

Оглавление

Суперклей (вместо предисловия)	7
Чем полезна и уникальна книга	10
«Боевое крещение» Сергея Плечкова	14

ЧАСТЬ 1. ПРОДАВЕЦ И ПОКУПАТЕЛЬ: ТИПЫ, ОСОБЕННОСТИ, ВЗАИМООТНОШЕНИЯ

Раздел 1.1. Продавец под микроскопом	18
Глава 1. Девять кругов коммерческого ада	18
Глава 2. Кто такой «продавец на миллион»	29
Глава 3. Светлое будущее, или Шесть наград для успешного продавца	33
Глава 4. Ускорение, аэродинамика, управляемость и скорость продаж	41
Глава 5. «Белая» классификация продавцов	43
Глава 6. «Черная» классификация продавцов	53
Раздел 1.2. Покупатель под микроскопом	56
Глава 7. Покупатель всегда прав! Или нет?	56
Глава 8. «Белая» классификация покупателей	57
Глава 9. «Черная» классификация покупателей	62
Глава 10. «Карта мира клиента» — принцип формирования потребностей	66

[>>> Купить книгу на сайте kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua)

Глава 11. Мало и дешево vs много и дорого	70
Глава 12. Функционал и эмоции в покупках	74
Раздел 1.3. Фундамент адекватных активных продаж	79
Глава 13. Кирпич 1: четыре типа продаж	79
Глава 14. Кирпич 2: отложенные продажи — визит сейчас, деньги потом	85
Глава 15. Кирпич 3: модель неизбежных продаж	87
Глава 16. Кирпич 4: X-система vs «Пирог продаж»	91
Глава 17. Кирпич 5: три главные задачи адекватного активного продавца	94
Глава 18. Кирпич 6: модель «1 = 500»	98
Глава 19. Кирпич 7: мистер ЧСМ — кошмар для покупателя и счастье для продавца	99
Глава 20. Кирпич 8: модель КЧ — ЧЧ («компания — человек» — «человек — человек»)	103
Глава 21. Кирпич 9: шкала адекватности	107
Глава 22. Кирпич 10: золотая ценовая середина	114

ЧАСТЬ 2. ТОРГОВАЯ СИСТЕМА «АДЕКВАТНЫЕ АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ»

Раздел 2.1. НОРД (налаживание отношений и развитие диалога): технологии, способы, скрипты	118
Глава 23. Знакомство с клиентом: цели, страхи, проблемы	118
Глава 24. Технология пассивного знакомства	126
Глава 25. Технология активного знакомства	130
Глава 26. Нейтральные вопросы	137
Глава 27. Скрипт НОРД	143
Раздел 2.2. Исследование «карты мира клиента» — выявление, создание, усиление потребностей	159
Глава 28. Психология работы с вопросами	159
Глава 29. Вопросы начального и продвинутого уровня	166

Глава 30. ОВМ — объемное вопросное мышление. Работа с торговыми ситуациями.	189
Глава 31. Основы работы с потребностями. Принцип формирования мнения клиента.	201
Глава 32. Модель «Юзер, платательщик, советчик, компаньон»	205
Глава 33. Матрица вопросов: прошлое, настоящее, будущее (ПНБ-матрица)	210
Глава 34. Усилители работы с потребностями.	253
Глава 35. Модель «А что вы порекомендуете?».	264
Раздел 2.3. Презентация продукта: аргументация, демонстрация, описание, сравнение	
Глава 36. Преимущества компании, или Ответ на вопрос: а почему именно у вас, а не у конкурента?	276
Глава 37. Продающие истории	287
Глава 38. Метод прямого сравнения конкурирующих позиций.	300
Глава 39. Продающее описание продукта (ХВР-цепочка).	313
Глава 40. Профессиональный подход к презентации продукта	329
Раздел 2.4. УЧКС — увеличение чека по количеству и сумме.	
Глава 41. Психология УЧКС.	341
Глава 42. Формулы УЧКС	345
Глава 43. Способы УЧКС	348
Раздел 2.5. Работа с СОВами (сомнениями, отказами, возражениями)	
Глава 44. Кто такие СОВы	355
Глава 45. Три типа СОВ: «Антиговоритель», «Антипониматель», «Антипокупатель»	361
Глава 46. Трехшаговый алгоритм работы с возражениями.	365

