

Содержание

Предисловие ко второму изданию	8
Предисловие и благодарности	13
Кстати, забыл представиться...	15
Как родилась идея этой книги	15
Для кого эта книга предназначена и полезна	18
Что происходит на рынке	20
Тенденция 1. Времена легких продаж миновали . . .	20
Тенденция 2. Полностью довольных своими продажами компаний нет	23
Тенденция 3. Надо уметь отбирать клиентов у конкурента.	24
Тенденция 4. Вы никогда не сможете заполучить всех клиентов, как бы ни старались	24
Пришел, увидел и купил. Как находить и удерживать клиентов	26
Приступаем к поиску	29
Социальные сети: топор в добрых руках	33
Активные продажи в межсезонье.	37

Привлечение клиентов с помощью рекомендаций	39
Как просить рекомендации: универсальный совет	43
Как относиться к неудачам	44
Ура! К нам пожаловал Его Величество Клиент!	46
Как выжать из продаж максимум	62
Подробнее о профессионализме	65
Как рождается лояльность	66
Кто такие клиенты? Три причины для покупки	68
В продажах нет мелочей	70
Рассмотрение деталей в трех плоскостях	73
«У вас слишком дорого, дайте скидку»	83
Не давайте скидок! Снижайте стоимость	86
Всем ли нужна низкая цена	87
Как вести переговоры о цене	91
Умные продажи:	
помогите клиенту получить больше пользы	96
Насколько важны нынешние клиенты	99
Использование портфолио	101
Что мешает нам продавать	103
Типы конкурентов	105
Играем в «морской бой»: как узнать нужное о клиенте	111
«Я подумаю»: как избавить клиента от колебаний	115

Настроения в отделе: будьте играющим тренером.	122
Как заслужить доверие	123
О мотивации	125
Какую команду набирать	136
Все идет по плану	138
Работа над ошибками	142
Как быть с «трудными» клиентами.	143
Зачем «увольнять» клиентов.	144
Послесловие и напутствия	145
От чего зависит ваш успех	147
Приложение 1. Избегайте ценовой ловушки! . .	149
Приложение 2. Девятнадцать методов отстройки от конкурентов	161
Приложение 3. Управление активным отделом продаж	179