путайте факты и предположения, все проверяйте.** Например, если оппонент начинает давить, ссылаясь на другого поставщика, который якобы дешевле, это может быть как правдой, так и блефом со стороны оппонента.

**3**

**Не начинайте снижать цену сразу, если оппонент об этом попросил. Возможно, это просто дежурная попытка поторговаться. Проверьте, а вдруг покупатель купит по заявленной вами цене.**

4

**Вместо снижения цены предложите альтернативу.** Вы можете предложить бесплатные дополнительные услуги, бонусы и подарки, сокращение сроков поставки, увеличенную гарантию и т. п. Всегда лучше получить 100 рублей, чем 90.

5

**Не ведитесь на пустые обещания покупателя.** Если он говорит «А что если я куплю 10 вагонов, какая будет скидка?» — не радуйтесь. Скорее всего, 10 вагонов ему не нужно и он проверяет, какую максимальную скидку вы сможете дать. Вместо того чтобы предложить скидку, задайте уточняющие вопросы: к какому времени ему нужно 10 вагонов, возьмет ли он все 10 вагонов, если договоритесь по цене, и т.п.

6

**Никогда не идите на уступку, не попросив ничего взамен. Используйте гипотетический подход «А если вы сможете пойти на это, то тогда я...»**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

**7**

**Подчеркивайте и делайте значимыми уступки, на которые вы уже пошли.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

**8**

**Скажите с юмором, что ваш оппонент хороший человек и потому вы ожидаете от него шаг навстречу.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

9

**Если на вас начинают давить, возьмите паузу.** Попросите перерыв или вообще предложите оппоненту на время приостановить переговоры для получения инструкций из центрального офиса и дополнительных консультаций. У оппонента могут появиться опасения, что пересмотр может пойти «не в ту сторону».

10

**Все достигнутые договоренности фиксируйте на бумаге. В дальнейшем это позволит избежать разночтений.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**КАК РАБОТАТЬ  
С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**

[www.spishina.com](http://www.spishina.com)



1

**После того как поступило возражение, не отвечайте сразу. Повторите возражение за клиентом, чтобы убедиться, что правильно поняли его.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

## 2

**Покажите, что вы понимаете клиента.** Например, на возражение о том, что у покупателя недостаточно бюджета, скажите, что прекрасно его понимаете, потому что сами недавно были в роли покупателя и вам не хватило денег.

# 3

**Разговаривайте дружески, а не агрессивно.** Старайтесь помочь клиенту разобраться. Не старайтесь доказать клиенту, что его возражение является последствием его незнания или тупости. Ваша цель, чтобы у вас купили, а не доказать, что вы правы. Никогда не говорите клиенту, что он не прав. Помогите ему сохранить лицо.

4

**Не воспринимайте возражение как личную обиду.** Относитесь к нему как к неясности у покупателя по конкретному вопросу. Возможно, за возражением стоит нехватка информации, неверное толкование или предубеждения.

5

**Никогда не спорьте.** Вместо того чтобы спорить с клиентом и утверждать, мягко спросите у клиента, что он думает о... (подставьте ваши аргументы).

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

6

**«Закрывайте» возражения с помощью отзывов.** Пусть реальный человек, ваш покупатель напишет в отзыве: «Я сам раньше думал, что это очень дорого, но, когда приобрел, оказалось, что оно окупает себя в 4 раза».

**7**

**Помогите клиенту определить, что именно ему принесет работа с вами: больше плюсов или минусов. Бывают возражения, которые нельзя оспорить, но можно убедить клиента, что эти минусы несущественны.**



8

**Если приводите аргументы, закрывающие возражение, спросите в конце у покупателя, ответили ли вы на его вопрос.** Тем самым вы ментально подчеркиваете, что на самом деле это было не возражение со стороны клиента, а всего лишь вопрос.

9

**Создайте папку с типичными возражениями клиентов и ответами на них. Это придаст вам уверенности. А если у вас есть два ответа, то вы всегда можете предложить второй, если первый не сработает.**

# 10

Если не знаете, как ответить на возражение, а похоже, что оно очень значимо для вашего клиента, — возьмите тайм-аут. Скажите, что вам нужно выйти. У вас появится дополнительное время, чтобы подумать, а то и посоветоваться с коллегой.