Раздел 2.6. Принятие решения — покупка, вывод, договор . . .	384
Глава 47. Барьер принятия решения	384
Глава 48. Технология «Мягкое принятие решения»	390
Глава 49. Обязательные процедуры и сбор контактов . . .	398
Мечты-бомжики (вместо заключения)	403
Рецензии и отзывы о книге.	405
Об авторе.	414

Суперклей (вместо предисловия)

Если вы откроете газету с вакансиями или зайдете на любой интернет-ресурс с объявлениями о поиске сотрудников, то в глаза сразу бросится закономерность: раздел «Требуется продавцы и менеджеры по продажам» — самый обширный по количеству вакансий. Даже микробизнесу нужны продавцы-консультанты, менеджеры по продажам, менеджеры по работе с клиентами, операторы телефонных продаж, партнеры в компании сетевого маркетинга, аккаунт-менеджеры, торговые представители и еще несколько десятков вариаций должностей, которые вращаются вокруг одной темы — работа с клиентами.

Почему компании готовы держать в штате пять лишних продавцов, но не готовы держать одного лишнего бухгалтера? Потому что продавец — это человек, который протягивает мост через пропасть гиперконкуренции.

В эпоху одинаковых цен, похожего ассортимента, переизбытка предложения и ограниченного спроса продавец своими действиями помогает клиенту сделать сложный выбор в пользу того или иного товара, услуги, магазина, поставщика. Продавец — это клей и цемент бизнеса, вместе взятые.

Наверняка вы знаете, что такое суперклей. А кто проводил на себе такой эксперимент: капаем на указательный палец каплю суперклея

[>>>](http://kniga.biz.ua)

и сильно прижимаем указательный палец к большому? Итог — через 1,5–2 секунды пальцы практически невозможно разжать без повреждения кожи (ни в коем случае не повторяйте этот опыт). Эффект от работы профессионального продавца аналогичен действию суперклея. Продавец коснулся клиента, подержал его две секунды в разговоре, и клиент «прилип». Он уже не может уйти просто так, без покупки или обещания «хотя бы подумать».

А теперь представим, что вы руководитель розницы в сети магазинов. Вроде бы все хорошо — торгового персонала хватает, стажеры есть (спасибо эйчару), но продажи не самые высокие. А если точнее, то низкие. Генеральный директор уже косится в вашу сторону, и фраза «Мы только недавно открылись, клиенты нас не знают, подожди, вот еще пару месяцев и эх-х-х!» уже не работает.

Вместо результатов в виде выполненного плана в голове тысячи вопросов, которые начинаются с фразы «как научить продавца...»:

- продавать много, то есть больше одной единицы товара в руки;
- продавать дорого, то есть увеличить средний чек на 20, 30 или 50 %;
- оставлять у клиента приятное впечатление о персонале после посещения магазина;
- элементарно подходить к каждому клиенту;
- здороваться, улыбаться и не кривить лицо, если клиент попросил померять десятую пару обуви;
- не ждать инициативы от клиента, а проявлять ее самостоятельно и задавать много эффективных вопросов;
- отвечать на стандартные возражения типа «Я подумаю», «Если что, я вернусь», «А до сколько вы работаете?», «Мне нужно посоветоваться», «Спасибо за консультацию, я в Интернете куплю», «Сделайте скидку, тогда я куплю»;
- преподносить магазин и компанию в целом с выгодной стороны и подталкивать клиента купить товар именно здесь и сейчас;

- отрабатывать конфликтных клиентов;
- эффективно разговаривать с «туристами» (клиентами, которые «я просто посмотрю») и не тратить впустую ценное рабочее время;
- работать с клиентом активно, но не навязываться.

Эти и еще множество похожих вопросов можно объединить в один главный.

Есть ли способ, технология, заклинание или свободная волшебная палочка, которая позволит сделать из дилетанта профессионала продаж?

Заклинания, палочки и прочие волшебные таблетки если есть, то мне про них неизвестно. Но имеется целый комплект проверенных на практике методов работы с клиентами. Эти методы работают в розничных, телефонных, корпоративных продажах, продажах продукта и бизнес-возможностей MLM-компаний, и они объединены в простую, понятную и эффективную торговую систему по принципу «прочитал — применил — получил результат».

