

ПРИЛОЖЕНИЕ
К АУДИОКНИГЕ

[АСЯ
БАРЫШЕВА]

КАК
ПРОДАТЬ
СЛОНА

или **51 ПРИЕМ** ЗАКЛЮЧЕНИЯ СДЕЛКИ

[7-Е
ЮБИЛЕЙНОЕ
ИЗДАНИЕ]

*(Приложение содержит таблицы и схемы
из печатной версии книги)*

ГЛАВА 1. ЗАКОНОМЕРНОСТИ ПРОДАЖ

Страница 18

Таблица 11. Использование приемов на разных этапах заключения сделки

Этап	Задачи продавца	Основные приемы
Установление контакта	Установить доверительный контакт	Приемы установления контакта. Наблюдение
Сбор информации о клиенте	Собрать максимально полную информацию о ситуации клиента	Пункты говорящей информации. Вопросы. Активное слушание. Наблюдение
Презентация товара	Подогреть желание клиента заключить сделку. Убедить клиента в том, что данный товар соответствует его интересам	Приемы убеждения. Наблюдение
Работа с сомнениями клиента	Рассмотреть все аргументы «за» и «против» заключения сделки. Развеять сомнения клиента	Приемы работы с сомнениями клиента
Завершение сделки	Подвести клиента к окончательному решению о покупке	Приемы завершения сделки

Страница 60

Таблица 3.1. Вопросы продавца «антидепрессантов»

Пункт говорящей информации	Вопросы
Какова ключевая выгода	«Какие задачи надо решить?» «Как вы себя должны чувствовать по результатам покупки?» «Какие основные требования к “антидепрессантам”?» «Идеальный вариант покупки — какой он? Опишите поподробнее»
Какой фасон нравится	«Что нравится?» «Что радует больше всего?» «Какой стиль предпочитаете?»
Какие эмоции вызывают разные модели	«Я точно знаю, что надо брать вещь, которая радует больше всего. Давайте пройдемся и посмотрим, на что сердце откликается?»
Как клиентка планирует носить шубу	«Расскажите подробнее. Вот вы купили шубу. Как ее будете носить?» «Только на выход или постоянно, для повседневной работы?» «Вы ездите на работу общественным транспортом или на машине?»
Какой бюджет заложен на покупку	«Каков бюджет мероприятия?» «Какой вариант будем рассматривать в первую очередь: более экономный, средний или сразу шикарный?»
Кто принимает решение о покупке	«Часто нашим клиентам надо посоветоваться по таким крупным покупкам. С кем еще вам надо согласовать бюджет покупки?»

ГЛАВА 4. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ТОВАРА

Страницы 93-94

Таблица 4.1. Убеждающие фразы, нацеленные на работу с различными выгодами товара

Выгода	Убеждающие фразы
Прибыль, доход	Выгодно, полезно, прибыльно, без лишних затрат, быстро окупаемо, рентабельно, увеличит доход, сократит убытки, уменьшит расходы, снизит затраты, специальное предложение, экономично, ценно, качество, востребовано, успешный
Экономия времени	Появится время, которое не бывает лишним, время — деньги, будет время заняться, сэкономит ваше время, развлечение, увлечения, отдых, любимые занятия, быстро, своевременно, вовремя, моментально, скорость, темп
Комфорт, удобство	Удобно, легко, приятно, без лишних усилий, упрощает жизнь, облегчает, спокойствие, уверенность, защищенность, сохранить свое положение, постоянство, гарантии, спокойствие, даст уверенность в завтрашнем дне, бережет, сохраняет, продлевает

Выгода	Убеждающие фразы
Практичность	Скидки, льготы, долговечность, надежность, постоянство, взаимозаменяемо, на все случаи жизни, длительный срок эксплуатации, настоящий, гарантийный срок, универсальность, незаменимый, экономичный, рекомендует
Здоровье	Успокаивает, дает силы, питает энергией, стимулирует, бодрит, укрепляет, снимает (напряжение, усталость, стресс), оздоравливает, экологически чистый, натуральный, природный, омолаживающий, нормализует, благотворно воздействует, полезно, заряд бодрости
Престиж	Солидно, повышает статус, популярно, элита, самый лучший, для солидных людей, эксклюзивный, успешный, дорогой, авторитет, роскошь, прогресс, предмет гордости, победитель рейтинга, произвести впечатление, единственный экземпляр, эффектно
Хорошее отношение	Хорошее настроение, благодарность, любовь, забота о ближнем, расположить к себе, признание ваших достоинств, ваши заслуги, угодить, заботиться, сделать доброе дело, хорошее начало, обходительный, радость общения

Активность, аромат, бодрость, влечение времени, вкус, восторг, восхитительный, выразительный, гармоничный, глубокий, гениальный, дом, духовный, единственный в своем роде, замечательный, здоровье, качество, красота, крутой, лакомый, личность, любовь, модный, молодость, надежный, настоящий, натуральный, незаменимый, недорогой, научный, обходительный, огромный, оригинальный, общительный, прогресс, первоклассный, популярный, предмет гордости, престиж, привлекательный, разумный, рекомендует, радость, развлечение, роскошный, сияющий, смелый, современный, стиль, спортивный, самостоятельность, уверенность, увлечение, успешный, чистый, ценность, шикарный, эксклюзивный, экономия времени, экономичный, эффектный, элегантный

ГЛАВА 6. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТОМ

Страницы 175-176

Таблица 6.1. Управление ЦПР

Роль	Должность	Уровень влияния	Выгоды
Инициатор	Технолог	2	Профессиональный интерес; возможность самоутверждения
Влияющий на решение	Финансовый директор	5	Экономия средств
Пользователи	Мастера	1 × 10	Удобство, комфорт в работе; минимум усилий в процессе внедрения
	Рабочие	0 — не имеют влияния	
Закупщик	Начальник административно-хозяйственного отдела	3	Улучшение собственного материального положения; конфиденциальность
Принимающий решение	Начальник производства	5	Повышение эффективности производства; экономия средств; снижение уровня брака
Ключник	Секретарь	1	Хорошее отношение руководителя; мужское внимание

ГЛАВА 7. ХОЛОДНЫЙ ЗВОНОК

Страница 185

Таблица 71. Этапы продаж и приемы холодных звонков

Этап	Прием
Установление контакта	Приветствие
	Представление
	Удобно ли говорить?
	Цель звонка — ваша выгода
Сбор информации	Информация о клиенте и предложение
	Дозированная информация и вопрос
Презентация	Выгоды предложения
	Приемы убеждения: метафора; экспертное мнение; пример
Работа с сомнениями	Обоснование вопроса
Завершение сделки	Договоренность о следующем контакте (звонок, письмо, встреча)
	Позитивные эмоции

Таблица 7.2. Типовой клиент – продовольственный магазин «у дома»

Параметр	Описание
Должность клиента	Товаровед. Коммерческий директор
Бизнес-выгоды клиента	Наценка. Оборачиваемость. Привлечение нового клиента. Увеличение среднего чека покупателя кондитерских изделий. Удобство работы с поставщиком
Покупательские критерии при выборе продукта	Наличие спроса. Цена. Условия оплаты. Условия поставки. Помощь в продвижении продукции. Надежность поставщика
Основные игроки отрасли	Десять магазинов. Из них три сетевых: «Продуктовый рай», «Чебурашка», «Огонек»

ГЛАВА 10. КАК ПОВЫСИТЬ УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ

Страница 230

Тест

Качество	Балл
Общение	
Деньги	
Независимость	
Творчество	
Результат — счастье	
	Итого: