

# СОДЕРЖАНИЕ

От автора .....	8
Рабочие моменты .....	9
Введение .....	9
Сделайте корпоративный сценарий продаж .....	10
Знать, понимать, уметь, развить навык .....	12
<b>Часть 1. Общие принципы .....</b>	<b>13</b>
Природа отказов .....	14
Логическая и эмоциональная составляющие .....	16
Согласие, тотальное «да» .....	18
Хочешь быть прав или тебе нужен результат? .....	19
Принцип «КГБ» .....	21
«Вы»-подход .....	25
Форма и суть .....	27
Самый важный фактор .....	29
Ошибки при обозначении позиции .....	30
Высказывание (обозначение) позиции .....	33
Не «хлопайте дверью» .....	36
Ситуация «Минус» .....	38
Собственное обесценивание .....	39
Обесценивание партнера .....	41
Слова-раздражители .....	42
Привлечение и удержание внимания .....	44

<b>Часть 2. Начало разговора</b> .....	47
Приветствие-самопрезентация .....	48
Цель звонка (встречи) .....	51
Смысл встречи .....	52
Выявление ЛПР .....	55
Получение принципиального интереса. Техника «Вбитие крюка» ....	58
Задание программы .....	61
Снятие будущих возражений .....	63
Техника «Перетаскивание на свое поле» .....	65
<b>Часть 3. Установление контакта</b> .....	67
Внутреннее состояние .....	68
Внешний вид .....	70
Темп разговора .....	71
Тембр голоса (по И. Незовибатько) .....	72
Улыбка .....	74
Имя .....	75
Комплименты. Превосходство. Лесть. Тщеславие .....	76
Ошибки при установлении контакта .....	92
Присоединение к ценностям .....	95
<b>Часть 4. Задавание вопросов</b> .....	101
Просьба разрешения .....	102
Открытые и закрытые вопросы .....	103
Техника «Обнесение загона» .....	106
Перехват инициативы .....	108
Ошибки при задавании вопросов .....	110
Информационное и решающее «нет» .....	115
Вопрос «Почему?» .....	116
Общие принципы получения нужных ответов от оппонента .....	119
Техника «Воронка» .....	127
Ситуационные вопросы .....	128
Проблемные вопросы .....	131
Уточняющие вопросы .....	133
Извлекающе-фиксирующие вопросы .....	148

## Содержание

Вопросы — техническое завершение .....	149
Частные случаи .....	150
Вопросник .....	159
Примеры ситуаций .....	162
<b>Часть 5. Аргументация (принципы) .....</b>	<b>169</b>
Получение подтверждения важности аргумента .....	170
Правило подачи аргументов .....	170
Правило пинг-понга .....	172
Подача аргументов с помощью вопросов .....	173
Детализация (принципы) .....	175
Детализация (примеры) .....	176
Визуализация аргументов .....	178
Физическое вовлечение клиента в процесс .....	183
Стратегические выгоды .....	185
Связка «свойства, выгода, эмоция» .....	186
«Рисование» эмоциональной картины (примеры) .....	189
<b>Часть 6. Аргументация (приемы) .....</b>	<b>191</b>
Логические аргументы .....	192
Изменение контекста .....	204
Техники .....	226
<b>Часть 7. Психологическое влияние (Принципы. Приемы. Примеры) .....</b>	<b>239</b>
Контрастное восприятие .....	241
Создание дефицита .....	245
Принцип социального доказательства .....	258
Принцип взаимного обмена, вина .....	260
Принцип обязательства и последовательности .....	267
<b>Часть 8. Активное слушание .....</b>	<b>275</b>
Активное слушание (принципы) .....	276
Повторение слов клиента .....	278
«Это были ваши слова» .....	279
Интерпретация слов клиента (принципы) .....	280

## Содержание

<b>Часть 9. Работа с ценой.</b> . . . . .	283
Цена: основной принцип. . . . .	284
Тактика «В конце презентации» . . . . .	284
Тактика «В начале презентации». . . . .	287
Называние цены. «Правило бутерброда» . . . . .	289
Долларизация (принципы) . . . . .	291
Долларизация (пример) . . . . .	293
Принцип разбиения цены. . . . .	296
Умножение прибыли либо потерь. . . . .	298
Цена по сравнению с другими тратами . . . . .	301
Расшатывание позиции от названной цены . . . . .	302
Цена по сравнению с экономией (по З. Зиглару). . . . .	303
Прием «Продать разницу в цене» . . . . .	304
Торг (специфические тактики) . . . . .	306
Торг при продаже . . . . .	307
Торг при покупке. . . . .	310
<b>Часть 10. Работа с возражениями.</b> . . . . .	315
Работа с возражениями (принципы) . . . . .	316
Выявление истинности возражения. . . . .	322
<b>Часть 11. Завершение сделки.</b> . . . . .	339
Упущенная сделка . . . . .	340
Завершение сделки (техники) . . . . .	342
Завершение сделки (по К. Бакшту) . . . . .	351
Фиксация договоренностей. . . . .	353
<b>Часть 12. Частные случаи.</b> . . . . .	355
Неправильно идентифицированная выгода покупателя. . . . .	356
Предложение вознаграждения . . . . .	357
Как удержать недовольного клиента . . . . .	359
Разговорчивый клиент . . . . .	360
Понижение значимости . . . . .	362
Называние, назначение цены . . . . .	363

## Содержание

Часть 13. Входящие звонки .....	367
Ошибки при приеме входящего звонка .....	368
Основная схема .....	369
Примеры сценариев входящих звонков .....	372
Часть 14. «Холодные» (исходящие) звонки .....	385
«Холодные» звонки (общие рекомендации) .....	386
Основная схема при разговоре с секретарем .....	387
Основная схема разговора с ЛПР .....	408
Часть 15. Психотипы. Семь радикалов .....	417
Об авторе методики и его книге .....	418
Истероидный радикал .....	419
Эпилептоидный радикал .....	422
Паранойяльный радикал .....	425
Эмотивный радикал .....	427
Шизоидный радикал .....	429
Гипертимный радикал .....	431
Тревожный радикал .....	434
Часть 16. Подход в салоне .....	437
Техника «Распределитель» .....	438
Техника «Поймать взгляд» .....	439
Техника «Мнимый уход» .....	440
Техника «Продолжение разговора» .....	440