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**КАК ПОЛУЧИТЬ  
ЗАКАЗ**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)



1

**Всегда будьте «оборудованы».**

Имейте с собой все документы, счета, контракты. Будьте готовы заключить контракт в любой момент. Если вам понадобится время на подготовку этих документов, клиент может и передумать.

## 2

**Не предлагайте клиенту большой выбор.** Если у вас имеется целых 10 или 20 моделей (услуг, решений), удовлетворяющих потребности клиента, предлагайте ему на выбор только две. Чем более широкий выбор вы предлагаете, тем больше вероятность, что клиент запутается и ему будет труднее принять решение о покупке.

# 3

**Если клиент еще выбирает, сделайте так, чтобы он проводил с вами больше времени. Если у клиента не четко определен метод принятия решения, то у него будут вопросы, сомнения, пожелания. Выиграет тот, с кем он это будет обсуждать.**

**4**

**Ведите себя так, как будто вы уже получили заказ. Никогда не говорите «Если вы нас выберете, я пришлю вам договор». Говорите «Я пришлю вам договор» и т. д.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

5

**Подчеркните источник срочности.** Сообщите о специальных бонусах и подарках, действующих только в ближайшее время, о грядущем повышении цен или малом количестве товара.



6

**Устраните опасения клиента.**

Дайте конкретные гарантии, объясните, как вы намерены избежать зону риска, приведите примеры.

Покажите отзывы клиентов, которые «закроют» опасения клиентов: «Я сначала думал, что это мне не поможет, но оказалось...»

7

**Будьте смелее.** Если видите по ментальным признакам, что клиент со всем согласен, смело говорите: «Похоже, это именно то, что вам нужно. Когда начинаем?»

[www.skladovina.com](http://www.skladovina.com)



8

**Сделав клиенту окончательное предложение — замолчите.** Это «золотое правило в продажах». Молчите столько, сколько нужно. Ошибка — начать заполнять паузы после окончательного предложения. Если клиент молчит, то, скорее всего, он думает над вашим предложением. Может быть, он думает, каким способом ему заплатить или откуда взять деньги для покупки. Так что молчите и ждите. Если вы начнете говорить после окончательного предложения, это будет выглядеть как оправдание.

**9**

**Если клиент говорит, что ему надо еще подумать, спросите, что именно его смущает, какие вопросы остались незакрытыми.**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

# 10

**Если клиент говорит, что со всем согласен, но не хочет покупать прямо сейчас, спросите, что именно мешает ему принять решение прямо сейчас. Чего именно ему не хватает: данных, денег, полномочий?**

**10**

**ПОДСКАЗОК**

**КАК СТАТЬ  
ЛУЧШИМ  
В ПРОДАЖАХ**

[www.3indchina.com](http://www.3indchina.com)



1

**Будьте честны с клиентами.** Сообщайте им и плохие новости, и хорошие.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

## 2

**Выполняйте свои обещания.** Если пообещали, что поставка будет во вторник, поставьте компанию на уши, чтобы она состоялась во вторник. Станьте адвокатом клиента в вашей компании. Не ссылайтесь на третьих лиц (других сотрудников или поставщиков), которые вас подводят. Это ваша работа — заставить этих третьих лиц выполнить заказ вовремя, а не ссылаться на них клиенту.

3

**Готовьте предложение клиентам по вечерам и выходным. Рабочее время лучше потратить на общение с клиентами «лицом к лицу».**

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

4

**Делайте для клиента даже то, за что вам не платят. Это поможет вывести ваши отношения на новый уровень. Клиенту будет тяжело уйти от вас к конкурентам из-за каких-то пары процентов дополнительной скидки, если вы проявляете о клиенте заботу.**

5

**Найдите продукты конкурента лучше, чем он сам.** Если клиент начнет говорить, что у конкурентов и лучше, и дешевле, вы всегда будете знать, правда это или нет.

[www.skladovina.com](http://www.skladovina.com)

6

**Не сидите на рабочем месте — работайте «в поле».** Надежда на то, что клиенты сами начнут искать вас, еще никого не делала успешным продавцом. Если нет потока входящих звонков — сами идите к клиентам.

7

**Будьте доступны для ваших клиентов.** Если с вами трудно связаться, клиенты, скорее всего, променяют вас, не раздумывая, на кого-то более доступного.

