

# **Оглавление**

Суперклей (вместо предисловия) . . . . .	7
Чем полезна и уникальна книга. . . . .	10
«Боевое крещение» Сергея Плечкова. . . . .	14
<b>ЧАСТЬ 1. ПРОДАВЕЦ И ПОКУПАТЕЛЬ:</b>	
<b>ТИПЫ, ОСОБЕННОСТИ, ВЗАИМООТНОШЕНИЯ</b>	
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 >>>](#)

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: Х-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 «АДЕКАВТНЫЕ 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, плательщик, 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 .....	276	
Глава 36. Преимущества компании, или Ответ на вопрос: а почему именно у вас, а не у конкурента?.....	277	
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.....	341	
Глава 41. Психология УЧКС.....	341	
Глава 42. Формулы УЧКС.....	345	
Глава 43. Способы УЧКС .....	348	
 Раздел 2.5. Работа с СОВами (сомнениями, отказами, возражениями) .....		355
Глава 44. Кто такие СОВы .....	355	
Глава 45. Три типа СОВ: «Антиговоритель», «Антитономатель», «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-бомжки (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 «Требуются 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

[Купить книгу на сайте 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 тысяча 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 скольки 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 можно выстраиваться и реализовывать 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, дистрибуторам 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.

[Купить книгу на сайте 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 >>>](#)

листали 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 вспыхивает целый мир, объемная картишка 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 >>>](#)

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 тысячами 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

[<<< Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](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 затачками 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.