

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение . . . . .	7
Чем большие контракты отличаются от обычных? . . . . .	8
Доминирование Клиента и обязательные проверки «на вшивость» . . . . .	13
<b>ГЛАВА 1. Этапы больших контрактов . . . . .</b>	<b>25</b>
Последовательность действий при активном привлечении Клиентов . . . . .	26
Этапы работы с крупным контрактом . . . . .	36
Первый этап: выход на Клиента . . . . .	37
«Холодные» телефонные звонки и «холодные» визиты. . . . .	37
Входящие обращения Клиентов . . . . .	40
Агенты влияния . . . . .	40
Семь уровней рекомендаций . . . . .	47
Бизнес-тусовки . . . . .	51
«Случайные» встречи . . . . .	62
«Корпоративные сводники». . . . .	66
Второй этап: определение и проработка круга влиятельных лиц, подготовка предложения. . . . .	71
Третий этап: предложение + финальные переговоры . . . . .	79
<b>ГЛАВА 2. Цена вопроса: переговоры о цене . . . . .</b>	<b>85</b>
«Дешевле — значит, должны купить» . . . . .	86
Как спрос зависит от цены. . . . .	87
Принцип кинотеатра . . . . .	90
Продажа дорогих и эксклюзивных товаров и услуг. . . . .	92
Две цели переговоров: у коммерсанта и у Клиента . . . . .	95
Блеск и нищета прайс-листов . . . . .	96
Интервальные прайс-листы . . . . .	99
Спецтехнологии продаж на входящем потоке . . . . .	106
Два этапа переговоров о цене. . . . .	116
Торги: правила переговоров о цене . . . . .	118
Личный порог и его «раскачка». . . . .	129

Комплексные коммерческие предложения . . . . . 147

Цена — это абстракция. . . . . 154

**ГЛАВА 3. Понты на переговорах . . . . . 161**

**ГЛАВА 4. «Отжим» от конкурентов . . . . . 169**

    Конкуренция: зло или благо? . . . . . 170

    Как нельзя забрать Клиента от конкурента. . . . . 176

    Плюсы и минусы ключевых игроков. . . . . 177

    Подкоп под конкурента: обходной маневр . . . . . 181

    Создание эксклюзива. . . . . 182

    Личный контакт: главное оружие для победы  
    в конкурентной войне . . . . . 185

    Прямой «отжим»: бьем по сильной позиции. . . . . 192

    Блеск и нищета ценовых войн. . . . . 198

    Сравнение предложений: главное — момент! . . . . . 204

    Резервный поставщик: если ничто другое  
    не помогает. . . . . 207

**ГЛАВА 5. VIP-программа: система укрепления  
и развития отношений с имеющимися Клиентами. . . . . 211**

    Цели VIP-программы . . . . . 215

    Этапы VIP-программы . . . . . 216

**ГЛАВА 6. «Дожим» сделок. «Финальная стадия  
переговоров» . . . . . 225**

**Резюме: ключевые правила больших контрактов . . . . . 265**

**ПРИЛОЖЕНИЯ . . . . . 270**

**Приложение 1. Книги Константина Бакшта. . . . . 270**

**Приложение 2. Тренинги Компании  
«Капитал-Консалтинг». . . . . 290**

Литература. . . . . 304