[www.skladovina.com](http://www.skladovina.com)

8

**Сделайте так, чтобы клиенту нравились вы, а не только предлагаемый вами продукт. Когда продукты, услуги и цены у всех одинаковые, то единственный способ выделиться в лучшую сторону — нравиться клиентам больше, чем продавцы у конкурентов.**

9

**Заранее приходите на встречи.**

Однажды мы опоздали из-за пробки на встречу с клиентом, и этот клиент больше никогда с нами не работал. Мы потеряли кучу денег. Не повторяйте нашу ошибку.

10

**Проявляйте упорство.** Для победы нужно много большее, чем просто захотеть.

[www.skladchina.com](http://www.skladchina.com)

# ОБ АВТОРАХ

## Евгений Колотилов, бизнес-тренер

Убежденный сторонник только честных методов продаж и противник любых манипулятивных приемов и методов. Один из самых востребованных в России бизнес-тренеров по продажам.

Имеет за плечами огромный опыт личных успешных продаж в сфере B2B и управления отделом продаж.

Учился у лучших бизнес-тренеров мира, таких как Радмило Лукич, Джим Рон, Эбен Паган (Дэвид ди Анжело), Дэн Кеннеди, Френк Керн, Джей Абрахам, Джо Витале, Джон Карлтон, Джей Конрад Левинсон, Энтони Роббинс, Билл Глейзер, Джо Полиш, Пол Хенли. Преподавал на программе MBA в РУДН и в Институте банковского дела АРБ.

В 2009 году был назван журналом «Управление сбытом» наравне с Радмило Лукичем одним из лучших в России бизнес-тренеров.

Автор книг «Техника продаж крупным клиентам: 111 вопросов и ответов», «Удвоение личных продаж», «Клиенты на халяву».

Проводит корпоративные тренинги для менеджеров по продажам по всей России. Специализация тренингов и семинаров:

- продажи крупным клиентам;
- продажи B2B;
- коммерческие переговоры;
- продающие презентации;
- продажа услуг;
- партизанский (малобюджетный) маркетинг.

Подробную информацию вы можете посмотреть на сайте  
[www.kolotiloff.ru](http://www.kolotiloff.ru)

## Андрей Парабеллум, бизнес-тренер

В миру и внеинтернетной жизни — Андрей Алексеевич Косырин (Andrei Kossyrine). Занимается продвинутыми методиками организации, маркетинга и массовой продажи услуг, товаров и информационных продуктов. Убежденный сторонник практических навыков против теоретических знаний. Владелец и собственник двух различных бизнесов: производство и продажа биометрических систем учета рабочего времени (Канада) и консалтингового проекта Infobusiness2.ru (Москва).

Автор ряда популярных книг бизнес-тематики (в том числе таких бестселлеров, как «Бизнес и ЖЖизнь: Правда, о которой не говорят» и «Бизнес без правил: Как разрушать стереотипы и получать сверхприбыль»).

Живет и работает в Торонто (Канада), Орландо (США) и Москве (Россия).

Автор и разработчик:

- методики организации, упаковки и монетизации своих знаний, опыта, связей и навыков (инфобизнес);
- методики двухшаговых продаж;
- комплексной методики удвоения продаж через агрессивную работу с ключевыми индикаторами;
- методики конвейеризации отдела маркетинга и отдела продаж;
- методики работы с VIP-клиентами и премиум-сегментами рынка;
- методики организации и автоматизации бизнеса;
- многошаговой методики «Продажа без продажи» автоматической продажи продукта или услуги без принятия решения о покупке;
- первой в России методики продаж со сцены во время публичных выступлений.

Подробную информацию вы можете посмотреть на сайте  
[www.infobusiness2.ru](http://www.infobusiness2.ru)





Вы бы хотели иметь на расстоянии вытянутой руки шпаргалку, написанную успешным профессиональным менеджером по продажам?



Теперь у вас такая возможность есть!

## 100 ПОДСКАЗОК МЕНЕДЖЕРУ ПО ПРОДАЖАМ

- по холодным звонкам
- по обработке входящих звонков
- по написанию продающих писем
- по вступлению с клиентом в первый контакт на личной встрече
- как провести встречу с клиентами
- как провести презентацию
- как вести переговоры о цене
- как работать с возражениями
- как получить заказ
- как стать лучшим в продажах

ISBN 978-5-9614-1746-3



9 785961 417463

ООО «АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР»

заказ книг (495) 980-80-77  
и на сайте [www.alpinabook.ru](http://www.alpinabook.ru)

мы на **facebook**  
[www.facebook.com/alpinabook](http://www.facebook.com/alpinabook)