

Зиглар 3.

Искусство продаж/Пер. с англ. С. И. Ананин; Худ. обл. М. В. Драко.— Мн.:
ООО «Попурри», 2002.— 416 с.— (Серия «Бизнес — нестандартно!»).
ISBN 985-438-650-3.

Книга обеспечивает широкому кругу заинтересованных читателей самое близкое знакомство с передовыми и эффективными методами сбыта промтоваров, продуктов питания и услуг.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Эксперты, внесшие вклад в создание этой книги..... 4

Спасибо!.....5

Введение9

Обратимся к «новым» основам — основам, составляющим вечные истины, касающиеся и нашего времени. Методы и процедуры продажи, которые увеличивают как ваш осязаемый доход (финансовые ресурсы), так и ваш неосязаемый доход (качество жизни). Как оставаться «зеленым и растущим» вместо того, чтобы становиться «зрелым и гнивающим». Три причины написания новой книги Зига Зиглара о продажах: постоянное изменение облика продавца, потребность развития «целостного» подхода к профессии, а также рождение новых принципов, которым можно научиться у «голубых воротничков», «белых воротничков» и работников без воротничков. Как - использовать эту книгу, чтобы добиться успеха.

ГЛАВА ПЕРВАЯ. ВЫ СДЕЛАЛИ ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР21

Карьера в древнейшей из профессий

«Самая древняя» из профессий по-прежнему самая великая. Важность личной приверженности стремлению стать «законченным продавцом-профессионалом». Выгоды выбора профессии, связанной с продажей: независимость, множество возможностей (они рождаются при ответственном отношении к независимости), решение проблем (специалист по продажам, как герой, помогает другим), безопасность (всегда в работе, укрепление семейных уз), общение (умение понять других людей). Торговля — действительно гордая профессия!

ГЛАВА ВТОРАЯ. ПРОДАЖА НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ..... 37

Десятилетие технологий

Высокие технологии предъявляют высокие требования. Честность и порядочность в торговле. Новый тип специалиста по продажам. Формальное образование и школьный опыт. Перемены и технологии. Жизнь в «безбумажном» обществе. Совмещение старых принципов и новых технологий. Как важно выслушивать клиента и пять шагов к общению. Женское воздействие на торговлю и потребительский рынок. Доверие, самолюбие, надежность и успех.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ. КАК НАЙТИ ЖЕЛАЮЩЕГО КУПИТЬ..... 59

Как преуспеть в бизнесе продаж

Важность работы по расширению круга потенциальных клиентов для специалиста по продажам. Выработка соответствующего отношения к этому вопросу; «Что, как, когда, кто и где» в деле поиска клиентов. Принцип поставки потенциальных клиентов: ОНП. Общение: центры влияния, отчеты о результатах, ценность услуг. Наблюдение: орлиная зоркость в поиске потенциальных клиентов, вовлеченность сообщества. Преданность: «грех пустыни», потенциальные клиенты — товар скоропортящийся! Как это обеспечить.

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. ПРОДАЖИ В РЕАЛЬНОМ МИРЕ..... 79

Как справиться со страхом перед общением с клиентами

Нежелание работать с клиентами — естественное явление. Беспокойство ведет к

зарабатыванию большего количества ; денег. Семь шагов к устранению страха: принятие на себя ЛИЧНОЙ ответственности, передача соответствующих чувств, получение от других того, что вы хотите, за счет помощи другим получить то, чего хотят они, «укрощение» телефона, планирование/подготовка/расчет на победу, принятие соответствующего графика. Как производить наилучшее впечатление о себе как продавце-профессионале. Оказываться лицом к лицу с клиентурой в одно и то же время каждый день.

ГЛАВА ПЯТАЯ. ПРОДАВАТЬ НЕ ПО СЛУЧАЮ, А ПО РАСЧЕТУ..... 105

Рецепт опыта успешных продаж

Выработка навыков успешной продажи. «Домашние заготовки» и планирование презентации. Четыре шага, которые должен предпринимать каждый преуспевающий специалист по продажам. Анализ потребности: «рентгеновское просвечивание» Потенциального клиента — какое важное качество в клиенте стоит учитывать». Зондирование вопросом типа «Куда девается белизна, когда тает снег?». Осознание потребности: для специалиста по продажам и потенциальных клиентов — как помочь потенциальным клиентам понять, где и в чем у них отсутствует уравновешенность. Решение потребности: руководствуйтесь потребностью — все слушают радиостанцию ЧВЭДМ (*Что В Этом Для Меня?*). Удовлетворение потребности: ВОСПОЗ — Всегда Обращайтесь с предложением Оформить Заказ!

ГЛАВА ШЕСТАЯ. ИЩИТЕ ОТВЕТЫ В ВОПРОСАХ..... 131

Начало анализа потребностей

Завоевание доверия с помощью вопросов. Мотивация и манипуляция. Вопросы, рассчитанные на выяснение мыслей и чувств. Сочетание эмоций и логики. Рисование живых словесных картин. Вопросы «с открытой дверью» — «откройте кран, и пусть потенциальный клиент свободно выскажет все, что у него на душе». Вопросы «с закрытой дверью» — «закройте кран, и удерживайте клиента в рамках определенного круга вопросов». Самое недооцениваемое средство ведения продаж — голос продавца. Вопросы «да» и «нет» — уловите специфику, задав вопросы, требующие ответов «да» или «нет».

ГЛАВА СЕДЬМАЯ. ДРУЖЕСКИЙ «ДОПРОС» ... 153

Как превратить интервью в комфортную беседу

Клиент: вид «изнутри». Формула ЛОЦП ведения беседы: получение представления о потенциальном клиенте как о Личности, изучение информации об Организации, выявление Делей клиента, понимание препятствий к достижению его личных и профессиональных целей. Четыре типа личности. Определите свой тип, а затем присмотритесь к типу потенциального клиента.