Чем полезна и уникальна книга

«Продавец на миллион. Как продавать много и дорого в розничном магазине» — книга, которая является практическим руководством по обучению продавцов техникам эффективных продаж в рознице.

В ней сконцентрированы знания, на основе которых мной выстраиваются и реализуются индивидуальные программы корпоративного обучения стоимостью в десятки тысяч евро.

Кому будет полезна эта книга

- Менеджерам, руководителям и владельцам компаний розничных продаж, которые ищут простую, но эффективную систему работы продавцов с покупателями, позволяющую продавцам регулярно выполнять план продаж, оставаться мотивированными, хорошо зарабатывать и увеличивать количество лояльных клиентов.
- Продавцам-консультантам и менеджерам по продажам, которые занимаются самостоятельным обучением мастерству продаж и коммерческого общения с клиентами и партнерами.
- Операторам колл-центров, торговым представителям, дистрибьюторам компаний сетевого маркетинга.
- Людям, не работающим в коммерческих структурах, но желающим улучшить свои навыки коммуникации с коллегами, руководством и значительно продвинуться в достижении личных целей.

[>>>](http://kniga.biz.ua)

Чему вы научитесь и что получите после внедрения предложенной в книге торговой системы?

- Научитесь продавать «много и дорого», несмотря на то что покупатели будут просить «мало и дешево».
- Владеть инициативой в течение всего разговора с покупателем.
- Легко налаживать контакт и поддерживать диалог с клиентом.
- Вести продажу активно, адекватно, но без лишней агрессии, манипуляций и впаривания.
- Изучите универсальную схему отработки сомнений, отказов, возражений.
- Научитесь спокойно реагировать на агрессию и нежелание клиента общаться.
- Получите убойный комплект «продающих способов» уровня PRO. Клиенту будет очень сложно отказаться.
- Освойте огромный арсенал скриптов, схем и пошаговых техник с расшифровками, пояснениями, примерами и рекомендациями по внедрению и адаптации к специфике вашего бизнеса.
- Изучите методы работы с ценой и увеличения среднего чека.
- Получите море мотивации и расширение зоны комфорта в разы.

Как работать с книгой

Внимание! Книга изобилует большим количеством уникальной терминологии и аббревиатур, которые вы не встретите больше нигде. Это уникальный язык, созданный мной за годы работы и являющийся неотъемлемой частью моего подхода к продажам.

Вначале из-за большого количества сокращений вы можете почувствовать сложности в чтении. Как сказал один из моих партнеров: «Книга похожа на учебник по высшей математике». Для уменьшения дискомфорта настоятельно рекомендую взять блокнот и выписывать сокращения с короткими пояснениями, чтобы в процессе чтения вы обращались к своим же записям, а не

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

листами книгу, вспоминая, «где же была эта расшифровка». При чтении произносите про себя именно полную расшифровку аббревиатуры, а не сокращенный вариант. Сокращенный вариант произнесения допустим минимум при втором прочтении книги.

Но ближе к середине термины начнут вживаться в сознание все быстрее и быстрее, и вскоре вы будете ловить себя на мысли, что уже в реальном общении с реальными людьми используете именно эту терминологию. Один термин — и у вас в голове всплывает целый мир, объемная картинка с множеством подробностей. Жизнь уже не будет прежней. Для достижения максимального результата рекомендую прочитать книгу два раза подряд. Первый раз — в режиме «привыкания». Второй раз — в режиме проработки.

В чем уникальность книги «Продавец на миллион»

Девяносто девять процентов книг, написанных бизнес-тренерами, читаются очень легко, информация в них понятна, практична, удобно структурирована. А как же иначе? На то он и бизнес-тренер. «Продавец на миллион» держит высочайшую планку по качеству контента.

Все рекомендации, ситуации и наработки выстраданы потом, кровью и миллионами разрушенных нервных клеток как самого автора, так и участников его тренингов. Никакого караоке и пародий на западные аналоги. Только адекватный российской и постсоветской действительности рабочий материал, ориентированный на работу с массовым клиентом.

В книге много юмора, ярких сравнений и сумасшедших аббревиатур-названий продающих способов — ТЧНП, ПРЗК, ЧСМ, П1У, КОК, ДРЗКП и др. «Продавец на миллион» иногда будет шокировать и смущать. Вы его полюбите или будете ненавидеть, но равнодушными не останетесь точно.

