

Завадский М.

Мастерство продажи. - СПб.: Питер. 2008. — 236 с: ил. — (Серия  
«Продажи на 100%»)

*Книга основана на методике обучения торгового персонала, опробованной автором в более чем 80 компаниях. Что такое продажа? Какова роль продавца? Как выстроить взаимоотношения с клиентом, как преодолеть страхи потенциального клиента? Что такое «язык выгоды»? Об этом и о многом другом вы узнаете, прочитав эту книгу.*

## Содержание

Предисловие

Вступление

Введение в продажу

Качества успешного продавца

Желание и готовность работать в продаже

Вера в продаваемый вами продукт (товар/услугу)

Положительное (позитивное) отношение

Готовность постоянно учиться

Знание своего продукта

Умение фокусироваться на том, что делаете

Честность

Настойчивость

Забота о клиенте

Распространенные ошибки торгового персонала

Отношение к клиенту как к противнику или сопернику

Игнорирование поиска новых клиентов

«Потеря интереса» к клиенту после получения денег ....

Недооценка клиента

Суждение о клиенте по внешнему виду

Нежелание слушать клиента

Давление на клиента: «купи, купи»

Нежелание просить у удовлетворенного клиента рекомендацию для контакта

Обсуждение с потенциальным и/или новым клиентом запретных тем

Критика и/или унижение конкурентов

Кто такой потенциальный клиент?

Роли, выполняемые людьми в организациях

Основы построения взаимоотношений с клиентами

Основы невербального общения (язык телодвижений)

Страхи клиента

Типы личностей клиентов

Смелый (холерик)

Искренний (меланхолик)

Дружелюбный (сангвиник)

Компетентный (флегматик)

Язык выгоды

Умение слушать

Вопросы в продаже

Категории вопросов:

Эффективная презентация

Основные законы проведения презентации

Возражения и отговорки

Продажа группе людей

«Сигналы покупки»

Использование телефона в продаже

Законы делового общения по телефону

Назначение встречи по телефону

Основы обслуживания клиентов

Основные рекомендации по эффективному обслуживанию клиентов

Разрешение конфликтных ситуаций с клиентами

Статистика о клиентах

О недовольных клиентах

От одного вашего клиента о вас узнают

Послесловие

Библиография