ГЛАВА ВОСЬМАЯ. КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ОГНИ ПРОДОЛЖАЛИ ГОРЕТЬ 179

Осознание Потребностей для профессионала продаж и потенциального клиента

Профессиональный специалист по продажам должен видеть потребность. Как сделать, чтобы потенциальный клиент осознал наличие потребности. Потребности и их внешние

признаки. Закон гомеостаза; важные сферы познания: продукт, производство, ценообразование, применение, конкуренция; выявление сфер отсутствия равновесия. Воссоздание равновесия.

ГЛАВА ДЕВЯТАЯ. ПРОДАЖА РЕШЕНИЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ 201

Исходите из потребности

Ваш продукт и потребности потенциального клиента. Успешное проведение презентации. «Что вы продаете?». «Что в действительности покупает клиент?». Особенность: информация о том, что представляет собой продукт. Функция: информация о том, что делает продукт; достоинство: то, из-за чего потенциальный клиент стремится получить продукт. Победители продают достоинства.

ГЛАВА ДЕСЯТАЯ. АЗБУКА ЗАВЕРШАЮЩЕЙ СТАДИИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ СДЕЛОК 223

Всегда обращайтесь с предложением оформить заказ

Кто не просит, тот не ест; 4 % специалистов по продажам зарабатывают 60% всех комиссионных (как войти в эту группу). Различайте отказ от продукта и неприятие вашей личности. Способы завершения сделок с балльной оценкой шансов и подведением итога. Три конкретных (гарантированных) способа завершения заключения сделок для вас!

ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ. КАК ПРОДАВАТЬ БОЛЬШЕ И ЧАЩЕ 249

Метод преодоления возражений и более частого заключения сделок ВППЭП

Возражения — лучшие друзья продавца-профессионала. Как перейти от «нет» к «да», предоставив нужную информацию. Метод преодоления возражений. Расспросы по поводу возражений. Как убедиться, что мы правильно понимаем возражение. Симпатия и сочувствие при преодолении возражений. Тестирование возражений. Преодоление возражений типа «пыль гориллы». Проверка возражений, помогающая преодолеть негативную реакцию. Как реагировать на конкретные возражения. Преодоление возражений, высказываемых по телефону. Типичные возражения и способы их преодоления. Как реагировать на возражения, касающиеся цены.

ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ. ОТ УСЛУГИ КЛИЕНТУ К ЕГО УДОВЛЕТВОРЕНИЮ 269

Доводите ли вы дело до конца?

Как перейти от обслуживания клиентов к их удовлетворению. Превентивное средство, позволяющее избежать неудовлетворенности клиента. Сервис — наш лучший товар. Можете ли вы позволить себе иметь неудовлетворенных клиентов? Контролирование эмоций. Как покинуть кратер «вулкана» гнева до того как произойдет его извержение. Конкретные методы общения с раздраженными клиентами. «А что, если они начнут меня оскорблять?» Единственно возможная стратегия обслуживания.

ГЛАВА ТРИНАДЦАТАЯ: ПРЕЛЕСТИ ДОРОГИ 291

Миф о профессии специалиста по продажам

Правильная точка зрения на жизнь в дороге. Правда о путешествиях: разнообразие, конкурентоспособность, возможность повышения уровня образования, физическая

подготовка, уединение, время для творчества. Опасности пути: доктор Джекил и мистер Хайд; диванный синдром, не пытайтесь откусывать больше, чем можете проглотить, общение; «отъезд» (как уезжать от своих любимых). «Декомпрессия»: ^s возвращение к тем, кого любим. Радость путешествий.

ГЛАВА ЧЕТЫРНАДЦАТАЯ: СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ ПРОДАЖ..... 313

Как сотрудники компании и члены семьи могут помочь в становлении вашей карьеры

Как работать с «внутренними» клиентами — персоналом своего офиса. Как научиться любить тех, кто не достоин любви. Есть ли альтернатива честности, вовлечение в свой успех других людей. Четыре шага к финансовой свободе. Семья и успех в торговле. Детей тоже нужно вовлекать.

ГЛАВА ПЯТНАДЦАТАЯ: ОРГАНИЗОВАННОСТЬ И ДИСЦИПЛИНА..... 337

Овладение умением распоряжаться своим временем и жизнью

Как стать профессионалом, не упускающим ни единого шанса. Звездный час. Блокнот самоанализа — способ научить себя добиваться успехов в продажах. Что делать, если компания ожидает от вас слишком многого. Как регистрировать ход своей деятельности и ее результаты. «Секрет» каждого преуспевающего специалиста по продажам — создание «источника» (организация «конвейера»).

ГЛАВА ШЕСТНАДЦАТАЯ: КАК ПОНЯТЬ ЧЕЛОВЕКА..... 359

Постарайтесь правильно понять человека вообще, тогда вы правильно поймете человека, занимающегося продажей

Как стать «тем, что надо» человеком для «нужного» потенциального клиента. Сначала поймите правильно человека.

Эмоциональное здоровье. Три шага, направленные на поддержание эмоционального здоровья. Физическое здоровье и конкретные «ноу-хау»! Как справиться с тиранией срочности. Как устранить яды, способные погубить вашу Карьеру в торговле. Выработка и поддержание соответствующей психологической установки по отношению к торговле. Причины, по которым люди говорят вам «нет» Почему вы сможете успешно продавать в будущем. Самый важный фактор успеха в торговле — доверие. Все заняты продажами.

ПРИЛОЖЕНИЕ..... 391

ЭПИЛОГ..... 397

БИБЛИОГРАФИЯ405