

СОДЕРЖАНИЕ

О книге	IX
Отзывы о книге	XI
Об авторе	XIII
От автора	XVI
Предисловие	XVII
Введение	XX

Глава первая

Общая подготовка

перед выходом в торговый зал	1
• Не слишком веселое занятие	2
• Обслуживание покупателей	4
• Четыре «профессии» профессионального продавца	21
• Ежедневная предварительная проверка	27
• Важные мысли и ключевые моменты	35

Глава вторая

Начало продажи	37
• Поведение людей основано на их реакции	37
• Негативная реакция с самого начала	38
• Первейшая задача в начале продажи — преодолеть сопротивление	39

• Приемы, используемые в начале	40
• Первые шаги	45
• Ближе к делу: переход	49
• Работа с двумя покупателями одновременно	59
• Как вы начинаете?	61
• Важные мысли и ключевые моменты	62

Глава третья

Выяснение потребностей	65
• Открывайте как можно больше дверей	65
• Знание — сила	66
• Выясняющие вопросы	71
• ВОП	79
• Логическая последовательность	81
• «Переключение» покупателя на другой товар или продажа того, что у вас имеется	86
• Важные мысли и ключевые моменты	91

Глава четвертая

Демонстрация	94
• Демонстрация является следствием того, что вы узнали во время выяснения потребностей	94
• Продажа необходимой покупателю ценности	98
• Создание желания обладать	103
• О всем необходимом	107
• Лучшее демонстрационное средство	111
• Как не попасть в ловушку сравнения	121
• Когда эксперт «убивает» сделку	125
• Важные мысли и ключевые моменты	129

*Глава пятая***Пробное завершение**

(Также известное как завершение с допустимым предложением дополнительного товара)	132
• Пугающее завершение	133
• Предложение дополнительного товара	138
• Построение пробного завершения	145
• Важные мысли и ключевые моменты	153

Глава шестая

Как справиться с возражениями	156
• Метод проб и ошибок	157
• Почему возникают возражения	158
• Работа с покупателем	163
• Выуживание	168
• Как справиться с возражением относительно цены	171
• Важные мысли и ключевые моменты	180

Глава седьмая

Завершение продажи	182
• Намерение — все	183
• Начало	184
• Основные приемы завершения	186
• Как справиться с просьбами о скидке	198
• Передача продажи другому продавцу	201
• Сигналы о готовности купить	206
• Важные мысли и ключевые моменты	208

Глава Восьмая

Подтверждения и приглашения	211
• Раскаяние покупателя	212
• Подтверждение: закрепление продажи	216
• Приглашение: предложение повторного визита	218
• Создание вашей персональной торговой сети	225
• Важные мысли и ключевые моменты	233
<hr/>	
Заключительные мысли	236
Приложение. Тренинги в области розничной торговли	238

ПРЕДИСЛОВИЕ

Мало кому из современных профессионалов приходится так же быстро реагировать на изменения в потребностях покупателей, как это делают профессионалы в области розничной торговли. То, что вчера продавалось быстро, например горячие пирожки, завтра может осесть мертвым грузом. Это же справедливо и в отношении методики розничной торговли, которая когда-то творила чудеса, но в нашем быстро меняющемся обществе теперь может привести к плачевным результатам, особенно с искушенными и умудренными опытом покупателями, которые все это видели и все это слышали.

Если вы используете устаревшую методику или не понимаете психологию покупателей, ваши способности зарабатывать деньги, карьера и благополучие оказываются под угрозой. В отсутствие нужных методик и инструментов рынок может быстро превратиться в безжалостную машину, которая перемелет вас и выбросит за ненадобностью. Текучесть кадров в розничной торговле является самой высокой среди всех отраслей или профессий.

Познакомьтесь с Гарри Дж.Фридманом, президентом расположенной в Лос-Анджелесе фирмы The Friedman Group, за-

нимающейся обучением навыкам управления и продаж в розничной торговле. В тридцать с лишним лет Гарри сделал свою обучающую фирму одной из самых успешных в этой отрасли.

В видеопрограммах и на презентациях, которые пользуются успехом в Северной Америке и Европе, а также в данной книге Гарри отмечает общепринятые установки о том, что требуется для достижения успеха в розничной торговле. Вместо этого он предлагает определения, опирающиеся на доказанные и эффективные методы, которые были созданы им лично в результате многолетних исследований, изучения и получения опыта из первых рук.

Книга сэкономит ваше время и уберезет от отчаяния. Гарри является мастером розничной торговли и обучения в этой области. Но что еще важнее, он один из тех одаренных людей, которые обладают уникальной способностью передавать свои знания в легкой и весьма доступной форме. Ему нравится помогать профессиональным продавцам, а им нравится его слушать. Теперь они смогут получить удовольствие, еще и читая его учение.

Начав с того, что нужно делать перед тем, как покупатели войдут в магазин, затем рассмотрев критические моменты, приводящие к осуществлению продажи, и предложив обучение уже после осуществления продажи, Гарри целенаправленно приводит нас к тому, что нужно знать, чтобы ежедневно повышать объемы продаж независимо от того, чем вы торгуете.

Гарри хочет, чтобы вы добились успеха, и в своей книге рассматривает все возможные препятствия, предлагая одновременно продуманную инструкцию и увлекательное чтение. Он делится своими ценными методиками в отношении работы с клиентами, знакомит с ключевыми фразами, правильными жестами и эффективным поведением, чтобы быстро перетянуть клиента на свою сторону. Кроме того, Гарри раскрывает, о чем думает покупатель, что он хочет видеть и в чем хочет убедиться.

Одним словом, его понимание и объяснение психологии покупателя — это нечто выдающееся. При помощи реальных диалогов, ведущихся за прилавком, продвигаясь от простого

к сложному, Гарри объясняет суть эффективной розничной торговли в современном мире.

Если вы прочитаете эту книгу, ваша карьера пойдет в гору. Вот увидите, вы будете снова и снова перелистывать ее страницы, чтобы извлечь все золотые крупички знаний Гарри. Если вы занимаетесь розничной торговлей или любой другой деятельностью, где важно уметь влиять на других людей, эта книга станет для вас не просто руководством, а шансом навсегда изменить ваши жизненные позиции.

Ричард Эрхарт,
бывший исполнительный вице-президент
InterTAN (Radio Shack International)