

Оглавление

Предисловие и благодарности	8
Кстати, забыл представиться.	9
Как родилась идея этой книги	10
Для кого эта книга предназначена и полезна.	12
Что происходит на рынке	14
Тенденция 1. Времена легких продаж миновали	14
Тенденция 2. Полностью довольных своими продажами компаний нет	16
Тенденция 3. Надо уметь отбирать клиентов у конкурента.	17
Тенденция 4. Вы никогда не сможете заполучить всех клиентов, как бы ни старались.	17
Пришел, увидел и купил. Как находить и удерживать клиентов	19
Приступаем к поиску	21
Социальные сети: топор в добрых руках.	25
Активные продажи в межсезонье.	28
Привлечение клиентов с помощью рекомендаций	30
Как просить рекомендации: универсальный совет	33
Как относиться к неудачам	34

Ура! К нам пожаловал Его Величество Клиент!	35
Как выжать из продаж максимум	49
Подробнее о профессионализме.	51
Как рождается лояльность.	52
Кто такие клиенты? Три причины для покупки.	54
В продажах нет мелочей	55
Рассмотрение деталей в трех плоскостях	58
«У вас слишком дорого, дайте скидку»	66
Не давайте скидок! Снижайте стоимость	69
Всем ли нужна низкая цена	69
Как вести переговоры о цене	73
Умные продажи: помогите клиенту получить больше пользы.	77
Насколько важны нынешние клиенты.	80
Использование портфолио.	81
Что мешает нам продавать	83
Типы конкурентов.	85
Играем в «морской бой»: как узнать нужное о клиенте	90
«Я подумаю»: как избавить клиента от колебаний . . .	93
Настроения в отделе: будьте играющим тренером. . .	99
О мотивации	101
Как заслужить доверие	100
Какую команду набирать	110

Все идет по плану	112
Работа над ошибками	116
Как быть с «трудными» клиентами.	117
Зачем «увольнять» клиентов.	117
Послесловие и напутствия	119
От чего зависит ваш успех	121
Приложение 1. Избегайте ценовой ловушки!	122
Парадокс ценовой конкуренции.	124
Почему менеджеры по продажам так себя ведут	125
Почему покупатели покупают	126
Проблема, которую менеджеры по продажам не в силах решить сами.	128
О чем не знают топ-менеджеры	128
Но остается надежда.	129
Как выбраться из ценовой ловушки?	129
Приложение 2. Девятнадцать методов отстройки от конкурентов	132
Приложение 3. Управление активным отделом продаж	147