

---

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРА: ПРЕДИСЛОВИЕ К ПЯТОМУ ИЗДАНИЮ ..... 9

ГЛАВА 1. КАК ПРИВЛЕЧЬ КЛИЕНТОВ С РЕКЛАМОЙ И БЕЗ НЕЕ:  
ПОЧЕМУ РЕКЛАМА НЕ ДАЕТ РЕЗУЛЬТАТА..... 13

ГЛАВА 2. ПОЧЕМУ ПРОДАЖИ НЕ ИДУТ? ТИПОВЫЕ ОШИБКИ  
В ПОСТРОЕНИИ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ ..... 18

ГЛАВА 3. БОЕВЫЕ КОМАНДЫ ПРОДАЖ ..... 24

ГЛАВА 4. ПРАВИЛА БОЯ: ЭТАПЫ АКТИВНЫХ ПРОДАЖ ..... 30

    Определение целевых сегментов рынка  
    (Ваших целевых Клиентов) ..... 31

    Подготовка источников информации  
    для составления списков Клиентов ..... 32

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

Составление и выверка списков Клиентов . . . . .	34
Предварительная рассылка коммерческих предложений (при необходимости) . . . . .	34
Основные правила подготовки коммерческих предложений . . . . .	36
Первый звонок Клиенту (цель — продать встречу) . . . . .	42
Встреча с Клиентом (цель — установить контакт и выявить потребности) . . . . .	43
Презентация (цель — продать продукт) . . . . .	45
Ответы на вопросы и заключение сделки . . . . .	45
Оформление документов и исполнение обязательств перед Клиентом. . . . .	46
Последующие продажи, отзывы и рекомендации. . . . .	47
Особенности переговоров с крупными корпоративными Заказчиками . . . . .	50
Этапы работы с крупным контрактом. . . . .	50
ГЛАВА 5. ОТБОР БОЙЦОВ . . . . .	66
Принципы эффективного проведения конкурса: дефицит + очередь (толпа) . . . . .	69
Как эффективно набирать сотрудников: набор кадров как пошаговая технология . . . . .	75
ГЛАВА 6. ПОДГОТОВКА БОЙЦОВ . . . . .	89
Выход новых сотрудников на работу — адаптация. . . . .	90
Стандартные кризисы менеджеров по продажам . . . . .	99
Обучение бойцов. . . . .	104
Книги, технологии и статьи по продажам . . . . .	114

ГЛАВА 7. ПРОДАЖА ТЕХНИЧЕСКИ СЛОЖНЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ: «УНИВЕРСАЛЫ» И «СПЕЦИАЛИСТЫ» .....	118
ГЛАВА 8. УПРАВЛЕНИЕ БОЕВОЙ КОМАНДОЙ ПРОДАЖ .....	125
Административное управление боевой командой продаж .....	129
Ежедневные мероприятия .....	132
Еженедельные мероприятия .....	149
Ежемесячные мероприятия .....	156
ГЛАВА 9. ОРУЖИЕ БОЕВОЙ КОМАНДЫ: ТЕХНОЛОГИИ И СТАНДАРТЫ ПРОДАЖ .....	167
Ключевые технологии и стандарты продаж по этапам активных продаж .....	169
Документы, необходимые для эффективной организации и проведения конкурсов по набору кадров в отдел продаж .....	182
Дополнительные документы, которые можно использовать в работе отдела продаж .....	183
ГЛАВА 10. ПРИКАЗ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ: РУКОВОДЯЩАЯ И НАПРАВЛЯЮЩАЯ СИЛА НАШЕЙ ЭПОХИ. ....	188
Пример разработки системы оплаты труда менеджеров по продажам .....	197
Приказ по премированию менеджеров по продажам «РусЛогист». ....	204
Технология разработки системы сдельной оплаты труда .....	208

ГЛАВА 11. МОЙ ПЕРВЫЙ ОПЫТ ПОСТРОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОТДЕЛА ПРОДАЖ . . . . .	212
ГЛАВА 12. ЦЕЛИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ . . . . .	240
ГЛАВА 13. НУЖНА ЛИ ВАМ СИСТЕМА ПРОДАЖ? . . . . .	260
Анкета: нужна ли Вам система продаж и можно ли увеличить доход с ее помощью? . . . . .	264
Анкета: ключевые проблемы в продажах . . . . .	280
ГЛАВА 14. ПЛАН ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ . . . . .	288
Три компонента системы продаж . . . . .	288
Сроки построения системы продаж . . . . .	290
Этапы построения системы продаж . . . . .	292
Резюме. . . . .	302
ЗАКЛЮЧЕНИЕ: МОМЕНТ ИСТИНЫ . . . . .	321
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. КНИГИ КОНСТАНТИНА БАКШТА . . . . .	326
Новая книга Константина Бакшта «Охота за головами. Технологии эффективного набора кадров: конкурс, дефицит, вербовка, кадровый ассесмент» . . . . .	326
«Усиление продаж» . . . . .	327
«Как загубить собственный бизнес: вредные советы российским предпринимателям». . . . .	331
«Большие контракты» . . . . .	336
«Вкус жизни». . . . .	339

«Построение бизнеса услуг: с “нуля” до доминирования на рынке» . . . . .	343
«Продажи и производство: враги или партнеры?» . . . . .	345
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ТРЕНИНГИ КОМПАНИИ	
«КАПИТАЛ-КОНСАЛТИНГ» . . . . .	347
«Капитал-Консалтинг»/«Профессиональные системы продаж»: информация о Компании . . . . .	347
Эксклюзивный тренинг Константина Бакшта	
«Построение системы продаж для первых лиц» . . . . .	350
Тренинг «Большие контракты. Финальные переговоры о цене» . . . .	358
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ЦИТАТЫ В ТЕМУ . . . . .	363