Но, кроме практических рекомендаций, книга обладает одним секретом. У нее есть... душа. Никакой эзотерики. Не удивляйтесь,

[>>> Купить книгу на сайте kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua)

когда в процессе чтения почувствуете, что давно с ней знакомы. Она, как добрый друг, возьмет вас за руку, поддержит и успокоит в трудную минуту.

Книга преисполнена веры в уникальность профессии продавца. Веры в широкие возможности и выход на новый уровень жизни каждого целеустремленного человека. Это не атлант, а продавец «расправил плечи». Дерзайте, я в вас верю.

*С уважением,
Сергей Плечков*

«Боевое крещение» Сергея Плечкова

Я предприниматель, бизнес-тренер, эксперт по увеличению продаж в рознице. Прошел путь от продавца-стажера до корпоративного тренера и руководителя учебного центра. На текущий момент — действующий предприниматель и бизнес-тренер. Более десяти лет тренерской деятельности я:

- работаю только по своим авторским методикам, проверенным тысячи раз в боевых условиях с реальными продавцами и покупателями;
- уделяю максимальное внимание отработке и внедрению на практике разработанных для заказчика «Моделей продаж и работы с клиентами»;
- после проведенного обучения выхожу «в поле» вместе с продавцами и довожу все шаги, техники и скрипты до уровня «сел — поехал».

У каждого профессионального продавца есть своя история прихода в продажи. Первые шаги в торговле я сделал в десять лет. Вместе с бабушкой мы иногда выходили торговать на перрон — продавали вареную кукурузу. У нас это называлось «бегать под поездом». Наш город был крупной узловой станцией, через которую проходили все поезда, идущие на юг. Стоянка поезда — 20 минут. Уставшие от тряски пассажиры

[>>>](http://kniga.biz.ua)

высыпали из вагонов и прогуливались по перрону, попутно покупая еду и напитки.

Мероприятие это было хоть и шумное, но мирное. Милиция гоняла только продавцов спиртных напитков, а остальных «предпринимателей» не трогала. Поэтому торговцев было много, конкуренция высокая, но благодаря большому потоку поездов свою «копейку» имели все. Перрон для многих жителей нашего города стал местом боевого крещения в продажах и основным источником заработка.

Я до сих пор помню свое состояние, когда меня первый раз привели на перрон, оставили с кастрюлей «товара» и сказали: «Стой здесь и жди меня. Если хочешь, то можешь шуметь и продавать». Мое состояние можно было описать выражением «полный шок». Я никогда ничего раньше не продавал. Я не знал, как вести себя в этот момент. Я просто стоял, смотрел на шумную толпу потенциальных клиентов и боролся со страхом, который знаком всем начинающим продавцам — страхом заговорить с клиентом первым.

И только минут через десять я выдавил из себя свое первое в жизни коммерческое предложение: «Кукуруза. Горячая кукуруза». Тихо, без энтузиазма. Потом чуть громче. Во рту пересохло, внутри все дрожало от страха и волнения. Мне показалось, что все окружавшие меня люди обернулись, посмотрели с укоризной и прошептали: «А-а-а, маленький негодяй! И ты туда же? Денег захотел, в торгаши пошел?!»

Страх перед общением с толпой незнакомых людей, сомнения в своих способностях к торговле и ощущение некомпетентности буквально парализовали меня. Я не верил в то, что люди могут у меня купить. У кого угодно, но только не у меня. Я смотрел на своих конкурентов и понимал, что у меня нет никаких шансов. «Они уже давно работают, уверены в себе, знают все нюансы этой профессии. Они где-то научились этому. Они сильнее меня. А я всего лишь ребенок, который попал сюда абсолютно случайно».

Но первые продажи и первые «спасибо» от покупателей потихоньку развеяли все страхи и сомнения. Домой я возвращался

с чувством небывалого эмоционального подъема и зачатками уверенности в себе. Сотни людей, которых ты не знаешь, охотно тебя выслушивают и в итоге платят деньги! Ты не заставляешь, не уговариваешь, а просто рассказываешь, что твой товар хороший, и покупатели тебе верят. Ты говоришь им: «Приятного аппетита», и они тебя благодарят. Именно в тот момент я понял, что продавец — это человек, который делает людей счастливыми.