

**Иванов Н., Рязанцев А., Антипин А.**

Общение на результат. Как убеждать, продавать и договариваться. — СПб.: Питер, 2017. — 256 е.: ил. — (Серия «Практика лучших бизнес-тренеров России»).

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ . . . . .	9
Почему мы решили написать эту книгу. . . . .	9
Пять рекомендаций, как извлечь максимум из книги. . . . .	10
ВВЕДЕНИЕ. ПРИНЦИП КОММУНИКАЦИЙ . . . . .	11
Проблемы клиентов, или Почему клиенты обманывают? . . . . .	13
Риски, связанные с покупкой вашего решения. . . . .	14
ГЛАВА 1. ВСЕ, ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О ЛЮДЯХ . . . . .	15
Четыре психотипа, или Как определить характер человека. . . . .	16
Аналитики. . . . .	16
Драйверы. . . . .	19
Дружелюбные. . . . .	21
Экспрессивные. . . . .	22
Что на самом деле нужно людям. . . . .	26
Деньги. . . . .	28
Комфорт. . . . .	29
Безопасность. . . . .	30
Статус. . . . .	31
Как понять, что действительно важно человеку. . . . .	32
Как люди воспринимают окружающий мир. . . . .	34
ГЛАВА 2. ПРОВЕРЕННЫЕ МЕТОДЫ ВЛИЯНИЯ НА СОБЕСЕДНИКА . . . . .	45
Как выиграть любые переговоры. . . . .	46
Метод «Выматывание щуки». . . . .	50

Метод Коломбо. . . . .	53
Метод «Бутерброд». . . . .	54
Как вести переговоры о цене. . . . .	56
Как сделать предложение, от которого невозможно отказаться. . . . .	60
Виды гарантий. . . . .	61
Что делать, если клиент требует скидку. . . . .	63
Статья Людмилы Сарычевой «Слушайте внимательно». . . . .	64
Что мы делаем не так. . . . .	64
Почему так поступаем. . . . .	66
Что делать?. . . . .	67
Когда это не подходит. . . . .	70
Статья Людмилы Сарычевой «Пять правил переговорщика». . . . .	71
Думайте о пользе. . . . .	71
Не болтайте. . . . .	73
Убедитесь трижды. . . . .	75
Забудьте о плане «Б». . . . .	78
Не держитесь за результат. . . . .	81
Как подобрать правильную аргументацию для клиента. . . . .	82
Как превратить сухие характеристики в выгоды. . . . .	87
Завершение переговоров. . . . .	90
Как работать с возражениями. . . . .	93
Как отличить истинные возражения от ложных. . . . .	95
Пошаговый алгоритм отработки возражений и претензий. . . . .	96
Общие рекомендации при работе с возражениями и претензиями. . . . .	98
Как работать с сопротивлением изменениям. . . . .	103
<b>ГЛАВА 3. ПИСЬМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ. . . . .</b>	<b>109</b>
Основная проблема письменных коммуникаций. . . . .	110
Копирайтинг. Как писать убедительно. . . . .	111

Общение по электронной почте . . . . .	114
Общение в мессенджерах . . . . .	119
Слепая десятипальцевая печать . . . . .	120
Регламенты и инструкции . . . . .	121
Какие проблемы возникают, если у вас нет инструкций . . . . .	122
Экономия времени руководителя . . . . .	122
Как написать инструкцию . . . . .	123
Проще — всегда лучше: принципы эффективной регламентации . . . . .	134
Коммуникации в социальных сетях . . . . .	146
Что такое SMM. Его преимущества . . . . .	146
Правила работы в социальных сетях . . . . .	149
Показатели эффективности маркетинга в социальных сетях . . . . .	151
Как монетизировать соцсети . . . . .	153
Что выбрать — группу или паблик? . . . . .	154
<b>ГЛАВА А. КОММУНИКАЦИИ В КОМАНДЕ . . . . .</b>	<b>155</b>
Роли в команде. Как создать идеальную команду на примере бизнес-сказки «Посадил дед репку» . . . . .	156
Трудоголик (рабочая пчелка) . . . . .	159
Герой (мотиватор) . . . . .	160
Прагматик (координатор) . . . . .	161
Генератор идей . . . . .	162
Поисковик . . . . .	162
Аналитик . . . . .	164
Контролер . . . . .	165
Вдохновитель . . . . .	165
Практическое применение теории командных ролей . . . . .	175
Публичное выступление: подготовка, эффективные техники . . . . .	180
Подготовка . . . . .	180
Настройка . . . . .	181

Приветствие и самопрезентация . . . . .	182
Интерактив . . . . .	182
Каналы восприятия . . . . .	183
Как проводить эффективные совещания и летучки . . . . .	184
Пример регламента еженедельного собрания . . . . .	188
Пример регламента совещаний. Схема проведения эффективных совещаний . . . . .	190
Статья Екатерины Сехиной «Секреты знаменитых переговоров. Как проводить полезные совещания» ..	191
Отрицание пустоты . . . . .	192
Сокращение сущностей . . . . .	194
Назначение переменных . . . . .	196
Сумма слагаемых . . . . .	198
Проверка на практике . . . . .	200
Готовое решение . . . . .	201
Как ставить задачи, которые выполнят на 100 % . . . . .	203
Пять критериев, которые нужно учитывать при постановке задач . . . . .	209
Три основные причины, почему выполнение задач срывается . . . . .	214
Причина 1. Забыл . . . . .	214
Причина 2. Не так понял, хотел как лучше . . . . .	215
Причина 3. Не смог . . . . .	215
Статья Людмилы Сарычевой «Эффективная задача». . . . .	216
Участники . . . . .	216
Описание задачи . . . . .	217
Обсуждение . . . . .	219
Дедлайн . . . . .	220
Алгоритм . . . . .	221
Статья Максима Ильяхова «Как ставить задачи»	222
Проблема, а не приказ . . . . .	223
Задачи-приказы . . . . .	223
Задачи-проблемы . . . . .	224

Правильная задача . . . . .	225
В жизни . . . . .	227
Полная совместимость . . . . .	227
Системы постановки задач . . . . .	228
Как они работают . . . . .	228
Постановка задач себе . . . . .	231
Как начать внедрение системы постановки задач . . . . .	232
<b>ГЛАВА 5. СВЯЗИ И ЗНАКОМСТВА . . . . .</b>	<b>233</b>
Нетворкинг. Как завести полезные связи и знакомства . . . . .	234
Правило 1. Чаще выходите в свет . . . . .	234
Правило 2. Станьте экспертом . . . . .	235
Правило 3. Экономьте визитки . . . . .	237
Правило 4. Чаще будьте бескорыстными . . . . .	239
Есть ли польза от торгово-промышленных палат и объединений предпринимателей? . . . . .	240
Для чего надо вступать в ТПП . . . . .	241
Как извлечь максимальную пользу от членства в ТПП и ассоциациях . . . . .	245
Три ошибки общения с чиновниками . . . . .	245
Ошибка 1. Ориентироваться на внешность . . . . .	246
Ошибка 2. Ориентироваться на должность . . . . .	247
Ошибка 3. Недооценивать чиновника . . . . .	248
Общие рекомендации . . . . .	249
<b>ОБ АВТОРАХ . . . . .</b>	<b>254</b>