

Содержание

Введение	5
Часть 1. Продажи	9
Глава 1. Активность во время кризиса.....	14
Глава 2. Как описывать ваш продукт клиенту во время кризиса?.....	29
Глава 3. Цена не равна ценности даже в кризис	39
Глава 4. Продающий сценарий, разученный по ролям. Антикризисный скрипт.....	53
Глава 5. Живые и автоматизированные продажи во время кризиса.....	61
Часть 2. Персонал: подбор кадров, команда, мотивация.....	84
Глава 6. Сотрудники отдела продаж в кризис	90
Глава 7. Команда.....	97
Глава 8. Мотивация продавцов в кризис	111
Глава 9. Подбор кадров в условиях инфляционного кризиса.....	115
Часть 3. Что делать прямо сейчас? Продвижение, позиционирование, маркетинг, рост	121
Глава 10. Что делать с продуктом?	124
Глава 11. Как стоит менять ваш бизнес?	131
Глава 12. Что делать с маркетингом?	135
Глава 13. Обучение и тренировка сотрудников отдела продаж	157
Глава 14. Мотивация сотрудников компании с целью увеличения продаж	167
Глава 15. Переговоры.....	173
Выводы.....	182
Корпоративные тренинги.....	185
Список программ Евгения Колотилова.....	185
Список программ Андрея Ващенко	188
Об авторах.....	190