

ОГЛАВЛЕНИЕ

Часть I. Что мешает продавать легко? 7

Несколько слов об авторах. 8

Вместо предисловия 12

Как родилась идея написать
эту книгу. 13

Мифы о покупателях. 16

Миф № 1. У них нет денег, чтобы это купить 18

Миф № 2. Они не покупают,
потому что это для них дорого. 23

Миф № 3. Они сами не знают, что им нужно 29

Миф № 4. Они не хотят покупать! 33

Мифы о продавцах 37

Миф № 5. А кто я? Да никто!. 37

Миф № 6. Продажи — это не мое!. 41

Миф № 7. Самое главное — продать! 48

Миф № 8. Я лучше покупателя знаю,
что ему нужно. 55

Миф № 9. Я не хочу слышать,
слушать и понимать покупателя. 59

Миф № 10. Я боюсь задавать вопросы 65

Миф № 11. Я не вижу человека. 73

Я не вижу человека, или Сколько стоит стакан воды
в кофейне ТС? 77

Часть II. Основные понятия 83

Меняем отношение к покупателю. Мотивы покупателя . . .	84
Правило «золотой середины»	88
Мой пример «золотой середины»	89
Кто же он — покупатель?	91
Меняем отношение к работе продавца. Основная задача продавца	93
Четыре уровня мастерства в продажах	95
1-й уровень — механик (выдаван)	97
2-й уровень — информационный механик (продвинутый выдаван)	98
3-й уровень — консультант.	100
4-й уровень — помощник.	102

Часть III. Что нужно сделать, чтобы продажа стала легкой? 107

Волшебная формула Light sale «Подошел — поговорил — продал»	108
Что значит «подошел»?	110
Что значит «поговорил»?	113
Что значит «продал»?	117
Как удержать луч внимания, или Что такое натяжка	120
Какое конкурентное преимущество дает Light sale	126

Что дает внедрение метода Light sale торговому предприятию	129
Какими знаниями и навыками должен обладать Light-продавец	131
Какие внешние знания и навыки стоит раскрыть	131
Какие внутренние знания и навыки стоит раскрывать в себе	137
Письмо читателю	142
Список рекомендуемой литературы	145
Об авторах	148
Презентация Виталия Капитанова	150
Презентация Анны Барановой	153